



The Zeitgeist Movement
Chapters Guide

Em Português Brasileiro

Versão 2.0 - Abril de 2012

Índice

1. O Básico

- [1.1. Introdução](#)
- [1.2. Um Capítulo no Movimento Zeitgeist](#)
- [1.3. Caindo na real com as expectativas](#)
- [1.4. Foco central de um capítulo](#)

2. Criando um Capítulo Nacional

- [2.1. Reunindo Voluntários e Mídia Social](#)
- [2.2. Estabelecendo um Website e Ferramentas](#)
- [2.3. Organizando um Grupo Central](#)
- [2.4. Expandindo em Capítulos Regionais](#)

3. Criando um Capítulo Regional

- [3.1. Visão Geral](#)
- [3.2. Começando](#)
- [3.3. Mantendo o Foco](#)

4. Criando um Capítulo Local

- [4.1. Introdução](#)
- [4.2. Passos Iniciais](#)
- [4.3. Conseguindo Voluntários e Organizando um Núcleo de Trabalho](#)

5. Organizando Eventos

- [5.1. Tipos de Eventos](#)
- [5.2. Encontrando um Local](#)
- [5.3. Coletando Materiais](#)
- [5.4. Promovendo o Evento](#)
- [5.5. Executando o Evento](#)

6. Organizando Grupos de Projetos

- [6.1. O Conceito “Sua ideia, seu projeto”](#)
- [6.2. Diretrizes](#)
- [6.3. Metodologia do Projeto](#)
- [6.4. Elaborando uma Estrutura de Projeto](#)
- [6.5. Organizando Voluntários](#)

7. Mantendo o Progresso

- [7.1. Tirando máximo proveito das Reuniões](#)
- [7.2. Mantendo o Número de Pessoas](#)
- [7.3. Problemas e Riscos Comuns](#)

8. Diretrizes do Movimento

- [8.1. Sites de Capítulo](#)
- [8.2. Ativismo na Rua](#)
- [8.3. Protestos](#)
- [8.4. Captação de Recursos](#)

Versão 2.0 - Abril de 2012

Licença:

Attribution – Non Commercial – Share Alike 3.0 United States (CC BY-NC-SA 3.0)

Você está livre para compartilhar, copiar, distribuir, transmitir, remixar e adaptar esse trabalho sobre as seguintes condições:

Attribution — Você deve atribuir o trabalho da forma especificada pelo autor ou licenciante (mas não de forma a sugerir que estes o apoiem ou subscrevem o seu uso da obra).

Non-commercial — Não deve usar esse trabalho para fins comerciais.

Share Alike — Se alterar, transformar, ou criar a partir desse trabalho, você deve distribuir o resultado apenas sobre as mesmas ou similares licenças do mesmo.

Créditos:

Miguel Oliveira

Gilbert Ismail

Jen Wilding

Jason Lord

Cliff Faber

Nelson Alvarez

David Wayne

Kari McGregor

Austin Enriquez

Agradecimentos Especiais para:

Charles Dobson (Pelo material do “The Citizens Handbook”)

Rita Marques

Gary Kent

Jamison Small

Jesse Gravenor

Sonny Roberts

Dean Kearns

Traduzido para o português brasileiro pelo Time Linguístico:

<http://www.timelinguistico.com.br/>

Michael Marques - coordenação

Cassiano dos Santos

João Textor

Juliana Watanabe

Gustavo Canto

Dafne Luz
Fred Noletto
Fabio Queiroz
Ricardo de Abreu
Arthur Helfstein Fragoso
Joseph Raydan
Gabriela Stähler
Daniela Madanêlo
Ricardo Lo Feudo
Marcia Demartini
Graciela Kunrath Lima
Osvaldimar Ferreira Snotos
Bruno Liberal de Araújo
Felipe Burin
Ricardo Pereira Filho - formatação

Documento atualizado em: 21/06/2013

1.

O Básico

Nesta seção:

[1.1. Introdução](#)

[1.2. Um Capítulo no Movimento Zeitgeist](#)

[1.3. Caindo na real com as expectativas](#)

[1.4. Foco central de um capítulo](#)

1.1. Introdução

O objetivo deste guia é ajudar e facilitar a criação e o desenvolvimento de qualquer tipo de capítulo dentro do *Movimento Zeitgeist*. Os tópicos incluem, mas não estão limitados a: organizar um grupo central; organizar eventos e projetos locais; criar meios de comunicação; como lidar com o "burburinho" no capítulo, etc.

Antes de ler este documento e de criar um capítulo, é altamente recomendável que seja lido ou consultado o *Manual de Orientação do Movimento Zeitgeist* (disponível em www.thezeitgeistmovement.com), a fim de que se compreendam os princípios e as metas gerais do Movimento, além dos entendimentos em torno do Modelo de Economia Baseada em Recursos (RBEM), por ele defendido.

A conclusão lógica central do Movimento, conforme derivada de evidências empíricas pertencentes à economia e à sustentabilidade ambiental, e a questões socioculturais, é de que, a fim de se avançar em direção a um futuro sustentável, pacífico e feliz neste planeta, o sistema monetário deve ser substituído. Isto se deve ao fato de este ser inerente e irremediavelmente falho, bem como responsável, direta ou indiretamente, por grande parte da destruição do mundo. É com o foco principal de ensinar ao mundo que o milenar sistema monetário é obsoleto, que o Movimento Zeitgeist está, de fato, em pé diante da história. A manifestação do Movimento no nível de comunidade local -- seu ponto focal mais visível para a população -- é a rede global de capítulos locais em todo o mundo. Portanto, ao iniciar e construir um capítulo local, em conformidade com os princípios e entendimentos do Movimento, você está pessoalmente incluído neste desdobramento histórico de uma maneira muito positiva.

Como na maioria dos documentos, dentro deste, há o uso necessário de termos muito básicos, mas potencialmente polarizadores como "nós", "eles" e seus derivados, dentro do contexto de frases maiores. Embora tais frases sejam naturais para estabelecer distinções e servir para transmitir corretamente o material exposto, é fundamental compreender que não há realmente nenhum "nós contra eles" dentro do Movimento Zeitgeist. É sempre "nós", globalmente, como um todo; no final, um povo compartilhando este único e frágil planeta. Essa precisa ser a sua mentalidade conforme você põe em prática o seu ativismo junto ao Movimento.

Diferentemente da maioria dos movimentos e organizações atuais, que operam de acordo com um sistema hierárquico, "nosso" propósito forma-se em torno de um conjunto comum de entendimentos, que é o corpo de ideias que "nós" concordamos coletivamente em apoiar, e esperamos que os demais eventualmente também o façam. Isso permite que a liderança no Movimento seja naturalmente holográfica, operando na base da contribuição voluntária e consensual. Tanto o conceito quanto o papel de "líder" tornam-se desnecessários quando os grupos compartilham a responsabilidade pela realização de tarefas, tomada de decisões e alcance de resultados.

Assim, independentemente do meio de educação e conscientização que eles tenham neste ponto, qualquer pessoa que se torne consciente e que defenda os objetivos e o espírito do Movimento, torna-se um representante imediato do Movimento em qualquer momento que escolher. A partir disso, há apenas mais um pequeno passo para disseminar a consciência, iniciar um capítulo, e contribuir para o Movimento. É encorajar naturalmente, portanto, quantas pessoas forem possíveis, a intensificar a representação destas ideias, a fim de se alcançar uma sensibilização crítica e massiva nas comunidades em todo o mundo, o mais rapidamente possível.

1.2. Um Capítulo no Movimento Zeitgeist

O Movimento Zeitgeist tem uma estrutura organizada construída, por necessidade, mediante capítulos que facilitam o ativismo coletivo, bem como o fluxo de informações de forma organizada, relacionando um vasto leque de membros no mundo inteiro.

Definição

Um capítulo é definido como um grupo auto-motivado de membros ativos do Movimento Zeitgeist em uma determinada região, que serve e funciona como uma representação exata do Movimento em sua respectiva região.

Função

A função de um capítulo é criar e manter um ambiente de trabalho-orientado, a partir do qual o ativismo pode, então, ser realizado em conformidade com as concepções apoiadas pelo Movimento. É, também, parte de uma estrutura global de capítulos para efeito de informações e ativismo em larga escala.

Níveis do Capítulo

- a) Administração do Capítulo - Composta por coordenadores internacionais
- b) Capítulos Nacionais - Organizados por país (*ex., Portugal, Colômbia, Nova Zelândia*)
- c) Capítulos Regionais - Próximo nível sob o nacional de acordo com o contexto específico de um determinado país, por exemplo: região / distrito / estado / província
- d) Capítulos Municipais - Nível abaixo do regional de acordo com o contexto específico de cada estado ou província, por exemplo - geralmente uma cidade / subúrbio / campus universitário

Estas designações e as diferenças entre Capítulos serão exploradas detalhadamente mais adiante neste documento.

1.3. Caindo na real com as expectativas

Sendo um movimento voluntário, a participação como ativista vem de pessoas que têm satisfação em contribuir com seu tempo, habilidades e recursos pessoais para promover o significado do Movimento. Se um indivíduo não sentir nenhum tipo de satisfação com a sua participação, então ele vai cansar rapidamente e seguir em frente à procura de algo que seja mais gratificante. O nível de desapontamento ou satisfação na experiência como ativista é, em grande parte, influenciado pela sua comparação interna do que realmente ocorre, com as suas expectativas preconcebidas. Portanto, é importante estar ciente de quaisquer expectativas pessoais sobre três áreas em particular, que podem exigir adaptações que permitem maior margem de satisfação. As três áreas são: o que você espera de uma transição para um Modelo de Economia Baseada em Recursos (MEBR), o que você espera do Movimento Zeitgeist como um todo, e o que você espera de seu papel como coordenador de um capítulo.

O Que Esperar da Transição para um Modelo de Economia Baseada em Recursos

O Movimento reconhece que, para que um sistema sustentável seja criado e mantido globalmente, nós, como uma civilização, precisamos ter tanto um entendimento sobre um novo conjunto de valores necessários para sustentá-lo, como um desejo genuíno em participar dele. Este entendimento e este desejo precisam ser cultivados através da criação de uma massiva conscientização -- essencialmente uma mudança de paradigma mundial -- que é a maior tarefa em trazer o Modelo de EBR à existência. Nós estamos fazendo o nosso melhor para criar esta mudança de paradigma, mediante a introdução de outros à esta ideia, e ensinando-os sobre os benefícios que virão com o MEBR em comparação com nosso sistema monetário atual. Enquanto nós, é claro, desejamos que isto aconteça o mais rápido possível, e acreditamos que quanto mais intensificarmos o nosso esforço de ativismo, melhores serão as chances de acelerar nosso progresso. A pressa em encontrar esse entusiasmo é testada diariamente contra as barreiras da ignorância cultivada e das superstições perpetuadas pelo zeitgeist atual. Há, também, fatores de maiores dimensões, além do nosso controle: o esgotamento e a exploração dos recursos naturais, desastres naturais, guerras e outros conflitos ao redor do mundo, governo e controle da mídia, etc. Assim, é possível que um MEBR esteja fora do alcance do que irá acontecer durante nossa vida. As pessoas que prosperam como ativistas a longo prazo são aquelas que vêem valor em simplesmente participar na criação da possibilidade de um MEBR em algum momento no futuro. Em outras palavras, há uma recompensa prazerosa derivada do ato de conscientizar que não depende de um resultado imediato ou benefício direto. Para vermos as mudanças que desejamos, devemos sancioná-las, conforme instou Gandhi, "*Você deve ser a mudança que deseja ver no mundo*", independentemente de se viver para ver essas mudanças ou não. Quaisquer voluntários agindo em interesse próprio imediato, são mais propensos a tornarem-se rapidamente decepcionados com o ritmo da mudança.

O Que Esperar do Movimento

Todos nós viemos de diferentes experiências com organizações sem fins lucrativos, organizações com fins lucrativos, organizações políticas, corporações, grupos comunitários,

talvez uma combinação destas, ou talvez nenhuma destas. Por causa disso, as pessoas trazem todos os tipos de expectativas baseadas naquilo em que elas participaram no passado. Algumas destas expectativas são trabalháveis dentro do nosso modelo e outras não. Isto ajuda a entender primeiro como a nossa estrutura difere das outras entidades. Primeiro de tudo, nós não somos uma entidade que ocupa um espaço físico específico. Nós não temos escritórios. Nós somos globais e sem limites. O Movimento Zeitgeist (MZ) não é nenhuma entidade formal pela definição de nenhum governo. O MZ refere-se às centenas de milhares de ativistas voluntários em todo o mundo, que apoiam a sensibilização sobre o significado do Movimento, e participam na estrutura existente de comunicação global de alguma forma enquanto fazem isso. O Movimento é predefinido como um esforço educacional criado pela rede de voluntários defendendo a saída do sistema econômico monetário e a entrada na EBR usando a ciência e a tecnologia para a gestão sustentável dos recursos da Terra. Fora isto, nós temos adotado o modelo similar ao Movimento dos Direitos Civis, e nossa abordagem não-violenta, para criar a mudança, foi inspirada por figuras como Mohandas Gandhi e Martin Luther King Jr. Ambos os indivíduos são famosamente conhecidos por seus métodos de resistência não-violenta para ganhar atenção e criar oportunidades de educar outros sobre novas possibilidades, a fim de facilitar uma mudança cultural nos valores que apoiam uma mudança positiva.

As expectativas da atividade do capítulo dentro do Movimento devem levar em conta a natureza do trabalho, feito sobre uma base voluntária, por indivíduos intrinsecamente motivados, que estão adicionando o trabalho a suas agendas já lotadas. Se, a qualquer momento, uma pessoa é incapaz de contribuir com seu tempo e trabalho devido à família, à saúde, relocação, trabalho, ou a outros assuntos pessoais, espera-se que eles possam optar por descontinuar, ou, pelo menos, dar uma pausa em seu trabalho voluntário. As expectativas de um coordenador, portanto, precisam permitir ciclos variados de produtividade que reflitam uma rotação contínua de novos voluntários entrando, e alguns voluntários experientes saindo, em uma base contínua. Por esta razão, nós tentamos automatizar e padronizar o máximo possível as nossas comunicações, para que possamos facilmente manter o ritmo com novos voluntários. Apesar das tentativas em facilitar o funcionamento do Capítulo, um certo nível de paciência e criatividade na solução de problemas são necessários quando se trabalha dentro das limitações de voluntários e recursos.

O Que Esperar como um Coordenador de Capítulo

As ideias deste Movimento são evidentes por si mesmas e, como resultado, apoiadores que se dispõem voluntariamente para serem coordenadores de um Capítulo podem esperar que as outras pessoas se entusiasmem e sejam solidárias, uma vez que são expostas e direcionadas à informação. Infelizmente, encontrar voluntários com o mesmo nível de aceitação e compreensão, tendo tempo livre para contribuir, e que estejam realmente dispostos a dedicar seu tempo livre neste sentido, não é tão fácil. Ao invés de se frustrar com este tipo de coisa, compreenda que tais coisas não acontecem devido a quaisquer deficiências de com quem você está lidando, mas, sim, devido ao design social do Zeitgeist por si mesmo, o que significa dizer que a maioria de nós é coagida ou pressionada a viver em uma forma de escravidão assalariada aflita e desviada. Como nosso sistema socioeconômico atual continua a quebrar, as pessoas estão preocupadas com sua própria sobrevivência: pagando suas despesas, tornando-se capazes de sustentar suas famílias,

cuidando de necessidades básicas. Além disto, muitas pessoas têm suportado a vida na condição de serem apenas trabalhadores e consumidores, permitindo que outros tomem as decisões por elas, ao invés de adotarem práticas educacionais auto-dirigidas e questionarem as instituições estabelecidas. É por isto que algumas culturas diferenciadas, de algumas regiões geográficas, são mais preparadas, estando abertas a aprender novas e progressivas informações, do que outras culturas/regiões, talvez devido à maioria ter algum nível de consciência social ou simplesmente mais tempo disponível para se dedicar ao processo. Com esta compreensão, é importante não desanimar se você se sentir assim enquanto espera por voluntários para ajudá-lo com o planejamento e a execução de eventos de sensibilização e outras atividades. Inicialmente, todo capítulo começa com pelo menos uma pessoa fazendo algum tipo de esforço para compartilhar seu conhecimento com outros de alguma maneira. Alguns capítulos têm apenas uma pessoa, divulgando informações durante um ano, antes de que eles tenham outros ajudando e fazendo o capítulo crescer. O que realmente importa é que você esteja fazendo um esforço para informar pessoas sobre onde elas podem descobrir mais sobre soluções para os problemas que elas percebem, se estiverem interessadas. Você está plantando sementes que podem demorar um pouco para crescer. Coordenadores que são determinados, motivados e sentem prazer em simplesmente gerar discussões onde eles estão e desfrutar de reuniões com novas pessoas, tendem a aproveitar melhor seu tempo ao começar algo.

Às vezes é tentador querer reproduzir todos os grandes eventos que outros capítulos estão fazendo, pois você deseja um evento semelhante na sua comunidade. Contudo, é importante ter ciência dos seus limites e planejar eventos em uma escala proporcional ao atual nível de interesse da comunidade onde você está. O caminho sugerido é iniciar com pequenos eventos na rua, em cafés, em bibliotecas públicas ou em centros comunitários. Então, conforme o capítulo for crescendo e os voluntários forem estando mais capacitados, será possível planejar eventos de maior abrangência. É útil reconhecer que é melhor planejar um evento para 30 pessoas e deixar algumas de fora por lotação esgotada, do que gastar muita energia e recursos esperando atingir 500 pessoas, com alta tecnologia, em um evento que receba apenas 20 pessoas. É mais seguro planejar, então, a utilização dos recursos proporcionalmente ao nível de interesse da comunidade, para um melhor aproveitamento da capacidade do seu capítulo; mesmo que você tenha que deixar algumas pessoas de fora, isto pode servir simplesmente como um feedback, para saber se o próximo evento será do mesmo tamanho, ou se poderá ser um pouco maior, para acomodar mais pessoas. Muita gente inicia apenas virtualmente, através de reuniões regulares online em um canal no Teamspeak, antes de realizar reuniões presenciais. Todavia, é importante que, sempre em estágios iniciais, indivíduos se sintam confortáveis fazendo boca-a-boca de rua ou ativismo no nível da comunidade, ou mesmo pequenas reuniões para começar a manter contato com as pessoas dentro da área da sua comunidade.

1.4. Foco central de um capítulo

Como um capítulo, o foco principal deve ser educar e gerar sensibilização com eficiência em uma determinada área. Capítulos têm diferentes níveis e, para cada um deles, há um foco específico. Estes principais focos são:

- **Um Capítulo Nacional** deve focar na criação de ferramentas essenciais e organização para o desenvolvimento dentro dos capítulos regionais, traduções e organizando, criando, desenvolvendo e adaptando conteúdo para sua região, a fim de ser utilizado no ativismo dos capítulos locais.

- **Um Capítulo Regional** deve ter foco em auxiliar o capítulo nacional na responsabilidade de expansão dentro das várias cidades da região, dando suporte direto, orientando e promovendo o seu desenvolvimento. Primeiramente, dependendo do tamanho da região, um capítulo regional deve-se parecer com um capítulo local, enquanto cresce o suficiente para ser dividido em um número maior de capítulos localizados na mesma região.

- **Um Capítulo Local** deve ter foco em ser constantemente ativo na área local, tipicamente um bairro, cidade ou campus universitário, consistentemente organizando eventos, sempre tentando chamar a atenção e se fazendo ouvir.

O Movimento Zeitgeist não é um clube. É uma campanha mundial de sensibilização massiva. O resultado da criação de um capítulo local é trazer o ativismo do Movimento pro nível da comunidade -- literalmente no quintal "das massas". Um número crescente de pessoas já assistiram aos filmes *Zeitgeist Addendum* ou *Moving Forward* e sentiram uma conexão com a mensagem que estes documentários transmitiram. É muito importante, entretanto, que os capítulos levem esta mensagem de esperança para FORA da internet e das telas em todo o mundo, e tragam isto diretamente às pessoas. Apenas isto trará a mensagem de que todos podem participar e fazer parte disto. Todos podem sentir a conexão e se envolver em qualquer nível que quiserem.

Outro fato importante que vale ressaltar, sobre seu capítulo local, é que ele funciona como um medidor do crescimento do Movimento Zeitgeist em todo o mundo. Conforme estes capítulos locais se expandirem, assim será com a mensagem e o entusiasmo. Conforme as pessoas ao redor do mundo continuarem percebendo o crescimento do Movimento, elas estarão ansiosas para saberem mais sobre, e se envolverem mais com seus conceitos. Estes capítulos locais, portanto, fortalecem todo o movimento, sendo, literalmente, a conexão com o povo. Com o tempo, esta rede crescente de conexões em nível mundial alcançará uma massa crítica.

Uma preocupação comum neste ponto deve ser, "*Talvez eu não esteja em uma localidade suficientemente grande para ter um capítulo...*" Isto está absolutamente errado. Capítulos são necessários em TODO LUGAR. Se, por exemplo, você mora em uma cidade pequena com uma população de 1200 habitantes ou menos, e você está certo e motivado pelos princípios do Movimento, então você precisa iniciar um capítulo. Mais uma vez, isto irá mostrar que o Movimento está em todo lugar; que as pessoas em TODOS os lugares estão dispostas a entrar em ação. Nenhum lugar é tão insignificante que deva ser deixado de fora, enquanto pessoas que vivam lá estejam motivadas para sensibilizar e instigar a mudança.

Sua função com seu capítulo é simplesmente estar lá; estar lá como uma presença na comunidade. É de extrema importância tornar-se parte da sua comunidade. Estabelecer uma base em uma pequena feira-livre, ou em um grande festival público de música, e em todo evento que você puder organizar. Esta presença é o que faz de você um capítulo do Movimento Zeigeist.

Sempre tenha em mente que o Movimento Zeigeist é uma campanha de sensibilização massiva que tenta apresentar-se ao público em geral com uma mensagem alternativa ao sistema atual. A maneira pela qual somos capazes de avaliar se esta mensagem está chegando é inicialmente pelo número de criação de novos capítulos, e, de maneira secundária, pelo número dos "membros" dentro de cada capítulo e o aumento do seu número de membros ao longo do tempo.

- O Membro

É importante esclarecer o significado do termo "membro." Um membro do capítulo local será alguém que "se inscreveu" neste capítulo local, o que significa que ele enviou sua inscrição ao website e/ou lista de discussão do seu capítulo. Se o capítulo tem 50 ou 100 ou 250 "membros," eles são simplesmente pessoas que se inscreveram desta maneira. É um processo extremamente simples no qual não existe nenhum obstáculo, e os membros não precisam pagar qualquer "mensalidade". Estas pessoas não são obrigadas a assistir reuniões, ou estarem disponíveis a todos os chamados do capítulo, ou sempre participarem de quaisquer maneiras se eles não quiserem. Se seu objetivo é o envolvimento máximo, então, na realidade, isto vai se tornar rapidamente muito frustrante, caso a maioria dos membros não tenham o mesmo nível de participação. Contudo, você pode ter certeza que esta silenciosa maioria dos membros, de fato, defende o Movimento independentemente de quão visível sua contribuição possa ser. Muitos fazem algo em suas próprias esferas e interações, em suas conversas, até mesmo em suas próprias mentes; o que é um importante ponto de partida para a necessária mudança de consciência.

Uma coisa que a maioria destes indivíduos, destes "membros" ou inscrições, tem em comum, é que eles viram os filmes "Zeitgeist" e/ou uma ou mais palestras online do Movimento Zeigeist, e se sentiram tão conectados com a mensagem que eles "inscreveram-se" e se tornaram "membros". Este é um exemplo do sucesso da mensagem do Movimento, e estas inscrições são fortes indicadores deste sucesso.

Haverá dois grandes grupos que compõem o seu capítulo. Seus membros ou inscrições e sua equipe "central". Você não deve se preocupar muito com suas inscrições pois este não é o seu foco principal. É sua equipe central que se tornará a espinha dorsal do seu capítulo. Uma vez iniciada, a equipe principal é a auto-realização dos indivíduos focados e dedicados que "pegam" e consistentemente se apresentam às reuniões do capítulo, eventos, e assim por diante. Este é um time que fará o capítulo local se manter vivo, e trabalhará para trazer uma grande e expressiva presença dentro da sua comunidade.

Como se desenvolve uma equipe "central"? Bem, é você inicialmente; e isto se tornará um grupo de todos os membros chave que entrarem no seu capítulo e sentirem que precisam entrar em ação, e quem, conseqüentemente, tiver um forte compromisso em criar uma presença na comunidade. Tais indivíduos vão aparecer por conta própria; você não necessariamente precisa identificar e/ou recrutá-los pois já estarão motivados e irão se

aproximar de você. Como uma declaração geral eles também são todos auto-gerenciáveis (conforme o tema holográfico apresentado acima), eles já são acelerados, e eles sabem instintivamente o que precisa ser feito. Idealmente um grupo central consistirá de dois a oito indivíduos que trarão seus talentos e forças para o capítulo. É importante compreender que uma equipe "central" não pode se tornar tão grande pois perde eficiência a partir de um certo ponto. Mais membros que entrarem em seu capítulo nunca irão participar nestes níveis. Para um nível médio de envolvimento, sempre há necessidade de voluntários que estão disponíveis e interessados em ajudar com eventos e atividades mais específicas.

Agora que você tem os fundamentos básicos de como é constituído um capítulo e como ele opera, esta seção conclui lembrando a palavra "*clube*". A principal razão para não se comportar como um clube é simplesmente que a conscientização envolve um crescimento constante, enquanto que "clubes" e "associações de clubes" aumentam e diminuem -- "aumentam" sendo crescimento positivo e "diminuem" sendo crescimento negativo. Se você conduzir seu capítulo como um "clube" ou "associação participativa" tenha em mente que um dia você poderá se deparar com um crescimento negativo, com alguns casos de "desinscrição", ou, no pior dos casos, o capítulo desaparecer quase por completo. Isto poderá deixar os membros restantes decepcionados e abatidos, e isto não será bom para ninguém.

2.

Criando um Capítulo Nacional

Nesta seção:

- [2.1. Reunindo Voluntários e Mídia Social](#)
- [2.2. Estabelecendo um Website e Ferramentas](#)
- [2.3. Organizando um Grupo Central](#)
- [2.4. Expandindo em Capítulos Regionais](#)

2.1. Reunindo Voluntários e Mídia Social

Obter voluntários para ajudar na criação de qualquer capítulo é uma vantagem importante para criar um capítulo forte. No nível nacional, enquanto tecnicamente apenas uma pessoa é necessária para estabelecer a estrutura do capítulo nacional, é muito importante obter toda ajuda adicional possível.

Para maximizar as chances de ter alguém para ajudar inicialmente na criação de um capítulo, um primeiro passo importante é descobrir se algo ou alguém *já está trabalhando* como um elemento do Movimento Zeitgeist dentro do seu país. Você pode fazer o seguinte:

- Pergunte à administração de capítulos

Assumindo que você já não tenha feito, envie um email para a Administração Global de Capítulos (AGC) em chapters@thezeitgeistmovement.com e informe que você quer criar um capítulo no seu país. Se alguém já contatou a AGC antes de você, você receberá o contato dele ou dela, além de outras orientações.

***Nota:** Assim como você acompanha todos os passos e recomendações na criação de um capítulo nacional que se seguem, por favor envie atualizações frequentes a chapters@thezeitgeistmovement.com com seu estágio atual de desenvolvimento bem como as escolhas ou questões que você tiver. A AGC tem coordenadores experientes para lhe dar sugestões e orientá-lo, e isto é uma vantagem inestimável.*

- Pesquisar por quaisquer grupos ou páginas nas redes sociais

Este é bastante simples, por exemplo: faça uma busca no Facebook com possíveis ocorrências de um grupo do Movimento Zeitgeist em seu país, por exemplo "Zeitgeist [seu país]" ou "Movimento Zeitgeist" traduzido em sua linguagem local. Se você conseguir algum resultado você deve tentar contato com o administrador da página (se for uma página), enviar uma mensagem privada (se for uma conta pessoal) e/ou postar seu pedido de ajuda (se for um grupo).

Outras redes sociais conhecidas incluem: Google+, Twitter, Myspace, etc. Não esqueça de checar se existe um grupo com o nome do seu país/região/cidade no site da Rede Movimento Zeitgeist (<http://www.tzmnetwork.com/>).

- Faça uma busca no Google

Embora seja muito raro, ainda é possível que você consiga informações úteis fazendo uma busca no Google usando os termos de pesquisa mencionados acima. Você pode achar alguém que realizou algum evento que aconteceu em seu país e promoveu em seu blog, ou que alguém já iniciou a criação de um site e ainda não entrou em contato com a AGC (chapters@thezeitgeistmovement.com).

- Pergunte ao Time Linguístico

No Time Linguístico, de vez em quando existem tradutores ativos em países que não tem capítulo. Enviando um email para o Time Linguístico (linguisticteam@gmail.com) você pode obter esses contatos que podem mais tarde ser um ativo muito valioso para ajudar com o futuro desenvolvimento de seu capítulo.

- Sua própria "comunidade"

Alguns capítulos dão início com um grupo de amigos que querem fazer algo. Se você sente que seus amigos ou conhecidos apoiam o Movimento, talvez você pode perguntar se eles querem participar e lhe ajudar.

Após você ter finalizado sua verificação seguindo os passos descritos acima, você será aconselhado a fazer o seguinte:

- Estabelecendo uma Página no Facebook

Criar uma página no Facebook, fazer upload de um logo, adicionar alguns aplicativos como página de boas vindas, e disponibilizar atualizações de conteúdo sobre o Movimento na região e/ou algumas novidades/atualizações da página global do MZ no Facebook.

Nota: *Evite criar uma conta pessoal para o capítulo, isto vai de encontro com os Termos de Serviço do Facebook e pode culminar na desativação do seu perfil no Facebook.*

- Criando uma conta no Twitter

Este é bem simples: crie uma conta, configure o perfil adequadamente (inclua o logo, URL, etc.). Como um bônus, você pode conectar esta conta à sua conta no Facebook; desta forma, um *post* no Facebook ou Twitter será publicado automaticamente nos dois.

- Criando um canal no Youtube

Isso é bem simples: crie um canal, suba alguns vídeos que estão traduzidos na sua língua. Depois que você fizer isso, escreva para chapters@thezeitgeistmovement.com, assim seu canal pode ser futuramente lincado ao canal do TZM Oficial.

Nota: *Por favor, respeite as diretrizes de violação de direitos autorais do Youtube; caso contrário, seu canal pode ser afetado negativa e permanentemente e seu status de parceiro imediatamente revogado.*

- Outras Redes Sociais

Você pode também participar em outras redes sociais que possam fazer sucesso no seu país. Só não esqueça de ter um pequeno fluxo de trabalho em sua mente ou anotações sobre a ordem na qual você vai atualizar o conteúdo das suas redes sociais, porque quanto mais você tiver, mais você terá que repetir a mesma ação a cada vez que você quiser postar uma atualização.

Uma Última Nota na Ajuda: *Quando pedir ajuda à AGC, tente ser o mais específico que puder. Por exemplo, tente detalhar em quais aspectos você quer ajuda, como trabalhar com o site, trabalhar com imagens, trabalhar com traduções, etc. Além disso, se for o caso, endereçar pessoas pelo nome, "To:" uma pessoa e "Cc." os demais. Desta maneira você reduz as chances de ser afetado pelo "efeito de responsabilidade difusa" (Veja "Organizando um Grupo Central" para maiores informações).*

2.2. Estabelecendo um Website e Ferramentas

Após estabelecer sua mídia social e conseguir alguma ajuda você deve proceder com a criação da base do seu capítulo, o site.

Onde estaríamos sem a Internet? Nós todos reconhecemos a importância desta poderosa ferramenta na organização de grupos ativistas e na facilidade em passar uma mensagem para uma grande quantidade de pessoas. É extremamente importante, portanto, manter um site para fornecer tais informações.

O site será seu ponto de referência onde novos visitantes aprenderão sobre o Movimento na sua própria região e idioma; onde apoiadores serão atualizados com notícias do Movimento; e onde membros interessados poderão contribuir, participar, comunicar e organizar.

***Nota:** Como parte do projeto estrutural do site do seu capítulo, um objetivo de longo prazo para se ter em mente é expandir com páginas de capítulos regionais possibilitando seus próprios sites.*

Adquirindo um bom Domínio (ou vários)

Antes de iniciar de fato a construção do site, primeiro você deve adquirir um domínio. Isto pode ser muito barato hoje em dia com domínios do tipo tzm-usa.org custando menos que \$10 por ano. Quando escolher um domínio é melhor fazê-lo com algo que descreve claramente o capítulo; um exemplo para Espanha pode ser:

- *movimientozeitgeist.es* < O "Zeitgeist Movement" traduzido e a extensão do domínio corresponde ao país - "es" para "espanha"

Contudo, extensões como .org são boas, e são, provavelmente, mais baratas de se registrar.

- *zeitgeistspain.org* < Simplesmente a palavra "zeitgeist" e o país onde se encontra o capítulo também formam um domínio apropriado.

Existem, é claro, outros possíveis domínios.

Como um extra, você pode querer comprar dois ou três domínios para hospedar suas páginas de campanha. Algo como *zday.es* é mais fácil de ser lembrado e usado em um flyer, por exemplo, do que *movimientozeitgeist.es*. Entretanto, com os domínios menores você poderá também configurá-los para redirecionar ao principal, ou, no mínimo, exibir um link para ele.

Nota: Quando utilizar um domínio específico para "campanhas", você precisa redirecioná-lo para a página específica da informação sobre aquilo que você esteja promovendo.

Criando um Site

Atualmente, um *template* que tem a maior parte do conteúdo estruturado e com um bom nível de funcionalidade é disponibilizado pela AGC. É relativamente fácil de manipular se você não tem familiaridade com desenvolvimento web, e é também visualmente profissional, com *design clean*. Entre em contato com a AGC para saber mais sobre este *template* (chapters@thezeitgeistmovement.com).

Com o *template* você tem três opções:

- a. Seguir as instruções e usar em seu capítulo.
- b. Usar isto como uma base para expandir a funcionalidade, etc.
- c. Desenvolver seu próprio site mas manter o *template* como uma referência principal para a estrutura do conteúdo e as funcionalidades que ele oferece.

Naturalmente cada opção tem seu nível de exigência de conhecimentos e habilidades no desenvolvimento web.

Sinta-se livre para construir em cima do *template* ou seja criativo na construção do seu próprio; contudo, por favor mantenha as diretrizes mínimas que se encontram em "Políticas do Movimento", seção que se encontra no final deste documento.

Para um site de capítulo ser eficaz, é necessário ter algumas características, incluindo:

- um design bom e profissional, com fácil acesso às informações
- um aspecto dinâmico, ex., atualizações constantes de conteúdo, notícias atuais, etc.
- alguma forma dos usuários se comunicarem uns com os outros, ex: blog, fórum, chat, etc.

Aspectos importantes para ter em mente

- Não subestime o poder dos usuários mal-intencionados (também conhecidos como *trolls*). Se você pretende ter um fórum, blog/sistema de comentários ou chat, tenha certeza de que você tem pessoal para moderação e para trabalhar na expansão do time. A última coisa que você quer é um palanque de ataques pessoais, material irrelevante, spam, etc. Isto não apenas afeta sua imagem pública, como é também um bom trabalho para a rápida "destruição" da comunidade virtual que você trabalhou para criar e manter.

- Coloque-se no ponto de vista do seu visitante e navegue no seu site.

Você não quer interromper a aprendizagem e a ajuda dos seus visitantes com brechas nas informações ou com uma navegação confusa. Na maioria dos casos uma navegação e um layout simples são as melhores escolhas.

- O site propriamente dito não é o seu capítulo, é apenas uma ferramenta.

Seu verdadeiro capítulo são seus membros, e nenhum site -- não importa o quanto é bonito e funcional -- pode ajudar seu capítulo a se manter e a crescer efetivamente se você tem uma estrutura de comunicação e organização não-funcional entre seu grupo central, para manipular os recursos e fazer as tarefas fluírem.

Estabelecendo Ferramentas

Simultaneamente à criação do seu site, você deve também priorizar a criação de ferramentas básicas que seu grupo central e os futuros membros ativos do capítulo irão utilizar para organizar documentos, arquivos, tarefas, etc.

Estas ferramentas são rápidas e fáceis o bastante de se criar. Sua utilidade, benefício, e sucesso depende da mentalidade de trabalho do seu grupo central, da sua sinergia construtiva e do seu grupo.

Sistema de documentação

Esta é a ferramenta que será uma importante espinha dorsal do núcleo do capítulo e de todos os projetos desenvolvidos. Enquanto é possível gerenciar um capítulo e sua organização sem isto, existem fortes vantagens em ter um sistema de documentos centralizado e organizado.

Com um sistema de documentos como Google Docs, você pode ter tudo organizado em pastas e sempre encontrar algo sem ter que procurar por um link ou anotá-lo. Você pode também compartilhar documentos com algumas pessoas e trabalhar de maneira colaborativa com tarefas comuns como criação de formulários, planilhas, documentos em texto, *slideshows*, etc.

Para configurar uma pasta para seu capítulo basta enviar um email para a AGC em chapters@thezeitgeistmovement.com solicitando que seja incluído ao "Sistema de Documentação Global MZ." Quando for adicionada você receberá algumas instruções sobre como utilizar isto.

Um Sistema de Gerenciamento de Projetos

Criar um Sistema de Gerenciamento de Projetos (PMS) pode ser muito útil para seu capítulo, especialmente se ele crescer muito, abrigando vários projetos ao mesmo tempo.

Existem dezenas, se não centenas de soluções possíveis nesta área: contudo, Open Atrium é conhecido e utilizado no Movimento por vários capítulos e times pelas ferramentas e funcionalidades que oferece, assim como a facilidade em ser utilizado. Open Atrium é uma plataforma de código aberto (*open-source*) projetada especificamente para fazer grandes equipes se comunicarem melhor. É um sistema de intranet em um pacote com as seguintes características: um blog, uma wiki, um calendário, uma lista de tarefas (to-do list), uma shoutbox, e um painel de controle para gerenciar tudo. Um pacote de instalação "adaptado" do Open Atrium com exemplos básicos da organização do capítulo e de projetos está atualmente incluso no pacote do *TZM Chapters Template* como um extra.

Nota: Não encare o PMS como a solução para todos os seus problemas de organização: um bom PMS não vai lhe salvar de uma má organização e/ou disciplina de trabalho, ou a falta disto.

Um Sistema de Armazenamento de Arquivos

Assim que o seu capítulo começar a crescer haverá uma grande necessidade de se ter um lugar comum onde os arquivos serão armazenados e organizados. Estes arquivos podem ter várias finalidades, contudo, a maioria deles é utilizada para transferir arquivos de projetos e hospedar arquivos que são frequentemente baixados através do site do capítulo, evitando que seja carregado da sua hospedagem pessoal. Ter um sistema de armazenamento comum é muito fácil e para isso existem uma gama de opções. Dependendo das suas necessidades, você poderá escolher o que acha melhor para adicionar ao seu capítulo. Alguns dos serviços mais comumente utilizados pelos capítulos no Movimento são Dropbox e Mediafire.

2.3. Organizando um Grupo Central

Como nós todos sabemos, não é suficiente ter um grupo de pessoas que querem ajudar. Deve haver um mecanismo para que eles sejam capazes de ajudar com eficiência e de maneira organizada, e com este objetivo em mente nós alcançamos a etapa em que um núcleo precisa ser estabelecido.

Antes de entrar em detalhes sobre como formar um núcleo, aqui estão alguns pontos importantes:

O que é atividade síncrona e assíncrona?

Muito simples, atividade síncrona requer que os participantes estejam em um determinado local trabalhando juntos ao mesmo tempo, enquanto que uma atividade assíncrona é uma na qual qualquer participante pode trabalhar, sempre que desejar, no momento que ele escolher, independente da atividade dos outros.

Um exemplo de atividade síncrona é a reunião em um local físico. A concentração de um grupo de indivíduos que permite discutir tópicos em uma reunião pessoal, cara-a-cara, tem suas vantagens. Entretanto, reunir-se "em torno de uma mesa" não é sempre possível para todos que desejam participar por causa de conflitos na agenda, obrigações pessoais e compromissos, e assim por diante. Reuniões cara-a-cara também excluem aqueles que querem contribuir mas moram em um lugar distante do local da reunião.

É aí que entram as reuniões online. Estabelecer uma presença online ajuda a fortalecer a interação do time devido à continuidade fornecida além da reunião pessoal. Também permite a participação diretamente do conforto da sua casa, criando um ambiente que independe de variáveis de tempo e espaço para acomodação de seus participantes, permitindo assim uma participação "assíncrona". Por exemplo, um membro pode contribuir com ideias às 3h da tarde e outro pode continuar o trabalho às 3h da madrugada.

O que é o efeito "difusão da responsabilidade" e por que isto é tão importante?

Difusão da responsabilidade é um fenômeno socio-psicológico pelo qual uma pessoa é menos propensa a assumir responsabilidade por uma ação ou omissão quando outros

estão presentes. Considerada uma forma de atribuição, o indivíduo assume que, ou outros são responsáveis pela tomada de ação, ou já a fizeram. Esse fenômeno tende a ocorrer em grupos de pessoas que já possuem um tamanho crítico e onde as responsabilidades não são explicitamente descritas. Raramente acontece quando a pessoa está sozinha; difusão tende a aumentar com grupos de três ou mais.

Este efeito acontece mais frequentemente do que imaginamos. Dentro do movimento tem se manifestado de várias maneiras:

- Nenhuma produtividade ou acompanhamento depois de uma grande ideia/discussão porque ninguém pegou a responsabilidade para si ou se dispôs a isto.
- Nenhum acompanhamento ou execução organizados depois de algumas grandes tarefas e pautas discutidas em reunião. Isto pode acontecer sempre que o projeto é gerenciado por duas ou mais pessoas, ou se membros rejeitam a "função de gerente".
- Poucas respostas quando se procura por voluntários através do envio massivo de emails. Tem-se percebido que procurar individualmente (ou pelo menos dar a impressão de fazer isto) parece produzir mais resultados positivos.

Compreender e identificar este efeito é crítico no ativismo, uma vez que isto pode fazer a diferença entre muita conversa e pouco resultado ou realmente tomar medidas eficazes. Você pode procurar e ler mais sobre este fenômeno na Wikipedia se estiver interessado em se aprofundar sobre o assunto.

Formando um Núcleo no Capítulo

Quando você formar um núcleo do capítulo alguns aspectos importantes devem ser considerados:

- Definir o Coordenador de Capítulo e Responsabilidades

Em primeiro lugar, ao definir o núcleo do Capítulo você deve iniciar pelo coordenador. Sem isto seu capítulo está fadado à desorganização permanente pelo simples fato de que ninguém terá responsabilidade em fazer as tarefas principais de manter e desenvolver o Capítulo.

Então o que faz um coordenador de capítulos na realidade? Ele/ela:

- a) organiza e gerencia informações dentro do capítulo (incluindo relatórios e reuniões)
- b) se mantém informado das atividades do Movimento, e informa aos demais membros
- c) dá suporte e sugestões aos gerentes de projetos dentro do Capítulo
- d) analisa e valida sub-capítulos, coordenadores e propostas de projetos no Capítulo
- e) assegura a eficiência e integridade da representação do Movimento como um todo pelo site e ativismo
- f) é responsável pelo uso apropriado e privacidade da lista de email do Capítulo e outros dados administrativos importantes
- g) assegurar um ambiente sem conflitos e orientado para o trabalho e, se necessário, atuar como mediador dentro do Capítulo
- h) gerenciar a lista de endereços de email do Capítulo

Nota: *Você pode ler mais sobre coordenação na seção ["Dicas para Coordenadores"](#) na versão online do guia (em inglês).*

- Capítulos com subcapítulos

Em grandes Capítulos com subcapítulos, o coordenador deve também focar no apoio e crescimento de cada um, no desenvolvimento dos seus projetos e manter um bom fluxo de informações.

- Múltiplos coordenadores

Em caso de múltiplos coordenadores, você deve fazer ao seu time as seguintes perguntas:

- Quem irá ajudar no desenvolvimento dos subcapítulos?
- Quem irá integrar o gerenciamento de projetos e certificar-se de que os projetos estão sendo desenvolvidos apropriadamente?
- Quem irá manter e atualizar o website do Capítulo e dos subcapítulos?
- Quem irá organizar as reuniões do Capítulo, manter e organizar os relatórios, interagir com o movimento global relatando e transmitindo as informações pra lá e pra cá?

Como pode ver acima, é importante deixar claras as responsabilidades de cada um. Atribua a alguém a tarefa de checar que itens cada pessoa assumiu como responsabilidade e se estão sendo feitos, e se não, por que não, e quais soluções alternativas estão disponíveis. Em outras palavras, esta pessoa terá a função de gerenciar o grupo internamente.

- Definir um Time Linguístico

Em um Capítulo nacional, o Time Linguístico é de fundamental importância, especialmente em países onde o idioma nativo não é o inglês. A falta de conteúdo disponível em determinado idioma nativo invariavelmente leva à inadvertida exclusão de pessoas que podem não entender inglês muito bem, e conteúdo que é traduzido incorretamente frequentemente leva à falta de compreensão e/ou interpretações incorretas.

O Time Linguístico já dispõe de coordenação, ferramentas, manutenção e experiências necessárias para que seu capítulo possa rapidamente se desenvolver e tornar-se produtivo à medida que seu grupo está pronto para engajar-se. Na maioria dos casos, um time linguístico já existe para seu idioma, que dispõe de um relatório de progresso mostrando tudo o que já foi traduzido, além de uma lista de materiais em aberto que estão esperando tradução do inglês (Perceba que todos os materiais devem primeiro passar pelo Departamento de Inglês do Time Linguístico para revisão antes de estarem disponíveis para tradução).

É necessário aos coordenadores de capítulo identificar quais membros são aptos a ajudar com as seguintes tarefas: tradução, revisão, coordenação geral com os coordenadores do Time Linguístico oficial e transmissão de informações relevantes aos participantes dos projetos do seu capítulo, ajudar novos membros, certificar-se dos progressos nas traduções, manter o controle dos recursos humanos, etc.

Geralmente quando um Capítulo começa, o "papel de tradutor" é confiado a uma única pessoa; entretanto, conforme o capítulo cresce ele pode precisar ser dividido entre 2 ou 3 coordenadores. Neste caso é MUITO importante definir as sub-tarefas de cada coordenador. Toda definição de funções deve ser coordenada pelo Coordenador do Time

Linguístico oficial, pois eles são os responsáveis por supervisionar todas as atividades dentro do Time Linguístico.

Para contatar o Time Linguístico Global, mande uma mensagem para: linguisticteam@gmail.com.

- Definindo o time de multimídia

Ao contrário do Time Linguístico, é muito provável que este seja o menor time, e com uma área de responsabilidade maior na qual um ou um pequeno grupo de membros vão atuar. Simplesmente, o aspecto multimídia tem a ver com a realização de tarefas que estão relacionadas ao design gráfico e a edição de áudio e vídeo.

Isto é importante porque a imagem pública é uma grande e importante peça do Movimento como um todo. Se você pode ter conteúdo produzido com nível profissional em flyers, pôsters e coisas do tipo, você será imediatamente tratado com muito mais credibilidade. Do mesmo modo, nem todo mundo no Movimento é um designer gráfico profissional ou sabe trabalhar efetivamente com as ferramentas. Tendo esse processo centralizado e simplificado para cópia/adaptação, você pode evitar muita dor de cabeça e economizar muitos recursos e ainda assim conseguir uma boa aparência.

- Definindo a Equipe RP

A Equipe RP entende-se por "Relações Públicas". RP é a área de atividade que inclui redação, declarações públicas, e aperfeiçoamento da comunicação/imagem pública do capítulo pelo *brainstorm* e proposição de campanhas de ativismo que capítulos locais assumirem.

Assim como os outros times, a equipe de RP necessita de alguém para se organizar e quanto mais cedo esta pessoa for identificada, melhor.

As pessoas que inicialmente entrarem nesta equipe serão importantes, não apenas serão os mais adequados do que a maioria dos membros ativos para este papel, mas irão também desenvolver um sistema para a manipulação massiva de mídia para a eficiente compreensão do Movimento. Geralmente as pessoas que participam nestas funções são envolvidas com marketing, relações públicas, ensino, vendas, atendimento ao cliente, etc.

- Definição de Fluxo de Trabalho dos Recursos Humanos: "Times" e "Projetos"

No que diz respeito à esta questão de estruturação, uma questão importante é muitas vezes esquecida, que é: Seu Capítulo deve ter times com projetos associados, ou projetos nos quais várias equipes trabalham?

Dada a natureza do voluntarismo no Movimento, criar uma equipe é realmente um trabalho duro porque membros ativos vêm e vão e podem retornar mais tarde ou não (dependendo do estado das suas vidas pessoais), e nem darem satisfação sobre o trabalho que fizeram, ou deixaram de fazer. Ter uma equipe com responsabilidade em organizar projetos específicos para cada equipe põe um tremendo estresse no(s) organizador(es) do time, e mais, dada a natureza de alguns projetos, às vezes habilidades interdisciplinares são necessárias. Analisando a situação e observando um breve histórico das equipes dentro do

Movimento, parece claro que times com projetos operando "sob eles" não aparentam trabalhar com muita eficiência.

Felizmente, enquadrar projetos como catalisadores para formar equipes temporárias que vêm da base ou fonte de recursos parece gerar melhores resultados. A fórmula é muito simples; isto consiste na definição de um objetivo e sua reação, reunindo voluntários e organizando tarefas, completando suas tarefas e finalizando seus projetos.

Neste cenário o papel da equipe não é obsoleto; é, na realidade, o contrário. Uma equipe de uma determinada disciplina serve como uma base de recursos para formar times multidisciplinares que trabalharão em um projeto. Por exemplo, projeto X necessita de 1 designer gráfico, 1 programador, e 2 tradutores. Isto quer dizer que o organizador da Equipe Multimídia informará todos os membros aptos do seu banco de dados, e tentará garantir um voluntário para o papel, e este mesmo método será aplicado, neste exemplo, às Equipes Linguística e de Desenvolvimento.

Nota: *Existe uma exceção à esta regra; o time linguístico parece perdurar muito bem por si só em ambos os métodos uma vez que o fluxo de trabalho seja bem padronizado (correção, tradução, revisão e publicação). Isto pode indicar que quanto mais simplificado e repetitivo seu fluxo de trabalho, um maior êxito será alcançado.*

2.4. Expandindo em Capítulos Regionais

O objetivo do coordenador do Capítulo nacional é auxiliar os coordenadores regionais a desenvolver capítulos através do fornecimento de recursos úteis e uma plataforma para compartilhamento de ideias e suporte mútuo via reuniões online. Além disso, coordenadores nacionais são responsáveis por repassar informações originadas de reuniões globais no ativismo que está acontecendo em escala global, como eventos globais (Por exemplo, Z-Day, Zeitgeist Media Festival, etc) e campanhas especiais de sensibilização (por exemplo: Porque eu Defendo, Projeto Multimídia Zeitgeist, ZeitNews, etc).

Coordenadores Regionais/Estaduais:

- Moram no país/estado que estão coordenando
- Estão muito familiarizados com os filmes da série Zeitgeist, com o Guia de Orientação ao Ativista e as palestras de Peter Joseph, e se sentem confortáveis respondendo perguntas sobre um modelo de economia baseada em recursos global, porque é necessário e desejável
- Ter acesso regular à um computador e email
- São adeptos reais que são conhecedores e dedicados à direção do movimento
- São pensadores orientados à solução que prosperam em projetos colaborativos e mantém os outros motivados
- Se sentem confortáveis coordenando vários eventos na sua área local, incluindo apresentações, reuniões em câmaras municipais, ativismo de rua e em festivais, etc.

Coordenadores regionais/estaduais são voluntários que repassam informações do MZ compartilhadas pelos coordenadores globais/nacionais à membros dentro das suas respectivas regiões. Eles mantêm reuniões (online, presenciais, ou ambos), atualizam conteúdo do site, enviam *newsletter*, respondem emails de membros e outros coordenadores, às vezes organizam eventos locais de ativismo, podem auxiliar no desenvolvimento de subcapítulos municipais e universitários, participam em relatórios mensais do Capítulo, podem falar ou representar o Movimento em eventos locais e participar de reuniões do Capítulo nacional via TeamSpeak para se manterem atualizados sobre as iniciativas do Movimento (se sua agenda não permitir a participação ao vivo em reuniões, eles podem conseguir as gravações após as reuniões).

Você sabe que está pronto para expandir para um Capítulo regional quando alguém mostra interesse em assumir o papel, preenche as qualificações necessárias para o papel e está comprometido com as responsabilidades do papel. Podem existir pessoas que demonstram interesse em estabelecer atividade de um Capítulo em sua área, entretanto, não é adequado ao papel - talvez porque lhes faltam habilidades de comunicação necessárias, não são confiantes em transmitir os objetivos e características do Movimento e do conceito MEBR, ou, talvez, porque eles têm uma agenda alternativa que pode levar a um conflito de interesses. É importante ser perspicaz quando preparar novas pessoas para papéis de coordenação pois se você não conseguir o tipo certo de pessoa, isto poderá ser potencialmente prejudicial para o Capítulo, e, por sua vez, o Movimento como um todo.

3.

Criando um Capítulo Regional

Nesta seção:

[3.1. Visão Geral](#)

[3.2. Começando](#)

[3.3. Mantendo o Foco](#)

3.1. Visão Geral

As particularidades de um Capítulo regional são de que este pode ser formado como uma expansão de um Capítulo de cidade ou como uma subdivisão de um Capítulo nacional. Também pode ser o caso de um Capítulo regional ser configurado como uma medida provisória e como uma forma de facilitar a atividade e comunicação em áreas pouco povoadas onde, inicialmente, haja muito poucas pessoas em uma cidade para estabelecer um Capítulo local, mas que haja, contudo, interesse suficiente distribuído numa região. Esta pode ser uma situação mais familiar para os Capítulos em países grandes com pequenas populações espalhadas em zonas amplas com longas distâncias entre si, como Brasil, Austrália ou Canadá. O Capítulo regional está estruturado de uma maneira que reúne os Capítulos de cidades da mesma região, província, distrito ou estado. Ele também reúne pessoas de uma determinada região que vivem em cidades que ainda não tenham formado um Capítulo local.

Existem três formas através das quais os Capítulos regionais provavelmente se desenvolverão:

- 1) Do centro para fora, conforme o número de Capítulos locais em um país aumenta até o ponto em que seja necessário, por razões de coordenação, que se dividam de acordo com a região, objetivando a distribuição da carga de trabalho e facilitando uma boa comunicação.
- 2) De cima para baixo, conforme o Movimento Zeitgeist ganha força dentro de um país e o interesse cresce a um ponto em que várias regiões desejam estabelecer suas próprias atividades. Estes Capítulos regionais tendem a ficar gradualmente mais e mais localizados, à medida que o interesse e a atividade aumentam, e os números cresçam, nas mais variadas localidades.
- 3) De baixo para cima, conforme os Capítulos percebem que, com o crescimento, trabalho em grupo e colaboração passam a ser cada vez mais úteis e uma plataforma de trabalho regional é estabelecida para facilitar isto.

É preciso ressaltar que, não importando se um Capítulo regional se desenvolva do centro para fora, de cima para baixo, ou de baixo para cima, é de suma importância que a comunicação com a coordenação nacional se mantenha. Tal comunicação é essencial para o bom funcionamento de um movimento interconectado mundialmente, já que facilita o desenvolvimento de ideias e projetos assim como a prestação de apoio a cada Capítulo. Se todos os Capítulos estão efetivamente conectados em rede e os recursos de apoio são igualmente acessíveis, reduz-se a carga de trabalho de cada Capítulo, e todos serão igualmente responsáveis pela integridade do Movimento.

3.2. Começando

No início, um capítulo regional se assemelha aos processos de um Capítulo de cidade, devido ao tamanho relativamente limitado e à cobertura geográfica. As únicas maiores diferenças são que um Capítulo regional:

- Reúne membros das várias cidades de uma região;
- Está focado na expansão (na criação de mais Capítulos de cidade).

De forma mais simples, o Capítulo regional é basicamente o primeiro "capítulo de cidade" em uma região, um capítulo que se centra na geração de mais capítulos de cidade ao seu redor. Portanto, além de ler essa seção, é recomendado que você também leia a seção do Capítulo de cidade.

Para começar, e supondo que ainda não haja um capítulo em sua região, por favor siga os passos listados abaixo:

1. Entre em contato com a coordenação do capítulo nacional

O título é auto explicativo. Se você não encontrar ou não receber resposta de seu Capítulo nacional, que deve estar listado em nossa lista oficial aqui: <http://thezeitgeistmovement.com/chapters> então entre em contato conosco por e-mail: chapters@thezeitgeistmovement.com, e comece a considerar criar um Capítulo em seu país.

Se você conseguiu entrar em contato, siga as instruções fornecidas na resposta.

2. Estabelecendo ferramentas de comunicação

Ferramentas de comunicação referem-se a qualquer meio virtual que forneça uma plataforma de troca de informações coletivas. Infelizmente pouca coisa pode ser mencionada aqui, já que o desenvolvimento destas plataformas estão de acordo com as ferramentas usadas pelos Capítulos nacionais, pois muitas ferramentas de comunicação usadas por Capítulos regionais são criadas pelos próprios Capítulos nacionais, que possuem necessidades diferentes.

Contudo, estas ferramentas de comunicação incluem, no mínimo, uma página no Facebook e um blog onde informações básicas podem ser difundidas ao público. Por favor veja o guia "Site de Capítulo" no final deste documento se você pretende criar um blog ou uma página similar.

Além disto, como coordenador em sua região, é necessário criar um e-mail dedicado ao seu Capítulo, além de uma tabela ou algum documento que contenha dados básicos dos Capítulos de cidade (como contatos, e-mails, meios de comunicação utilizados, coordenadores, etc).

3. Criar um plano ou guia de desenvolvimento e aplicá-lo na prática

Após informar o Capítulo nacional de suas intenções de forma adequada, seguindo as instruções, e criando um meio de comunicação para seu Capítulo regional, é hora de projetar um plano de desenvolvimento inicial.

O plano de desenvolvimento deve incluir, mas não se limitar a, detalhes como:

- Escrever e-mails promocionais e educativos e enviá-los para os assinantes de sua região que eventualmente já são assinantes dos e-mails do Capítulo Nacional (em alguns Capítulos você conseguirá facilmente centenas de destinatários)
- Usar a página do Facebook do Capítulo nacional para promover o seu Capítulo regional
- Atualizar suas mídias sociais (Facebook, blog) com conteúdo e notícias sobre o movimento
- Organizar uma reunião de planejamento e pequenos eventos que possam ser realizados
- Esboçar um fluxo de trabalho de como você planeja organizar e angariar voluntários na criação de Capítulos de cidade
- Investigar quais outras ações às quais seu Capítulo pode se juntar (por favor confira www.tzmchapters.net para mais ideias e campanhas globais acontecendo atualmente).

Este é o máximo que este guia pode te ajudar no momento. O que você fizer a partir deste ponto depende de suas habilidades criativas, de planejamento e de reflexão.

3.3. Mantendo o Foco

Quando se torna necessário estabelecer Capítulos regionais, ou quando estes surgem naturalmente, eles possuem a vantajosa alternativa de poderem coordenar atividades que ultrapassam os limites das cidades e de poderem ajudar na distribuição de informações das cidades para os Capítulos nacionais e vice-versa. Entretanto, o objetivo deverá ser sempre a criação de Capítulos de cidade, e até talvez "Capítulos de bairro", se possível, para poder criar atividades locais tais como reuniões e palestras. Os Capítulos regionais possuem, no geral, as mesmas funções que o Capítulo nacional, mas estas funções dependerão na geografia da região. Se for uma região pequena onde as cidades forem próximas uma das outras, uma das funções do Capítulo regional será organizar eventos regionais. Contudo, se for uma região grande onde cidades forem distantes uma das outras, o Capítulo regional deverá se focar em projetos virtuais e em angariar pessoas de diferentes cidades para criação de mais Capítulos de cidade na região. O Capítulo regional deve ser usado como uma ferramenta para expandir o Movimento, seja ajudando o Capítulo nacional a formar novos Capítulos de cidade, seja ajudando um Capítulo de cidade a crescer e angariar mais pessoas para formar outros Capítulos de cidade e regionais a fim de consolidar um Capítulo nacional.

4.

Criando um Capítulo Local

Nesta seção:

[4.1. Introdução](#)

[4.2. Passos Iniciais](#)

[4.3. Conseguindo Voluntários e Organizando um Núcleo de Trabalho](#)

4.1. Introdução

A estrutura de capítulos do Movimento Zeitgeist é nossa rede de comunicação oficial global, onde o foco está na comunicação dos entendimentos e objetivos do MZ através de esforços de ativismo de conscientização voluntário. Capítulos oficiais são reconhecidos como grupos automotivados de indivíduos que entendem as visões do Movimento e defendem as soluções propostas em nossos materiais. Esses capítulos locais estão focados em projetos de divulgação através da atividade de grupos coordenados e de interação social.

O que torna nossa estrutura holográfica é que cada capítulo defende a mesma linha de pensamento, raciocínio e conjunto de dados levando em conta as nuances culturais da população naquela área (linguagem, visão política dominante, estilo de vida e valores, etc) e encontrando formas efetivas e divertidas de comunicar a linha de pensamento àquela área.

Os capítulos funcionam através de uma rede de esforços coordenados por voluntários (como você) que escolhem ser parte da estrutura oficial, e participam através da comunicação com seu coordenador do MZ, respondendo às solicitações por email e organizando eventos locais de conscientização.

Nota sobre "oficial" versus "não-oficial": apesar desta estrutura ser o que chamamos nossa plataforma "oficial" de ativismo, esta não é a única forma de participar. Algumas pessoas não têm tempo ou podem querer participar de forma independente. Alguns podem desejar criar um grupo para outros propósitos (movimentos verdes, cidades transitórias, construir uma cidade, acesso à socialização, etc). Esses caminhos estão abertos à todos, mas não são o que os Capítulos do MZ tratam. Por favor, tenha isso em mente enquanto segue em frente. O propósito atual do movimento é ativismo de conscientização, educação e comunicação da informação em nossos materiais objetivando uma massa crítica global dos defensores de um sistema de valor científico.

4.2. Passos Iniciais

Pronto para os primeiros passos?

I. Já existe um capítulo em sua região?

É possível que já exista um capítulo em sua região. Para descobrir, visite www.mzbr.com.br e vá até o final da página para os links de países, estados e regiões que têm capítulos. Clique para ver se já existe um capítulo e, caso exista, junte-se a eles!

II. Se NENHUM capítulo existe em sua região:

Contate o coordenador da região acima da qual você reside. Por exemplo, se eu quero iniciar um capítulo na cidade de Los Angeles, Califórnia, EUA, eu procuraria primeiro por um capítulo de Los Angeles. Se não existir, então eu procuraria pelo capítulo estadual da Califórnia. Se novamente não existir, então eu contataria o coordenador nos EUA sobre iniciar um capítulo. O website do capítulo do seu país deve ter uma seção intitulada "envolva-se", "inicie um capítulo" ou "entre em contato" através da qual você poderá iniciar o processo de averiguação.

Se você descobrir que não há capítulo em sua região ou país, confira o website global para descobrir qual coordenador global é o mais pertinente a sua região. Questões iniciais podem ser enviadas para chapters@thezeitgeistmovement.com.

III. Propósito do Capítulo:

Nosso verdadeiro propósito com os Capítulos é engajar-se no ativismo de conscientização em nível de cidade e local. Se você está interessado em criar/coordenar um Capítulo em sua cidade, localidade ou região, aqui estão algumas linhas gerais para começar:

- É recomendado iniciar com pelo menos duas pessoas que desejem reunir-se regularmente em torno dos princípios do Movimento Zeitgeist, e que desejem engajar-se no ativismo de conscientização.
- Coordenadores devem ter entendimento do [Guia de Orientação do Movimento](#) ou Vídeo de Orientação ao Ativista (ambos em fase de atualização e em inglês).
- As atividades do Capítulo devem ser relevantes aos objetivos do Movimento: os Capítulos existem para discutir e promover uma conscientização do Movimento Zeitgeist e nosso conjunto compartilhado de entendimentos junto ao público.
- Capítulos oficiais precisam manter um website para facilitar e gerenciar a adesão de membros e divulgar eventos. Nós temos uma plataforma de Capítulo recomendada e podemos ajudá-lo a ficar online.
- Pedimos que qualquer website utilizado na qualidade de oficial permaneça relevante ao que o MZ trata e aos esforços de ativismo do capítulo (por exemplo, não divulgar organizações, projetos ou agendas externas como foco do website).
- É recomendado que os Capítulos sediarem um encontro ao menos uma vez ao mês para organizar projetos ou eventos de conscientização do MZ.
- Coordenadores devem participar do encontro online dos capítulos de sua "próxima camada" (estado, província, internacional). Usualmente, eles ocorrem online no TeamSpeak. Informação para conexão pode ser encontrada aqui: [Teamspeak Info](#).
- Coordenadores precisam manter comunicação com o coordenador de sua área maior.
- É necessário manter redes bem conectadas. Como um capítulo oficial, mantenha link com seu capítulo pai em reconhecimento da conexão. Em adição, o site de seu capítulo será listado na página do capítulo pai/estadual.

Como coordenador de Capítulo: Você expressa, através de seu desejo em ocupar a função, que você está de acordo com os pontos acima em relação ao papel de coordenador. Posições de coordenador são consideradas como "ABERTAS" se um coordenador se torna insensível à solicitações de e-mail, leva o capítulo a uma direção diferente da proposta pelo MZ (por exemplo, defendendo outras causas) ou se o Capítulo se torna adormecido (há pouca ou nenhuma atividade ou comunicação).

IV. Seu Capítulo está iniciado, e agora?

- Você precisa de uma plataforma web - trabalhe com o coordenador que você contactou inicialmente para criar uma plataforma web para seu Capítulo (se necessário).
- Crie seu próximo evento de ativismo de conscientização e coloque no calendário do seu Capítulo! Alguns exemplos:
 - Ofereça DVDs ou *flyers* do MZ em um festival, feira ou exposição
 - Faça uma exibição de Moving Forward ou Addendum
 - Crie um vídeo "[Por que Eu Defendo](#)"
 - Deixe cartões, brochuras ou DVDs nas saídas de serviços públicos para tornar disponíveis às pessoas
 - Participe do próximo evento global, por exemplo o Z-day ou o Festival de Mídia Zeitgeist
 - Una-se a outras organizações e movimentos promovendo a linha de pensamento do Movimento Zeitgeist (através de conversas, exposições, etc)
- Crie conteúdo a partir dos esforços de seu Capítulo; exemplos incluem artigos escritos, fotos e vídeos postados online. Fotos e vídeos de seus eventos e esforços são importantes por demonstrar e registrar a atividade de seu capítulo.
- Traga esse conteúdo para os encontros do MZ que você participa (como o encontro do Capítulo nacional ou internacional no TeamSpeak) para que ele possa ser republicado.
- Estar em comunicação é fundamental para criar um movimento global em rede. Assim, é importante ficar em comunicação com o coordenador do Capítulo na próxima camada acima da sua (geralmente de seu estado ou o coordenador nacional).

V. Recursos do Capítulo

Os seguintes recursos devem ser usados para assegurar que os membros de seu Capítulo são convergentes com os objetivos e valores do movimento e entendem completamente o conceito e objetivo de um modelo de Economia Baseada em Recursos. É de grande importância que o núcleo de qualquer Capítulo esteja confiante em sua habilidade de transmitir esses conceitos e objetivos já que eles deverão interagir com o público. Os vários recursos de mídia compilados como um projeto em andamento também auxiliam muito na tarefa de transmitir a mensagem do movimento.

Educacional:

- [Guia de Orientação ZM](#) (em fase de atualização)
- Website global: <http://www.thezeitgeistmovement.com/>
- Palestras, filmes e entrevistas: <http://www.youtube.com/user/TZMOfficialChannel>
- Website MZ Brasil: <http://movimentozeitgeist.com.br>
- Artigos republicados de coordenadores do MZ : <http://zmca.org/articles>
- Rede global de rádio TZM: <http://www.blogtalkradio.com/zmglobal>
- Site de tecnologia Zeitnews: <http://www.zeitnews.org/>

Mídia:

- Vídeos, gráficos, impressões e música para uso não-comercial: <http://www.zeitgeistmediaproject.com/>
- Blog TZM: <http://blog.thezeitgeistmovement.com/>

VI. Mantendo um Capítulo

Consistência:

É importante ter um ativismo consistente de forma no mínimo mensal, já que a consistência ajuda a manter o ímpeto. Um calendário é uma ótima ferramenta para isso já que possibilita aos membros manterem-se atualizados de quando as atividades ocorrem, para garantirem sua disponibilidade e se prepararem caso algum preparativo seja necessário. Essa consistência também facilita a integração do ativismo a um estilo de vida e cotidiano estabelecidos dos indivíduos, particularmente daqueles muito ocupados. Consistência e adesão também permitem que os membros sintam que o desenvolvimento do capítulo está sendo feito e que passos estão sendo dados para levar a resultados positivos. Se permite-se a atividade estagnar, isso pode ter um impacto muito negativo sobre a motivação e comprometimento dos membros.

Se um capítulo move-se devagar, ou não está crescendo a passo firme em tamanho, pode ser difícil manter o entusiasmo. Contudo, é importante não apressar o processo de construção de um capítulo sólido e, em vez disso, estabelecer uma rotina consistente que preencha aqueles que estão comprometidos com seu envolvimento. Não gaste muito tempo preocupado com "tamanho" quando partir para o ativismo. Comece pequeno e engaje-se em ações que estão dentro dos meios e recursos que você tem disponíveis. Deixe que a relevância combinada com a consistência da ação sejam prioritárias em relação a tamanho (* ver seção sobre expectativas - 1.3), e deixe que seu Capítulo se desenvolva a um passo que seja realista e gerenciável para seus membros.

4.3. Conseguindo Voluntários e Organizando um Núcleo de Trabalho

A espinha dorsal de qualquer Capítulo dentro do movimento é seu núcleo de voluntários ativos. Independente do tamanho do Capítulo como um todo, ou da região em que está baseado, o núcleo do capítulo consiste geralmente de um pequeno grupo de ativistas comprometidos. Você verá que membros vêm e vão, comparecendo a encontros e eventos esporadicamente, ou talvez consistentemente por um período de tempo, para então desaparecerem. Isso não é algo com que se preocupar já que é a norma em qualquer grupo ativista. Sua área de maior necessidade é o seu núcleo, e a necessidade de diferenciar aqueles membros que podem formar seu núcleo dos demais membros é de grande relevância quando é preciso assegurar-se que suas expectativas são realistas.

Ganhando Voluntários

Pode parecer solitário iniciar um novo Capítulo, e a tarefa de ganhar voluntários suficientes para ajudar de forma consistente pode parecer assustadora. Contudo, algumas ferramentas online são de grande ajuda para você começar.

Você deve estabelecer uma presença virtual tanto pelo website nacional de seu país como pelo estabelecimento de seu próprio site (em muitos casos não há necessidade disso, já que os Capítulos locais aproveitam espaço no website nacional de seus países). É importante postar regularmente notícias e atualizações referentes à atividade de seu Capítulo nesse website, assim você mantém uma presença pública online. Apesar de não ser necessário anunciar todo encontro fechado de planejamento que seu Capítulo faz, é válido fazer ao menos posts mensais no website listando as próximas atividades e eventos do Capítulo, em que potenciais voluntários podem querer se envolver.

Esse processo de divulgar sua atividade deve ser replicado em uma variedade de plataformas a fim de obter o máximo alcance. Significa que você precisará de uma presença ativa de mídia social via Facebook, Twitter e outras. Você pode querer ter uma página própria para seu Capítulo com apelo específico para aqueles na sua área imediata. Contudo, seja cuidadoso com mídias sociais, pois apesar de serem úteis ferramentas de publicidade, não são uma medida confiável da atividade de um Capítulo, já que muito do que acontece nas plataformas de mídias sociais não se traduzem em ativismo de rua. A página de um Capítulo no Facebook, por exemplo, pode atrair centenas ou até milhares de seguidores e ainda assim reunir poucos voluntários, quando o necessário é fazer eventos e encontros *offline*. Evite chatear-se com discussões baseadas em mídia social já que podem tornar-se um dreno de seus limitados recursos e frequentemente trazem pouca relevância ao que está acontecendo com seu Capítulo real, em oposição ao virtual.

Caso tenha acesso a uma lista de email ou é capaz de criar uma, isso também se mostrará útil em atingir voluntários que podem ter sido antes apoiadores dormentes do movimento. Uma boa ideia é postar informação em seu website e enviar para sua lista de email ao menos uma semana antes do período em que os encontros e eventos estão listados. Assim, potenciais voluntários serão capazes de fazer planos para favorecer sua participação. Com listas de email pode ser melhor fornecer uma lista das atividades mensais de uma só vez ao invés de produzir informação de forma fragmentada, que pode ser tratada como spam. Você pode experimentar progressos lentos na construção de sua lista de email se você confiar apenas em seu website para adesões. É importante engajar-se na interação pública de rua e aumentar o alcance através de encontros e eventos, ainda que pequenos no início, de forma a crescer sua base de membros com voluntários potenciais do capítulo.

Você pode querer alcançar outros Capítulos próximos também, especialmente se os membros anteriormente viajavam para participar de encontros em localidades próximas por não haver atividades de Capítulo local em que se engajar. Na Austrália, por exemplo, vários Capítulos locais foram iniciados como resultado da participação de seus membros em encontros ou eventos em cidades à algumas horas de distância de suas casas, onde tomaram a corajosa decisão em dar o próximo passo em atingir suas próprias comunidades e iniciar um novo Capítulo. Também é frequente ocorrer de várias pessoas na área estarem ansiosas por envolver-se, mas esperando que alguém estabeleça a estrutura das coisas. Coordenadores de Capítulos regionais ou nacionais podem inclusive fornecer-lhe detalhes para contato de pessoas que expressarem interesse em engajar-se em atividades de Capítulo em sua área antes do estabelecimento do seu Capítulo, mas que não eram capazes de assumir a tarefa de coordenação por si mesmas.

Uma vez que você tenha uma presença *online* ativa e linhas de comunicação robustas, você atrairá um conjunto de voluntários potenciais que irão contribuir para o desenvolvimento do seu capítulo. É vitalmente importante que você não negligencie essa base de membros, já que manter-se em comunicação constante lhe propicia o momento para entusiasmar e motivar seu capítulo. Também é importante criar uma rotina logo que possível para seu Capítulo de modo que a atividade dentro do movimento torne-se parte do estilo de vida de seus voluntários.

Núcleo

Você descobrirá que quando há grandes eventos acontecendo, vários voluntários que não são fortemente envolvidos no movimento ajudarão por um certo tempo de maneira mais ativa. Contudo, os voluntários mais comprometidos que formam sua equipe de núcleo para fins de planejamento serão aqueles que se esforçam para ir a todos os encontros e estão desejosos de ajudar com o que precisar, seja para algo de maior capacitação, como facilitar encontros, ou trabalhos mais leves, que poucas pessoas realmente gostam de fazer, como distribuição de *flyers* para eventos.

É esse núcleo que possibilita ao Capítulo trabalhar de forma tanto horizontal como holográfica. Distribuir tarefas e responsabilidades tanto quanto possível entre seu núcleo ajuda tanto facilitando a natureza horizontal do movimento como aliviando a pressão que um coordenador pode sentir, particularmente quando se chega a eventos ou projetos maiores. Também é uma boa ideia ser resolutivo/decidido na distribuição de tarefas para o núcleo de acordo com interesses e habilidades, de modo a dar aos membros um sentimento de "lugar" e "propósito" dentro da equipe, assim como um senso de responsabilidade e comprometimento.

Como o núcleo é a espinha dorsal do seu Capítulo, é importante ter linhas sólidas de comunicação entre esses membros. Apesar de ser improvável que todos tenham ótimas relações interpessoais, é importante construir um sentimento de espírito de equipe e camaradagem entre os membros do núcleo de modo que todos sintam-se valorizados e apreciados pelo trabalho que fazem e tenham uma sensação de satisfação em engajar-se com o resto da equipe.

Diferentes ferramentas *online* auxiliam o funcionamento tranquilo das atividades de um núcleo. Por exemplo, usar plataformas de comunicação e planejamento de projetos como *Open Atrium* é útil para o desenvolvimento e comunicação do núcleo. Usar sistemas de armazenamento de arquivos como *Dropbox* possibilita o compartilhamento de recursos úteis. Documentos colaborativos como *googledocs* também são úteis tanto pela transparência que fornecem como pela facilidade de colaboração independente de hora ou local.

Preocupações e armadilhas comuns:

Mantenha-se flexível:

Nem todo capítulo prospera ou permanece em existência depois de formado. Às vezes a pessoa que inicia um Capítulo tem que abandonar, ou talvez seguir adiante, por diferentes razões (por exemplo, saúde, tempo, trabalho, ou descobrir que quer participar de um grupo diferente, etc). Encontrar um novo coordenador, pessoa de referência ou grupo central é algo provável de acontecer em muitos Capítulos, embora espera-se que não todos de uma só vez! Parte da coordenação é entender que essas mudanças são naturais e deixar que aconteçam já que voluntários vêm e vão. A natureza horizontal do movimento dá a habilidade de manter a flexibilidade como uma estrutura que facilita a autonomia da equipe em cumprir as tarefas necessárias de um capítulo ativo. Um time central comprometido em um Capítulo saudável e estruturado horizontalmente pode, assim, entrar em entendimento tanto em bases de curto prazo ou longo prazo sem dificuldade se e quando membros centrais precisam tirar um tempo ou seguir adiante, ou ser adaptável a mudanças dentro do formato do capítulo com mínima ruptura de atividade.

Pessoas Disruptivas:

Não subestime o poder de um usuário de fórum ou *website* ou membro de Capítulo disruptivo. Uma pessoa que persiste em ações disruptivas ao longo do tempo é conhecida como "troll". Infelizmente, nem todos que referem-se a si mesmos como "apoiadores" ou "membros" realmente apoiarão o Capítulo em suas atividades, ou terão um entendimento relevante dos objetivos e valores do movimento. É provável que você, em algum momento, cruze com uma pessoa que irá continuamente tumultuar os encontros, fóruns ou *websites* do seu capítulo. Isso geralmente acontece pela inserção de uma causa externa, ou por ataques ao foco do movimento em elevar a consciência, ou a projeção de uma figura ou referência não relacionada (por exemplo, "isso é comunismo" ou "precisamos 'votar' as coisas") ou alguma outra noção embaralhada. Isso é conhecido como "ruído" e nossa intenção é minimizar o nível de ruído em nossa estrutura de Capítulo que possa desviar o foco de nossos esforços e maximizar o nível de informação (imperativos educacionais para o público).

Nota sobre ser um "membro":

Referir-se a si mesmo como um "membro do MZ" implica concordância (a priori) com a direção defendida. Esse princípio será útil se você se encontrar lutando com um membro disruptivo. Se você tenciona ter um fórum, sistema de comentários ou blog, grupo no Facebook ou chat, esteja certo de ter alguém disposto a moderar as plataformas do Capítulo. A última coisa que você quer é um pacote de ataques pessoais, material irrelevante, spam, etc., confundindo sua mensagem. Isso não apenas afeta a imagem pública de seu Capítulo, mas também destrói a comunidade do Capítulo e interrompe a produtividade.

Nota sobre websites:

O website em si não é o seu Capítulo, é apenas uma ferramenta. Seu verdadeiro Capítulo consiste de pessoas. Um website, não importa o quanto ele tenha um bom visual ou não, pode ajudar a manter e crescer seu Capítulo de forma efetiva. Se você tem uma organização não funcional em seu núcleo, isso irá restringir a forma como os recursos são usados e as tarefas são realizadas.

5.

Organizando Eventos

Nesta seção:

[5.1. Tipos de Eventos](#)

[5.2. Encontrando um Local](#)

[5.3. Coletando Materiais](#)

[5.4. Promovendo o Evento](#)

[5.5. Executando o Evento](#)

Uma das melhores maneiras para um Capítulo de uma comunidade local abordar multidões e espalhar a informação do Movimento Zeitgeist é através de ativismo na rua, eventos da comunidade, feiras da comunidade e festivais.

Em cada cidade há muitos tipos de eventos diferentes que acontecem ao longo do ano e muitos destes eventos são extremamente abertos e receptivos à organizações que são humanitárias ou de defesa do meio ambiente em suas ideias fundamentais e como base de suas fundações.

Nestes tipos de eventos é muito comum dividir o dia com outros grupos afins que têm forte vontade e compromisso de criar consciência em larga escala.

Há três importantes fatores para ter em mente quando preparar seu Capítulo para tais eventos:

1. Os outros grupos que participam destes eventos já têm a mentalidade para a informação que você tem e serão fáceis de dialogar. Variando de organizações de direitos dos animais e direitos humanos a organizações ambientais e políticas. Conversar com estes indivíduos é fácil e abre portas para pessoas que serão muito receptivas ao Movimento Zeitgeist.
2. Estes tipos de eventos atraem multidões aos milhares, as quais têm mente aberta e, muitas vezes, já estavam procurando vários tipos diferentes de informações em uma grande escala de tópicos que são, em sua natureza, políticos e ambientais. Estas não são pessoas difíceis de conversar. Muitos irão levar para casa um DVD ou um panfleto que o seu grupo fez. Eles irão pesquisar, ver os materiais e muitos irão passar este “novo conhecimento encontrado” ao seu círculo de amigos.
3. Você será uma presença visual em sua comunidade. Muitos membros ou "inscritos" do seu capítulo irão ao seu estande para conhecer o grupo Zeitgeist "deles". Muitos outros irão querer saber como eles podem se envolver. Quando pessoas leem os materiais e se conectam com a mensagem, elas têm uma forte vontade de "se envolver". As pessoas querem fazer alguma coisa. Sim, eles podem participar de muitos fóruns online ao redor do mundo e falar com outros que se conectaram à mensagem, mas muitas pessoas querem mais. Elas querem agir. Isto pode ser feito **SOMENTE** em nível local!

Sua presença como um Capítulo na sua comunidade, nestes eventos, é a oportunidade perfeita para outros verem o Movimento em ação. É também um meio sólido para que as pessoas se sintam conectadas a seres humanos reais, que vivem e respiram, dentro do Movimento. Isto é algo que não pode ser completamente alcançado pela Internet. Ainda que sejamos bem conectados com nossa família mundial Zeitgeist através da rede online, nada é melhor que a discussão cara-a-cara a respeito de questões e conceitos que nos dedicamos a disseminar.

Por exemplo, muitas pessoas assistiram a série de documentários Zeitgeist, e de uma forma ou de outra, quando estas pessoas passarem por SEU estande Zeitgeist, sentirão instantânea conexão e se lembrarão das emoções que elas tiveram inicialmente quando viram os filmes. O estande do seu capítulo Zeitgeist local vai levar esta mensagem de mudança massiva mundial, colocando a mesma bem nos quintais deles. É lá que a mudança real irá acontecer: nos nossos próprios quintais.

Certamente estes tipos de eventos são muito genéricos e acontecerão de alguma forma na maioria das cidades ao redor do mundo. Então tenha em mente que eventos similares são comuns em qualquer cidade.

5.1. Tipos de Eventos

Reuniões de Capítulo

Estas reuniões têm uma característica de mais seriedade e engajamento, com objetivos a serem alcançados e decisões a serem tomadas. Elas normalmente precedem projetos e eventos principais que o capítulo pode iniciar. A vantagem delas é que geram mais trabalho que um simples encontro, onde muito é dito mas pouco é feito ou documentado. Normalmente estas reuniões ocorrem quando um núcleo do capítulo tem mais de 2 pessoas e já está ativo.

Eventos de Rua

Quando executados apropriadamente, estes eventos são os mais efetivos. Um novo capítulo, em particular, pode ter um início efetivo e rápido ao se tornar atuante em sua comunidade, ao simplesmente "levar isto para o povo".

Organizar-se para passar um dia no centro da cidade ou num parque, onde haja uma boa quantidade de tráfego de pessoas a pé, te dará um dia inteiro de ativismo que, mesmo sendo feito diariamente, proporcionará um fluxo de pessoas diferentes que se interessam e param a cada dia. Simplesmente monte uma mesa em uma área de grande tráfego e você vai descobrir que as pessoas estarão, freqüentemente, interessadas em conversar amigavelmente com você. Muitas pessoas estão simplesmente "fora" naquele dia ou saíram para caminhar. Eles irão adorar o fato que há algo do interesse deles a ser apresentado, irão parar e ler seus banners e materiais, e irão conversar com você. Não acontecerá de outro modo. Pode ser feito tão frequente como diariamente, ou mais realisticamente uma vez à semana ou talvez uma vez ao mês. Especialmente para um novo capítulo, a percepção de efetivamente espalhar informação a novas pessoas toda vez que você está na rua - pessoas que não ouviram sobre o Movimento Zeitgeist ou a Economia Baseada em Recursos - será muito emocionante, e será um enorme fator para um novo capítulo se configurar rapidamente. Adicionalmente, você terá aquele sucesso imediato de atingir o que fez um indivíduo ou um grupo pequeno querer iniciar um capítulo, que é "agir"! E ainda mais, o custo é mínimo ou zero (além das despesas gerais, por exemplo, mesas, panfletos, DVDs, etc.).

Outra técnica (usada com sucesso surpreendente pelo capítulo de Vancouver) é criar algumas placas de rua. Elas efetivamente param as pessoas em seus caminhos e ajudam a iniciar conversação! Muitas pessoas irão parar e ler suas placas de rua e estarão mais facilmente abertas à troca de ideias. Isto é muito mais eficiente do que entregar um panfleto à alguém apressado. Faça alguns cartões de visita, panfletos e DVDs disponíveis à mão para pessoas que mostram interesse. Na dúvida, tenha de sobra. É surpreendente quão rápido você pode distribuir todo o seu material!

Encontrar um bom local público para divulgação, pelo menos uma vez por mês, será uma boa base para o seu capítulo. Normalmente um local de grande tráfego no centro da cidade é melhor. Deve haver um local na sua cidade onde você já viu outros grupos ativistas. Universidades ou parques podem oferecer ótimos locais. *NOTA: verifique as leis de sua cidade sobre quaisquer restrições.*

Exibições Públicas (Sessões de Cinema)

Obter um teatro ou uma sala com projetor é um meio típico de organizar uma exibição. Informações relevantes e documentários podem ser exibidos como meio de transmitir informação, ao invés de palestras. Um exemplo seria exibir o filme "Zeitgeist: Moving Forward" a um público que ainda não viu o filme. Há também uma série de palestras do Movimento Zeitgeist que podem ser baixadas gratuitamente em formato DVD. É claro que o material de mídia do Movimento não é o único tipo que pode ser exibido. Há outros documentários socialmente relevantes que podem fazer parte do programa, por exemplo "Colapso" de Michael Ruppert ou "Projetando o Futuro" de Jacque Fresco. Entretanto, é essencial manter o foco no Movimento Zeitgeist.

Se um membro experiente (e confiante) planeja ou comparece a um evento do tipo, é uma boa ideia tentar também envolver o público numa sessão de perguntas e respostas (P&R) a respeito do movimento, após a exibição. Uma vez que as perguntas a respeito do que é o Movimento, sobre o que ele advoga, sobre concepções erradas mais comuns, etc, são relativamente comuns, esta interação com o público é muito importante, e por isso, o membro que responderá às perguntas precisa estar bem preparado. Se mais de um membro estiver disponível para a P&R, é bom dividir as perguntas entre os membros, cada um fornecendo algum comentário após cada questão, ou simplesmente utilizando a técnica com a qual se sentirem mais confortáveis para trabalhar.

Palestras

Palestras são apresentações formais feitas por um ou mais membros para informar ao público sobre um assunto em particular. Estas palestras geralmente contém elementos visuais e orais, isto é, oradores com frequência usam ferramentas visuais, tais como apresentações do PowerPoint ou um filme, para melhor comunicar ou para resumir o que está sendo dito. Ótimos exemplos são as antigas palestras do MZ: "Onde Estamos Agora?" e "Para Onde Vamos?". Este formato é melhor usado quando combinado com outros formatos, já que palestras podem ser um meio de sentido único, para troca de informações.

Audiência pública

Audiências Públicas são eventos públicos periódicos para conscientização, conduzidos por uma Capítulo regional ou local, tipicamente conduzidos em ambientes fechados numa

estrutura de “salão”, com um público sentado e participativo. Idealmente estes eventos ocorrem mensalmente. Diferentemente de palestras “de mão única”, que talvez tenham P&R ao final apenas como “finalização rápida”, audiências públicas são, por seu estilo, de “mão dupla”, sendo interativas do início ao final (além da pauta e da introdução). Baseadas em padrões comprovadamente efetivos através dos históricos movimentos pelos direitos civis, o objetivo é informar o público sobre os conceitos e objetivos do Movimento e aumentar a conscientização e o apoio.

Audiências públicas são, por definição, abertas ao público e tradicionalmente convidam toda a comunidade à assistir suas atividades. Por esta razão as reuniões devem sempre ser bem anunciadas com antecedência através do site do Capítulo, e qualquer outra forma de publicidade em que o Capítulo decide usar. As pessoas que vão nas audiências públicas não querem necessariamente falar suas próprias opiniões, mas, no mínimo, ouvir as respostas a perguntas de representantes do Movimento.

Não há regras específicas ou princípios básicos para fazer uma audiência pública. Se os espectadores forem muitos, e neste caso particular o objetivo é dar ao máximo de pessoas possível a oportunidade de falar, então o grupo pode ser dividido em subgrupos de discussão. Cada grupo, nesse caso, escolhe alguém do seu grupo pra criar um resumo da discussão do grupo. A flexibilidade do formato da reunião permite a máxima participação do público através da discussão ou pela compreensão das P&R com um painel informativo onde desejado.

Grandes festivais de música no estilo de concertos

Em resumo: estes eventos são simplesmente DIVERTIDOS, com milhares de participantes jovens e felizes, e todos inscritos para um dia inteiro (às vezes 2 ou 3 dias), todos curtindo o local e MUITO abertos para conversar sobre questões sociais e iniciativas tais como o Movimento Zeitgeist.

Os custos para tais eventos variam. Depende da duração das apresentações, atos do espetáculo, do tamanho, localização e notoriedade do festival. Em todos os casos, para um membro de um Movimento sem fins lucrativos você pode conseguir melhores preços para alugar uma banca ou barracas. Pode até ser possível barganhar melhores taxas quando um tempo for usado para explicar e enfatizar o Movimento e seus princípios, o fato que nós somos todos voluntários, e assim por diante.

Com relação à sua localização dentro do evento, tipicamente os estandes dos vendedores, artistas e de informações são colocados em uma boa distância dos palcos para permitir aos participantes do evento um descanso da música. Se for dada a escolha entre perto e longe do palco, é sempre melhor escolher um local mais distante; suas cordas vocais irão te agradecer por isso! Manter tal distância permite aos vendedores a tranquilidade relativa que eles precisam para falar com visitantes interessados nos seus estandes.

Em relação ao que você vai precisar para tornar o evento um sucesso para seu capítulo, normalmente você precisará levar o seu próprio "kit". Portanto, é altamente recomendado ter o equipamento necessário de prontidão, deste modo não haverá surpresas. É também importante assegurar que você sabe o que está incluso no seu contrato. Por exemplo, muitos eventos grandes irão prover o básico, tais como uma tenda ou proteção contra

chuva, algumas cadeiras e uma mesa. É muito importante perguntar aos organizadores do evento sobre todos os detalhes antecipadamente, para não ter surpresas no grande dia.

Tenha em mente que muitos destes eventos -- especialmente os maiores -- podem ser agendados com até seis meses de antecedência; portanto, deixar o agendamento para o último minuto fará provavelmente que você o perca. Nestes eventos há uma procura muito grande por estandes, por uma razão muito boa: são divertidos e oferecem um comparecimento em massa que permite falar com centenas de pessoas muito facilmente!

Festivais Comunitários de Rua

O custo para participar destes eventos é tipicamente muito baixo e pode até ser gratuito. Normalmente você precisa de sua própria tenda, mesa e cadeiras. O comparecimento neste tipo de evento pode chegar a muitos milhares, dependendo da sua localização. Por exemplo, o evento *Car Free Festival* de Vancouver atrai mais de 160.000 pessoas em quatro locais, num único dia! No festival de 2011 deste evento, foi a 4ª participação do Capítulo de Vancouver, e para citá-los: "é sempre uma explosão total!" Outros festivais anuais similares acontecem na maioria das grandes cidades. Pesquise no Google por "festival <sua cidade>"; você ficará surpreso de quantos irá encontrar!

Festivais de Cinema Locais

Quando eles acontecem na sua cidade, estes eventos valem muito a pena pois, geralmente, são baseados em filmes que provocam a reflexão e que são socialmente relevantes. Se organizados com antecedência, você pode conseguir exibir o "Addendum" ou "Moving Forward" no programa do evento.

Conferências

Uma conferência é um aglomeração -- tipicamente patrocinada por uma empresa ou similar -- de adultos de mesmo interesse ou profissionais que se reúnem para discutir algo de interesse comum em torno de dado tema, por exemplo, o ambiente. Pode durar vários dias e normalmente inclui várias reuniões, apresentações, oficinas e exposições. Tipicamente, um grande número de participantes vêm de longe para estes tipos de eventos de muitos dias. Os preços podem ser bem caros apenas para a inscrição, sem contar as taxas de expositor, e assim, apenas torna-se viável para eventos especiais como Z-day (veja abaixo). Os Capítulos do Movimento Zeitgeist podem estar envolvidos em conferências de duas formas diferentes. Primeiramente, pode ser o caso que membros do seu Capítulo sejam convidados para participar de uma conferência de uma organização ou coalizão de organizações de objetivos similares. Neste caso, será pequena a organização necessária para se atingir a conscientização sobre os objetivos e características do Movimento, assim como o MEBR, demandando nada mais do que participar da conferência e, é claro, preparar a apresentação. Se um Capítulo planeja organizar uma conferência própria, ou em colaboração com outros Capítulos, haverá consideravelmente mais trabalho, mas é uma opção viável para Capítulos com recursos para realizá-la. Pode ser também um evento altamente atrativo que reúne membros de Capítulos de todo o país, ou até do exterior, assim como membros de outras organizações ou público em geral. Oradores conhecidos podem ser boas atrações nestes eventos e, potencialmente, trazer com eles, um grande grupo de seguidores receptivos à mensagem do Movimento. É certamente válido manter uma relação profissional e colaborativa com outras organizações, pois as chances de que

estes eventos resultem em um aumento de interesse nos objetivos do Movimento são muito grandes.

Z-Day Anual

Este é o evento de conscientização original do Movimento, que tem por intenção uma abordagem intelectual e educacional. A cidade principal do evento principal varia (Nova Iorque em 2009 e 2010, Londres em 2011, Vancouver em 2012, Los Angeles em 2013), acontece na metade de março, e os Capítulos locais são convidados a participar de forma paralela. À medida que seu Capítulo local cresce, é importante continuar desenvolvendo esse evento anual. Seu evento deve incluir um número de atividade e/ou uma combinação de muitos tipos de eventos, tais como ação nas ruas, exposições, palestras e P&R. Para maiores informações e para registrar seu evento local, visite <http://zdayglobal.org/>. Muitos Capítulos geralmente começam com pequenos eventos tais como exposições com P&R, desenvolvendo então eventos maiores tais como, talvez, um dia inteiro de conferências, a medida que o Capítulo ganha recursos e capacidade.

Festival Multimídia Zeitgeist Anual

Sendo o evento Zeitgeist mais novo adicionado à lista de eventos globais anuais, você não vai querer que o seu capítulo esteja de fora! É artístico e celebrativo em sua natureza, e é uma ótima oportunidade para oferecer um dia divertido de música, arte e informação ao público em geral em um festival de caráter aberto. Similar ao Z-day (mas ocorrendo nos meses de verão do hemisfério norte e nos meses de inverno do hemisfério sul), há uma cidade onde acontece o "evento principal" (Los Angeles em 2011), e os capítulos locais estão convidados a participar de modo paralelo. Para mais informações e para registrar o seu evento, visite <http://zeitgeistmediafestival.org/>.

5.2. Encontrando um Local

Em muitos casos, um teatro ou um salão será suficiente para o seu evento. Se você morar numa cidade grande, deve haver vários locais disponíveis, normalmente numa forma de teatro com palco ou salão para concertos. Se você morar numa cidade menor, frequentemente o salão de uma igreja, teatro, biblioteca, ou qualquer outro prédio público pode também ser usado. É sempre bom agendar com antecedência e garantir que todos os recursos audiovisuais necessários estão alugados, caso o capítulo ou o local não os disponibilizem.

Devido a natureza polêmica do que o Movimento defende, a falta de compreensão e/ou medo das pessoas/organizações não é incomum. Por causa disto, comunicação é crucial. Ao invés de tentar descrever em detalhe sobre o que é o Movimento, é aconselhável focar em apenas o básico, declarado de forma genérica: que somos uma organização que defende a sustentabilidade para ajudar a sociedade a mudar para um modo de vida mais ecológico e socialmente sustentável. Se a conversação for mantida de modo leve e ambíguo conforme citado, as chances de desavenças serão reduzidas.

5.3. Coletando Materiais

Obviamente, é necessário dinheiro para adquirir materiais. Segue algumas dicas básicas sobre como adquirir recursos, considerando o que o Movimento toma como base.

Não peça por dinheiro, peça por recursos

Uma questão importante a considerar quando você está trabalhando em um time é providenciar coletivamente os materiais. Ao invés de definir um orçamento, pense em como prover os recursos para o evento. Por exemplo, se você precisa de um lugar para realizar o evento, peça na sua comunidade se alguém pode providenciá-lo gratuitamente ou por uma pequena compensação monetária. Combine trazer alimentos e bebidas ao invés de comprá-los antes e vendê-los durante o evento. Há muitas maneiras de trabalhar juntos, e em alguns casos é surpreendente como todos podem contribuir com algo para o evento sem gastar muito.

Seja muito transparente

Em alguns casos, a situação anterior pode não funcionar tão bem como esperado. Se você precisa de um orçamento monetário, tente o seguinte: sempre calcule o custo antecipadamente, e defina-o como sua meta para as contribuições da comunidade ou time. Se você receber dinheiro diretamente, mantenha registro de quem contribuiu com o que. Reembolse a parte que não foi utilizada. Se a contribuição foi fornecida pela Internet, use uma interface de contribuição onde todos podem ver igualmente o objetivo e a quantidade coletada. Seja o mais transparente possível ao informar todas as despesas.

Financiamento através de subsídios do governo para cultura ou outro

Por que não usar o sistema para fazer alguma coisa boa? Já que você está pagando impostos e contribuindo para fundos, tais como educação e cultura (em muitos países, mas não em todos) e outros recursos do governo, você pode se inscrever para um financiamento ou uma subvenção. Se você montar um bom projeto e submetê-lo à fundação que lida com o financiamento de eventos educacionais e culturais, há a possibilidade de ser patrocinado. Neste caso, você precisa ser totalmente transparente. É também importante preparar seu projeto com antecedência pois muitas subvenções levam muitos meses para serem processadas. *NOTA - Para obter dinheiro subvencionado nos EUA você pode precisar criar uma organização não-governamental (ONG) com condição 501(c), o que é entediante, demorada e pode precisar, com frequência, de advogados experientes apenas para a fazer funcionar! Este modelo pode ser válido para outros países - você vai precisar verificar no seu país.*

Patrocínio e cooperação com organizações de ideais similares

Contate organizações e empresas locais que estão desenvolvendo tecnologias e promovendo ações sociais que são consistentes com os objetivos do MZ. Se você explicar o propósito do Movimento, e de um evento em particular, eles podem ter interesse em patrocinar e participar do evento. Você pode também oferecer um posto para apresentar seus produtos/tecnologias. Entretanto você deve deixar claro que o evento não é focado em promover um produto comercialmente ou em vender qualquer coisa.

5.4. Promovendo o Evento

Há muitas maneiras de realizar a promoção do seu evento. Tente ser tão criativo quanto for possível e pergunte à sua comunidade/time sobre qualquer oportunidade que eles possam ter para obter materiais e/ou ferramentas promocionais gratuitas.

Redes Sociais

Facebook, Twitter, Google+, YouTube, MySpace, ou outros espaços virtuais populares na sua região, podem ser usados para promover o seu evento da maneira mais abrangente geograficamente possível sem se tornar um *spammer*. Use-os ao máximo, mas com discrição, e sempre respeite o ambiente virtual que você está usando. Esta opção deve ser considerada essencial.

Boca-a-boca

É conhecido que o boca-a-boca é a forma de propaganda mais poderosa, pois as pessoas confiam mais nos seus amigos do que, por exemplo, num anúncio desinteressante. Além disso, é gratuito. Peça aos seus amigos e comunidade para divulgar o evento aos amigos deles, que, por sua vez, passam adiante, etc. Combine isto com o poder das redes sociais e você pode ter bons resultados.

Classificados Online

Sobre esta opção, originado nos EUA mas atualmente se tornando mundial, nada é mais eficaz que sites tais como Craigslist ou Gumtree, que são conhecidos por conseguirem resultados, são gratuitos, e têm sites correspondentes em praticamente todas as maiores cidades do mundo. Vários países têm seus próprios equivalentes que podem ser mais usados. Considere publicar seu anúncio por uma semana ou duas antes do evento e então o atualize um dia ou dois antes.

Jornais Locais (impressos ou on-line)

Pode ser considerado uma maneira antiga de anunciar, mas pode ainda ser eficaz. É claro que os Capítulos deveriam tentar obter o espaço anunciado mais barato possível. Sua melhor opção seria um jornal socialmente consciente com uma boa circulação local. Igualmente, anunciar em transportes públicos é também muito eficiente.

Comunicado à Imprensa

Um comunicado à imprensa é uma comunicação escrita direcionada para os membros da mídia jornalística para o propósito de anunciar algo que valha a pena ser noticiado, tal como um evento! Tipicamente, são encaminhados via e-mail a editores de jornais, revistas, estações de rádio, estações de televisão, e/ou redes de televisão.

Recursos do Movimento Zeitgeist (calendário, notícias e/ou listas de discussão)

O site do Movimento Zeitgeist permite você usar várias ferramentas para anunciar eventos a membros registrados e visitantes do site. De acordo com cada site de Capítulo nacional, o evento pode ser anunciado no calendário, publicado na seção de notícias e também

enviado via boletim informativo (newsletter). O mesmo acontece no site do seu capítulo local, se foi desenvolvido com estas características básicas inclusas. Estas opções deveriam ser consideradas essenciais, especialmente para o site do seu Capítulo.

Universidades e outras instituições educacionais

Outro público muito importante são os estudantes. Estudantes tendem a ser geralmente bem receptivos a informações críticas ao "sistema" atual, e podem se interessar a participar do seu evento. Certifique-se de comunicar a universidades dentro de um prazo razoável antes do evento e veja se eles permitem você distribuir material promocional para seu evento no campus. Caso contrário, você pode pedir permissão para os centros acadêmicos para colocar alguns cartazes em áreas designadas, e você pode também distribuir panfletos em frente às universidades.

Ações na Rua

Engajar-se em ações na rua antes de um evento como uma palestra ou uma exibição pode ser eficaz. Organizando um ativismo típico, usando uma banca ou barraca com algumas placas em pé colocadas em volta, você consegue rapidamente ter pessoas interessadas parando para uma conversa rápida, e assim entregar um panfleto do evento em mãos.

Mídia Local

A mídia local pode ser um ótimo veículo para promover o seu evento. Escreva uma carta pessoal para todas as instituições envolvidas em divulgar os eventos locais e não se esqueça da mídia independente. Se você conseguir que eles escrevam um artigo sobre você, isto ajudará muito a divulgação, bem como em obter pessoas interessadas em ir ao seu evento.

Materiais para divulgação

Cartões de Visita

Estes são eficazes e baratos para rapidamente entregar (ou deixar em algum lugar) seu contato e/ou endereço do site. O tamanho padrão é cerca de 85x55mm. *NOTA: sempre tenham alguns cartões e você está pronto!*

Panfletos

Estes são bons porque eles contém informações relevantes do evento e outros detalhes bem como contatos, e são razoavelmente baratos de fazer. O tamanho depende da informação que você quer divulgar, entretanto o tamanho DL (100x210mm ou 3.9x8.3") ou o padrão norte-americano A4 (8.5x11") são frequentemente usados. Você pode também usar panfletos de 3 dobras; estes são melhores para grandes quantidades de texto e melhor usados em palestras enquanto as pessoas estão esperando pelo palestrante, ou para levar após o evento. Podem conter informações para um evento futuro, portanto apresentando um meio efetivo de promovê-lo.

Distribuindo panfletos na rua sem direto contato com as pessoas, ou qualquer explicação não é aconselhado de forma alguma. Neste caso o panfleto normalmente acaba num lixo sem ter a devida atenção da pessoa que o recebeu. O melhor caminho é ter as pessoas chegando até você e pegando-os devido aos seus próprios interesses.

DVDs

DVDs contém geralmente, um ou mais filmes de Peter Joseph (Zeitgeist Addendum ou Moving Forward) e/ou uma ou mais de suas palestras já realizadas. São normalmente entregues durante um evento, não para promoção do mesmo. Veja o Apêndice do documento online do Chapters Guide (em inglês) para mais informações e dicas sobre DVDs em <http://www.tzmchapters.net/guide/tips-dvds>

Cartazes

Cartazes podem ter muitos tamanhos. O tamanho A3 (297x420mm ou 11.7x16.5”) é recomendado por ser barato para produzir e grande o suficiente para ser notado. Quanto maior o cartaz, mais visível ele é; entretanto, mais caro se torna também.

Placas de Rua

“Placas de Rua” são uma variação de pôsters. São impressões grandes como A1 (594x841 mm ou 23.4x33.1”) escritas em um ou nos dois lados, as quais ficam na rua ou, opcionalmente, sobre uma mesa. Uma alternativa ao enquadramento A é criar uma placa em uma superfície plana e grudar num cabo de maneira, segurando-o.

Se estiverem impressas em papel, ao plastificar as placas, as tornará a prova d'água e mais durável. Alternativamente, considere imprimir a imagem em vinil.

Banners

Um grande banner de vinil, também conhecido nos EUA como banner de rodovia (aproximadamente 3'x15'), é relativamente caro para pode também ser durável se bem cuidado. Eles são grandes como um banner de fundo com um logo e site para suas bancas de rua, ou na entrada de um local de evento.

5.5. Executando o Evento

A coisa mais importante para você e todos os participantes do evento é que possam aproveitar e aprender um com o outro, enquanto também recepcionam o público de maneira positiva e educativa. Aqui estão algumas dicas e recomendações para que seu evento flua o mais suavemente possível:

Tenha algum material de suporte disponível

Em um evento do MZ deve haver uma quantidade suficiente de cartões de visita, panfletos e/ou DVDs para distribuir para os visitantes, com a intenção que eles possam assimilar mais informações mais tarde, no tempo deles.

Produza material de mídia

Quando e onde for possível, filme e fotografe os eventos para divulgação, mostrando ao público o que o Movimento faz, e encoraje mais participação.

Membros

É muito importante que os membros que estejam presentes tenham boa habilidade de comunicação para compartilhar ideias defendidas pelo Movimento.

Agendamento e Flexibilidade

Chegue muito cedo no primeiro dia, para ter muito tempo para qualquer preparação de última hora. E esteja pronto logo; visitantes podem chegar cedo e se eles não virem ninguém, poderão ir embora.

Enquanto o evento estiver acontecendo, nos momentos em que não há necessidade de definir um cronograma rigoroso, é importante que na barraca ou estande tenha pelo menos um membro, se não for por outra razão que seja pela segurança. À parte disto, você pode informalmente dialogar com demais membros sobre como usar o estande. Por exemplo, se três membros estão no evento, talvez dois possam atender no estande e o terceiro possa entregar panfletos no evento.

Organize os momentos de alimentação e descanso, etc, com um esquema de escala. Afinal, é uma oportunidade de ganhar experiência e trocar informação, não um teste de gerenciamento do tempo ou resistência.

Garanta que o site do evento seja interessante

Garanta que você tenha e possa manter um ambiente amigável, receptivo, limpo e estimulante para o intercâmbio de conhecimento. Queremos que os visitantes se sintam bem-vindos, e não chateados ou com medo de se aproximar.

Garanta a integridade de todas as informações

Garanta que a informação sobre o Movimento abordada por você e seu time de membros seja precisa e confiável, e que esteja sendo corretamente comunicada aos visitantes. Certifique-se que todos os visitantes entendam que o Movimento está mais interessado em soluções do que em problemas.

Comida & Bebida

Como o Movimento sempre defende o uso de recursos pessoais ao invés de alimentar o sistema monetário, a partilha livre é uma opção mais adequada ao provisionamento de alimentos e bebidas para eventos, ao mesmo tempo, desencorajando o comercialização desnecessária. Contanto que seja permitido, considere trazer seus próprios alimentos e bebidas para o evento, e quando possível, encorajando participantes a fazer o mesmo. A opção de partilha livre, além de provavelmente ser mais barato que a compra de alimentos em outras barracas no evento, pode levar a agradáveis interações e quebra de barreiras, contribuindo, em parte, ao processo de mudança cultural da mentalidade.

Uma exceção a esta recomendada alternativa ao intercâmbio monetário, é a situação em que é necessário gerar um pequeno lucro da venda de alimentos e bebidas para pagar pelo evento.

Tome Notas Sobre o Evento ao Final

Ao final do evento, considere tomar notas breves sobre o que deu certo e o que deu errado durante o evento; um arquivo de registro básico. Baseado nisto, pondere sobre o que pode ser melhorado para a próxima vez e compartilhe isto com outros membros ativos, para que eles também aprendam com as suas experiências e percepções.

6.

Organizando Grupos de Projetos

Nesta seção:

[6.1. O Conceito “Sua ideia, seu projeto”](#)

[6.2. Diretrizes](#)

[6.3. Metodologia do Projeto](#)

[6.4. Elaborando uma Estrutura de Projeto](#)

[6.5. Organizando Voluntários](#)

Nota: *Parte do conteúdo apresentado nesta seção foi retirado e adaptado do "The Citizen's Handbook" de Charles Dobson.*

6.1. O Conceito “Sua ideia, seu projeto”

O Movimento Zeitgeist é um movimento baseado nos esforços voluntários dos seus membros; a maioria desses voluntários têm que lidar com suas próprias vidas ocupadas, que naturalmente incluem estudo, trabalho, família, amigos, etc. Não há ninguém no movimento que possa fornecer um serviço totalmente dedicado ao movimento ou que esteja sendo pago por ele; mesmo as responsabilidades mais estressantes são sustentadas pelo puro esforço das pessoas que se voluntariam para preenchê-las.

Se você tem uma ideia para um projeto no Movimento, então você automaticamente se posiciona a se tornar a pessoa responsável por ele, ao invés de transferir isto para um coordenador de Capítulo ou gerente de outro projeto. Claro, você é livre para declarar que você não pode organizá-lo ou que você não tem tempo; entretanto, você deve estar consciente de que é muito improvável que outra pessoa irá desenvolvê-lo, e reações emocionais quanto a isto não levarão você a lugar algum.

O motivo pelo qual essa questão óbvia está sendo expressa aqui é porque tem havido uma tendência infeliz por parte de alguns membros de assumir que podem descarregar todo o trabalho duro que eles propõem nos já estressados coordenadores, alegando que eles deveriam fazer isso porque é “seu trabalho.” Naturalmente isto nunca foi o caso, e isto não é nada mais do que uma lamentável falta de entendimento de como o Movimento opera.

Para reiterar um tema recorrente neste documento, a maioria dos coordenadores faz o que eles fazem porque percebem uma necessidade ou uma lacuna, ou tiveram uma ideia e trabalharam em direção a ela pela sua própria iniciativa, se esforçando bastante para tanto. Como um membro de um Movimento baseado em contribuições voluntárias, você não é diferente. Resumindo: sua ideia, seu projeto.

6.2. Diretrizes

Bons gerentes e coordenadores são a chave para a organização de uma comunidade em larga escala. Eles não falam a outras pessoas o que fazer, mas ajudam-nos a assumir a responsabilidade do que é necessário. Eles não são o centro do palco, mas chamam outros para o palco. Eles não estão interessados em ser “O Líder”, mas em tentar ajudar as pessoas a serem seus próprios líderes. Eles reconhecem que apenas criando “mais líderes” é que um esforço organizacional pode se expandir.

Por uma questão de simplicidade, um líder pode ser definido como um membro pró-ativo ao invés de uma pessoa reativa ou passiva.

Crie um exemplo

A melhor maneira de um líder mostrar o que deseja, e de ter certeza de que outros têm um ponto de referência preciso, é criar um exemplo. Os seres humanos são conhecidos por aprender muito a partir da imitação da conduta ou ações de outros. Para projetos mais elaborados, um documento com propostas que claramente articule sua ideia também auxilia

outros a visualizá-lo. Um modelo básico de proposta é apresentado em uma seção posterior.

Dessa forma você reduz a chance de ter duas pessoas pensando que estão trabalhando na mesma coisa quando, na realidade, elas não estão.

Dividir e delegar trabalho

Dividir tarefas ou projeto em pedaços, então discutir cada pedaço e acordar sobre quem ficará com cada um. Tenha certeza de que cada membro tem habilidade necessária para executar sua tarefa, e então permita-o conduzir as tarefas por sua própria conta. É importante ter alguém conferindo o progresso; as pessoas não se sentem bem ao fazer um trabalho se parecer que ninguém se preocupa se ele está sendo feito.

Falhas nessa área (divisão clara e delegação) levará muito provavelmente a um desapontamento ou pior, principalmente devido ao efeito "dispersão de responsabilidade".

Aprecie todas as contribuições, não importa o quão pequenas sejam

Reconheça os esforços das pessoas em conversas, nas reuniões, em boletins informativos etc., e agradeça a elas de acordo. Embora em um sentido verdadeiramente igualitário, ninguém deveria sentir a necessidade tanto de agradecer quanto de receber elogios pois todos nós estamos trabalhando como "um grande time", por assim dizer. Porém, demonstrar gratidão e apreciação é natural e útil para promover um pouco o ego e impulsionar a confiança.

Dê boas vindas à crítica construtiva

Aceitar a crítica pode ser difícil para alguns, mas os membros precisam entender que podem ser críticos sem atacar. Não confundir crítica construtiva sobre uma determinada questão com ataques pessoais.

Ajude as pessoas a acreditarem em si mesmas

Um bom gerente/líder constrói a confiança das pessoas para que elas possam realizar o que nunca realizaram antes. O otimismo incansável de um gerente energiza qualquer um.

É vital inspirar confiança já que é improvável que as pessoas ajudem aqueles em que elas não confiam. Sempre mantenha o mais alto padrão de honestidade. Bons gerentes não têm dificuldade em expôr suas próprias limitações pessoais.

Lembre as pessoas do propósito maior

As pessoas frequentemente se voluntariam para servir algum propósito maior. Se você quer começar ou organizar algo, você deve ser capaz de articular este propósito, de sustentá-lo como um farol brilhante sempre que a necessidade surgir.

Quando algo positivo é alcançado, celebre-o como um exemplo do que pode ocorrer quando as pessoas trabalham juntas para um bem comum; isso ajuda o grupo a sentir-se bem pelos seus esforços.

A fim de aumentar esta "articulação frente aos outros" e construir convicção de que você está indo em frente, considere buscar treinamento em falar em público (por exemplo a Toastmaster International). Note que isso não é um requisito mas um bônus.

Evite fazer a maioria do trabalho

Não tente executar todo o programa ou fazer a maior parte do trabalho. Os outros se tornarão menos envolvidos e você vai se esgotar.

Esteja informado e informe

Mantenha-se informado e informe os outros. Uma vez que haja um desenvolvimento em um projeto, esta atualização deve ser transmitida para todos os membros pertinentes do time, especialmente aqueles que estão contando com você para alguma coisa, em um prazo adequado. Simultaneamente, o simples ato de fazer relatórios semanais ou bi-semanais, dependendo do nível de atividade do projeto, pode ser crucial para mantê-lo no caminho para o sucesso, não apenas para o projeto em questão, mas também para outros que dependam direta ou indiretamente dele.

Basicamente, o simples ato de manter tudo atualizado, e a todos tão informados quanto possível, facilita um ambiente de trabalho mais dinâmico e motivador para todos os envolvidos. Isso também adiciona o sentimento de valorização, quando os membros são mantidos informados e perguntados por atualizações sobre seu próprio progresso.

Mantenha o foco

Algumas habilidades são úteis para o sucesso de um certo projeto ou propósito, e há outras que são essenciais; concentração, ou foco, é uma destas capacidades essenciais.

A habilidade ou disciplina da concentração na execução de uma tarefa é muito poderosa. Um dos piores erros que podem ser feitos a esse respeito é sobrecarregar um voluntário. Acumular projetos demais ao mesmo tempo apenas serve para dispersar a concentração ou o foco; isto, por sua vez, poderia provocar uma perda de impulso, ou ainda pior, a perda de um membro. É prudente verificar, de vez em quando, se membros ativos não estão se sentindo sobrecarregados ou oprimidos. Se você descobrir que eles estão, então é importante tomar medidas a fim de fornecer suporte e acertar o equilíbrio, ou considerar passar a tarefa para outra pessoa.

Seja paciente

Este ponto simplesmente não pode ser enfatizado o suficiente. Remeta-se à parte *Caindo na Real com as Expectativas* da seção *O Básico* acima. Você não pode exigir dedicação de alto nível ou performance de alguém que está se voluntariando com seu tempo livre.

Perder a paciência apenas faz as coisas piores para você e para os outros: paciência não é apenas uma virtude, é uma necessidade.

6.3. Metodologia do Projeto

Um projeto é definido como contendo as seguintes características: ele é contemplado com um objetivo ou resultado em mente, concebido ou planejado estrategicamente, depois executado, seja dentro de um prazo determinado, ou considerado como em andamento.

A gerência do projeto é definida como a disciplina de planejar, organizar e gerenciar recursos para trazer com sucesso a realização das metas e objetivos do projeto específico.

A Metodologia de projeto é composta de 8 fases simples que devem ser cumpridas em sua respectiva ordem para garantir o sucesso eventual e a maximização dos objetivos do projeto.

As "fases" são similares ao Método Científico:

Fase 1 – Identificar problema novo/adotar uma nova ideia

Fase 2 – Pesquisa

Fase 3 – Planejamento

Fase 4 – Cálculo dos recursos e aquisições (incluindo recursos humanos)

Fase 5 – Delegue as tarefas, e então estabeleça metas alvos/ou prazos para atingí-las.

Fase 6 – Coloque em ação, e então, periodicamente confira o progresso das tarefas e resolva/solucione quaisquer problemas encontrados (dependendo da gravidade do problema você pode precisar retornar à fase 2/3)

Fase 7 – Revise o progresso do projeto como um todo (se os objetivos do projeto não estão sendo completados nos prazos você pode precisar voltar à fase 2/3)

Fase 8 – Finalizando/arquivando.

6.4. Elaborando uma Estrutura de Projeto

Estabelecendo o objetivo e a racionalidade

Para assegurar a clareza de um dado projeto em termos dos objetivos declarados e dos processos há uma proposta de modelo estabelecida e recomendada, para a qual os requerimentos mínimos são os seguintes:

Nome do projeto: Um nome consistente é obrigatório.

Membro(s) responsável(is): Para informar quem é/são o(s) coordenador(es) do projeto. Detalhes de contato também devem ser incluídos.

Objetivo: O que é/são o(s) resultado(s) pretendido(s) do projeto?

Racionalidade: Quais são as razões que ressaltam a necessidade de tal projeto?

Descrição: Qual é o plano geral ou processo de desenvolvimento do projeto a fim de alcançar os objetivos desejados?

O documento do projeto deve atentar para a descrição dos atributos fundamentais: *O que? Quem? Onde? Quando? Por quê? Como?*

Tendo os objetivos e racionalidade claramente declarados, isto ajuda a trazer mais voluntários a bordo, garante que eles os entenderão, e faz com eles sejam mais proativos.

Ênfase no Planejamento (fase 3)

Planejar (tarefas, funções, fluxos de trabalho) é um processo frequentemente subestimado quando da abordagem de um projeto. Entretanto, isto é absolutamente crucial, talvez o passo mais crucial do projeto, já que o ato de planejar desempenha um papel importante na determinação do sucesso futuro do projeto.

Um ditado comum em gerenciamento de tempo é: *"Cada minuto planejado economiza 10 minutos na implementação/ação."* A realização de um plano sólido, com clareza e visão, é metade do sucesso de um projeto.

As chaves para um plano de sucesso podem ser resumidas como:

- (1) Defina as tarefas e/ou componentes
- (2) Defina o(s) objetivo(s) específicos das diferentes tarefas
- (3) Defina prioridades
- (4) Calcule os recursos requeridos

O plano deve ser tão claro e simples quanto possível para que qualquer um, por exemplo, um novo voluntário, possa entendê-lo.

6.5. Organizando Voluntários

Com um documento descrevendo o projeto e alguns detalhes organizacionais, o próximo passo é buscar voluntários para produzir resultados positivos. Enquanto algumas técnicas diferentes podem ser usadas dependendo do contexto, um processo bastante básico é descrito a seguir:

1. Marque uma reunião na qual membros interessados podem discutir o projeto e fazer sugestões, preencher os detalhes, e chamar atenção para outras questões importantes pertencentes ao projeto.
 2. Tenha certeza de que algumas regras específicas e/ou tarefas são atribuídas a voluntários específicos.
 3. Ao longo do tempo, acompanhe o trabalho que está sendo feito, envie lembretes se necessário, e, se for preciso, fale com cada voluntário individualmente para ter certeza se ele/ela está entendendo as tarefas em suas mãos. Se qualquer incerteza surgir, peça para que eles descrevam suas tarefas para você como verificação.
-

7.

Mantendo o Progresso

Nesta seção:

[7.1. Tirando máximo proveito das Reuniões](#)

[7.2. Mantendo o Número de Pessoas](#)

[7.3. Problemas e Riscos Comuns](#)

Nota: *Parte do conteúdo apresentado nesta seção foi retirado e adaptado do "The Citizen's Handbook" de Charles Dobson.*

7.1. Tirando máximo proveito das Reuniões

Mediar

Uma regra importante dentro de um determinado Capítulo em qualquer nível é a capacidade de mediar em reuniões, sejam elas pessoais ou online. O papel do mediador é facilitar o processo da reunião e auxiliar na obtenção de resultados satisfatórios para todos os envolvidos no processo de tomada de decisões. Um bom mediador é particularmente útil quando o grupo está lidando com novas ou difíceis questões. Em geral, o mediador ajuda as pessoas a persistirem quando elas se deparam com confusões e frustrações inevitáveis associadas à tentativa de integrar suas diferentes abordagens e pontos de vista. Quanto mais pessoas aprenderem a mediar, melhor. Se você aceitar o papel de mediador você deve ser neutro. Você deverá também utilizar as seguintes técnicas:

Perceba a vibração do grupo

Se as pessoas aparentam estar entediadas ou desatentas, você pode acelerar o ritmo da reunião. Se as pessoas aparentarem estar tensas por discordâncias não expressadas, você pode trazer estas questões à tona.

Certifique-se de que todos tenham chance de falar

Convide pessoas quietas a falar. Se necessário, use o relógio, por exemplo: *"Nos restam 15 minutos. Eu acho que devemos ouvir as pessoas que ainda não falaram."* Outra forma de conseguir que pessoas quietas falem é iniciar uma rodada de exposição de ideias, no qual você passa a palavra para cada um da roda, em sentido horário/anti-horário, para que todos tenham alguns minutos para apresentar seus pontos de vista.

Estimular discussões abertas

Tente estimular pessoas a falar abertamente se elas se mostrarem relutantes a discordar com o orador, por exemplo: *"Em questões difíceis, as pessoas podem discordar. Ninguém tem um ponto de vista diferente?"* Outra forma de estimular discussões é pedir aos participantes para evitar o uso de linguagem crítica durante um período de tempo.

Atrair pessoas com perguntas abertas

Questões abertas exigem mais do que respostas como "sim" ou "não". Alguns exemplos podem ser:

"Parece que temos um problema aqui. O que você acha que devemos fazer?"

"Você pode falar mais sobre isso?"

"O que você quer dizer quando fala...?"

Incluir humor

Humor é uma das melhores formas de melhorar o tom das reuniões. Isto faz as reuniões parecerem encontros amigáveis.

Parafrasear

Quando você parafraseia, você tenta reafirmar, brevemente, a opinião que alguém acabou de expressar, por exemplo: *"Deixe-me ver se eu lhe compreendi corretamente..."* Se parafrasear não convencer uma pessoa de que ele ou ela tenha sido ouvido, você pode ter que refazer a discussão, repetir o que foi dito literalmente, etc.

Aprender a lidar com comportamentos difíceis:

Discussões - Quando dois membros entram em uma discussão intensa, resuma as opiniões de cada um e traga a discussão de volta para o grupo.

Arrogância - Interrompa o "show individual" de uma pessoa demonstrando que você dá crédito à sua contribuição, mas sugira que esta pessoa reserve seu pontos de vista para mais tarde.

Disco Arranhado - Parafraseie a contribuição de alguém que repete sempre o mesmo ponto de vista de forma redundante. Isto deixa a pessoa ciente de que ela foi ouvida.

Interrupções - Corte imediatamente, por exemplo: *"Só um momento, deixe Margarete terminar o que ela tem a dizer."*

Criticar continuamente - Legitime sentimentos negativos em questões difíceis. Você deve dizer, *"Sim, isto dificilmente reduzirá os congestionamentos no trânsito na Via Principal, mas existem modelos bem sucedidos que podemos averiguar."*

Identifique áreas de interesse comum.

Sintetize diferenças em pontos de vista, em seguida observe onde há um aspecto comum. Por exemplo, você pode começar com, *"Parece que concordamos que..."*

Sugira opções quando o tempo acabar.

Identifique áreas de consenso parcial, sugira debater a questão, ou crie pequenos grupos para lidar com o assunto conforme lhes convir.

Considere uma rodada no final da reunião.

Passar a palavra em sentido horário, rapidamente por todo o grupo ao fim da reunião, dá às pessoas a chance de trazer questões que não estavam na pauta. Você pode também utilizar uma rodada para avaliar a reunião. Com mais de dez pessoas, entretanto, uma rodada pode se tornar tediosa.

7.2. Mantendo o Número de Pessoas

As pessoas participam de grupos comunitários para conhecer pessoas, para se divertirem, para aprender novas habilidades, para perseguir um interesse, e para conectar suas vidas a um propósito maior. Elas saem se não encontram o que estão procurando. Os grupos precisam se perguntar com mais frequência: Que benefícios nós oferecemos? A que custo para os membros? Como nós podemos aumentar os benefícios e diminuir os custos? Aqui estão algumas ideias de onde começar.

Permaneça em contato com o outro

Contato regular é vital. Cara a cara é melhor ainda. Se vocês tem como se encontrar, uma reunião na casa de alguém é mais agradável do que em um lugar público ou auditório, e é normalmente mais propício para se ter os objetivos realizados. Dito isto, se um local central de encontro, como um restaurante ou bar, for logisticamente melhor, tudo bem também, embora possa ser um pouco mais barulhento.

Receba bem os recém-chegados

Introduza-os ao restante do seu grupo. Considere a criação de recepcionistas para grandes reuniões e eventos.

Ajude as pessoas a encontrarem um lugar dentro da organização. Por exemplo, se um membro parece empolgado, porém sem uma motivação aparente, uma abordagem interessante é dizer: *"Nos conte o que você gosta de fazer e que você faça bem-feito e nós encontraremos uma forma de utilizar estes talentos."* O próximo convite interessante a ser feito (que também incentiva a auto-gestão) é: *"Aqui estão algumas coisas que temos que fazer, mas como você irá fazê-las...aí é com você."*

Resumindo, crie uma situação que convide os recém-chegados a serem mais autônomos e proativos. Se sempre as mesmas pessoas fazem tudo, os recém-chegados se sentirão excluídos.

Preste atenção ao processo do grupo

A maioria dos grupos voluntários não dá a devida atenção a como eles trabalham juntos. Métodos de tomada de decisão não são determinados explicitamente, nem são papéis ou comportamentos saudáveis. Para resolver isto, alguns grupos fazem do próprio processo um tópico de discussão, apontando um "observador de processo".

Agir mais, encontrar menos

A grande maioria das pessoas detesta reuniões; em quantidade, elas acabam se tornando a Peste Negra dos grupos comunitários. Em compensação, atividades como plantação de árvores atraem um grande número de pessoas de todas as idades. Portanto, é perfeitamente aceitável agendar suas reuniões apenas quando um certo projeto ou evento precisa ser planejado. Tais reuniões "sob demanda" são formas naturais para suavizar a agenda regular das reuniões do capítulo, se e quando você decidir que tais reuniões são necessárias. O Capítulo pode continuar se reunindo regularmente em eventos sociais, apresentações, workshops e ativismo de rua, etc., sem sentir-se sobrecarregado com a formalidade das reuniões.

Mantenha exigências modestas de tempo

A maioria das pessoas tem vidas ocupadas. Não as solicite a comparecer a reuniões se elas não precisarem estar lá. Mantenha a expansão no número de membros ativos para garantir que todos façam um pouco e ninguém faça muito. Organize compromissos realísticos de tempo para projetos.

Faça em pares

Nós sugerimos o trabalho em pares. Isto melhora a qualidade da comunicação, torna o trabalho menos solitário, e garante que as tarefas sejam cumpridas. Pares etnicamente misturados (como Inglês e Chinês) pode manter conexões com diferentes culturas. Pares

de gêneros misturados podem trazer a vantagem das diferentes formas que os homens e mulheres se relacionam entre si. Vários outros pares podem ser experimentados.

Forneça momentos sociais e atividades

Trabalho sem fim afasta as pessoas. Agende um tempo pro social no início e no final das reuniões. Transforme as tarefas rotineiras em eventos sociais. Alguns grupos ativistas devem formar um grupo de amigos que algumas vezes marcam encontros ou jantares.

***Nota** - Se tópicos formais estiverem na agenda, é melhor para o interesse de todos, e contribui para uma reunião mais produtiva, se bebidas e outras libações forem colocadas em espera até que a reunião terminar.*

Fornecer treinamento de habilidades

Muita gente deixa a vida privada a fim de aprender algo que gosta. Fornecer treinamento, e/ou mesclar o treinamento ao ativismo, é um dos melhores caminhos para conseguir e manter pessoas.

7.3. Problemas e Riscos Comuns

Esta seção visa atrair a atenção para os riscos e problemas comuns que o capítulo possa enfrentar, baseada em problemas que tem ocorrido no Movimento. Fique alerta, é melhor prevenir do que remediar!

Grupos de Interesses Especiais

Seja amigo de outros grupos ativistas, sempre considerando manter eventos colaborativos juntos, mas evite formar alianças complexas ou se tornar dependente deles. Muitos outros, embora certamente não todos, grupos ativistas existem como resultado do atual sistema monetário e, intencionalmente ou não, estão presos a este paradigma; assim, algumas de suas filosofias são fundamentalmente baseadas em premissas bastante diferentes, e talvez até mesmo contrárias à abordagem do MEBR global do Movimento.

Infelizmente, já houve experiências em alguns casos de alguns desses grupos/partidos “selecionarem” membros dos capítulos como recrutas para suas próprias causas, ignorando as nossas causas neste processo. Em relação a isso devemos nos certificar de que sempre foquemos em nossas soluções e não nos desviemos para as deles, mantendo-nos firmes aos conceitos e princípios bem estabelecidos do Movimento Zeitgeist. Entretanto, isto obviamente não impede o aprendizado com outras organizações; é simplesmente uma questão de manter um equilíbrio através do qual colaboração e aprendizado não se transformem em trabalho a favor do interesse de outra organização e/ou na substituição de elementos dos princípios fundamentais do Movimento pelos princípios deles.

Os Capítulos podem também receber algumas respostas não muito amistosas da comunidade ativista, umas temendo uma perda de seus membros ou uma diminuição no recrutamento de novas pessoas, e outras que por estarem tão fortemente identificadas com

sua própria organização ou agenda, preferem rejeitar todas as outras ao invés de buscar uma base comum ou colaboração.

Conflitos Interpessoais

Para simplificar, sempre referencie o Movimento Zeitgeist para resolver conflitos, uma vez que temos fortes objetivos comuns. Mantenha as estratégias simples. Conflitos pelo “poder” podem surgir, então sempre se empenhe para manter um temperamento gentil e uma conduta profissional. Se um conflito surgir, EVITE DISCUTIR EM PÚBLICO, especialmente em um fórum/reunião. Resoluções e discussões devem ocorrer em particular ou em reuniões virtuais moderadas por terceiros. Mantenha-se profissional e nunca faça nada extremo ou emocionalmente carregado.

Desafios à Privacidade

Esteja ciente de que a maioria dos princípios centrais do Movimento são abertos a abusos em potencial, ou ao menos, à apropriação indevida, em casos onde um indivíduo ou grupo insatisfeito pode ir contra um indivíduo, grupo, plano ou projeto. O princípio central de “transparência”, ainda que vital ao funcionamento horizontal do Movimento, é potencialmente suscetível ao abuso, com a provocação de que não deveria haver privacidade, de que todas as questões, grandes e pequenas, deveriam estar à mostra e serem votadas “democraticamente” pelos membros, e por aí vai. É importante reconhecer quando as questões necessitam ser resolvidas abertamente, ou quando elas, de fato, necessitam alguma privacidade, como em algumas instâncias de resolução de conflitos. Não se permita ser atraído para debates públicos inapropriados por conta da usurpação do conceito de transparência. A cada um é concedida alguma privacidade pessoal, especialmente com relação a sentimentos, opiniões e decisões a respeito de outra pessoa. Onde está o limite (isto é, o que razoavelmente constitui uma legítima questão de escala maior versus apenas uma agenda pessoal desalinhada) é um julgamento que você faz à parte. Quando em dúvida, contudo, novamente, procure sempre pelos conselhos do Movimento.

Extremismo

Este é um movimento/comunidade para todos. Não isole seu grupo restringindo o ativismo a certos grupos de pessoas. Não associe a sua pessoa a álcool, drogas, comportamento ofensivo ou doutrinas de medo. Sempre mantenha o grupo aberto a todo tipo de culturas e a pessoas de todas as idades. Seja positivo e focado nas soluções. Transmita às pessoas uma mensagem de esperança e ofereça soluções que sejam empiricamente verificáveis e demonstráveis.

Muito pouco divertimento

Ativistas de longa data se divertem quando se reúnem. Pessoas que se levam muito a sério podem transformar qualquer tarefa num trabalho árduo. Estar reunido deveria ser mais como uma recreação do que um trabalho, não importa quão séria seja a questão. Aqueles que compreendem este nível de envolvimento enfatizam que o divertimento tem a mesma importância de completar as diversas tarefas a fazer.

Muita ênfase na organização e pouca na missão

Na esperança de se tornarem mais organizados, muitos grupos pequenos criam pequenas burocracias que sugam a energia de todos. O esforço gasto em manter a organização é

tanto, que frequentemente o que sobra é pouco para desenvolver novos projetos que motivem a criação de uma organização em primeiro lugar. Mantenham simples as tarefas administrativas, com a menor quantidade possível.

Muitas reuniões e pouca ação

A maioria das pessoas preferiria agir em algo concreto ao invés de se sentar em uma reunião disputada ou tentar “alcançar um consenso”. Algumas reuniões geralmente são necessárias, mas tente manter a frequência baixa, o tempo de reunião curto, e o número de participantes pequeno.

Um problema relacionado é o excesso de críticas frente à escassez de criação. Cada grupo de advocacia precisa gerar opções para ação. Para fazer isto bem, os participantes necessitam desativar sua “voz de julgamento”, e se entregarem a alguma tempestade cerebral. Infelizmente, quando pessoas se reúnem elas normalmente ativam sua “voz de julgamento” se preparando para uma tomada de decisão. Se elas se mantiverem com esta atitude mental, elas produzirão poucas opções para ação, nada será feito, e ninguém terá divertimento algum.

Pessoas demais

Devido à ênfase em ter cada vez mais pessoas envolvidas, muita gente sente que grupos grandes são melhores que grupos pequenos. Isso é um erro. Um grupo de trabalho não deveria exceder nove pessoas. Este é o limite superior máximo do que os sociologistas definem como um grupo primário. Um pequeno grupo não impede de trabalhar com outros sob o guarda-chuva de um grupo maior; nem impede a comunicação com um número maior de pessoas através de redes de e-mail, eventos especiais e convenções anuais.

As pessoas erradas

Devido ao fato da construção de um movimento envolver o trabalho com outros, a maioria das pessoas assume que elas deveriam receber cordialmente qualquer um interessado em se associar. Entretanto, este impulso pode levar a um rápido declínio. Poucos estão dispostos a admitir o que é óbvio em qualquer grupo: algumas pessoas são ativas, outras estão lá apenas de forma passiva. Enquanto cada grupo pode lidar com uma pequena porção de pessoas que são muito bravas, muito combativas, muito controladoras ou muito solitárias, à medida que a taxa dessas pessoas aumenta, pessoas de alto-nível, amigáveis, competentes, começam a abandonar o grupo. À medida que o desequilíbrio aumenta, mais gente abandona o grupo. Para evitar isso você deve estar mentalmente preparado para tomar o comando logo no início, ao menor sinal de problema, especialmente com pessoas negativas. Por exemplo, para um ogor nitidamente furioso, uma resposta tácita e educada pode ser, *“Parece que você não está inteiramente de acordo com o que o Movimento está fazendo aqui. Talvez haja outras organizações que estejam mais de acordo com a sua visão.”*, ou uma outra alternativa que seja confortável para seu tipo de temperamento.

Muito pouco contato

É difícil para as pessoas manter uma relação de trabalho quando elas apenas se veem uma vez por mês. À medida que seu grupo se torne mais ativo, uma vez por semana deve ser melhor, não apenas porque é mais frequente, mas porque se adequa à maneira que as pessoas agendam outras atividades. Se contato cara-a-cara regular é difícil, ligações de

telefone, e-mails, comunicação online como TeamSpeak, podem funcionar como substitutos.

Muito pouco tempo

A maior barreira para a participação na vida pública é a carência arbitrária de tempo livre. Nas economias de mercado emergente as pessoas gastam a maior parte de seu tempo trabalhando e consumindo, sobrando pouco tempo para os amigos e a família, e nenhum tempo para o envolvimento cívico. Nas economias de mercado decadente estas mesmas pessoas podem ter tempo mas não dinheiro, nem mesmo para o combustível ou para pagar o ônibus. Novamente, esta é uma condição inerente do presente Zeitgeist “salário-escravo” com a qual todos nós devemos lidar.

Prazos muito curtos

Se um grupo se uniu com o objetivo de alcançar um fim particular, os participantes necessitam perceber que lidar com a pressão por um longo período de tempo é essencial. Expectativas de vitória rápida precisam ser amenizadas com a compreensão de que os que resistem às mudanças são geralmente bem-sucedidos com mais frequência simplesmente por aguentarem por mais tempo. Eles sabem que se não se moverem, a maioria dos ativistas ficará desencorajada e recuará de volta para sua vida privada. Os grupos precisam manter seu entusiasmo e reconhecer que se sua causa é justa, eles prevalecerão de fato. Como disse Gandhi: *“Primeiro eles o ignoram, então eles riem de você, então eles lutam contra você, então você vence.”* Mas isso leva tempo.

Objetivos superam os recursos

Grupos de nove ou menos podem frequentemente se sustentar com recursos pessoais. Entretanto, à medida que o grupo aumenta de tamanho, uma escassez de dinheiro e tempo geralmente leva a uma espiral de declínio. Sem uma equipe remunerada, não há ninguém para cuidar da manutenção organizacional, e ninguém para treinar, administrar e recompensar os voluntários. À medida que as pessoas desaparecem, muitos membros ativos se esgotam tentando fazer cada vez mais e mais por conta própria. Uma falta de recursos não significa ter que desistir. Significa, entretanto, inventar maneiras habilidosas de utilizar o tempo, conexões e habilidades.

Resumindo: limite o tamanho do grupo, certifique-se de que os membros apreciam a companhia uns dos outros, divirta-se, evite o aumento de recursos, e não seja desviado ou atrasado por nenhuma questão que surja.

8.

Diretrizes do Movimento

Nesta seção:

[8.1. Sites de Capítulo](#)

[8.2. Ativismo na Rua](#)

[8.3. Protestos](#)

[8.4. Captação de Recursos](#)

8.1. Sites de Capítulo

Todo site de capítulo nacional deve conter:

- Um link para o site global em algum lugar na página (www.thezeitgeistmovement.com)
- Uma seção "sobre" que espelha as informações contidas no site global
- Uma forma de contato ou um e-mail visível disponível no site.
- Uma seção com conteúdo adicional tais como palestras, podcasts, documentos, etc.
- Uma página para sub capítulos e informações básicas em como/o que fazer para criar um novo (pode ser simples como enviar uma descrição básica e referir a um e-mail de contato específico)
- Ter links para o guia de orientação ao ativista em texto e em vídeo, bem destacado no site.
- A citação dos direitos autorais deve conter uma licença do tipo "Creative Commons" (verifique nos direitos autorais do site global para um exemplo)
- Pelo menos um meio para informar notícias e/ou eventos (blog, calendário, lista de discussão, etc).
- Logo e nome do site deve claramente identificar o movimento.
- O visual deve ser decente.
- Sem anúncios ou pop-ups.

Para outros sites de capítulo ou qualquer mídia virtual similar, os seguintes requisitos se aplicam:

- Um link para o site global ou site do capítulo nacional oficial, em algum lugar na página
- Um formulário de contato ou um e-mail visível disponível no site.
- Pelo menos um meio para informar notícias e/ou eventos (blog, calendário, lista de discussão, etc).
- Logo e nome do site deve claramente identificar o movimento.
- Sem anúncios ou pop-ups.

8.2. Ativismo na Rua

O ativismo de rua deve ser por objetivo, o mais calmo e amigável possível, e a mensagem do Movimento deve ser transmitida com integridade e clareza. Por exemplo, pode-se transmitir informações e descrever conceitos tais como consumo cíclico, o método científico, EBR (economia baseada em recursos), etc.

Geralmente, sempre coopere com a polícia. Pondo o estigma deles de lado, eles estão lá para proteger você. Se você conversar com eles de maneira amigável, poderás descobrir que alguns deles podem até ter ouvido sobre e/ou defender o Movimento.

8.3. Protestos

O Movimento Zeitgeist é um movimento social/educacional e não empreende qualquer protesto ou demonstração como um meio de transmitir a mensagem central. Isto é simplesmente ineficiente e não resolve o problema fundamental. Em outras palavras, podem ser nobres mas não vão longe o suficiente. Portanto, mesmo que pareçam ser emocionantes e empolgantes os protestos de maior “concentração de energia”, eles não devem ser realizados em nome do Movimento Zeitgeist.

Isto posto, o Movimento é encorajado a estar presente a protestos pacíficos e socialmente relevantes. A conduta exemplificada por membros representando o Movimento deve ser informativa e educativa, não de protesto ou sarcasmo. Uma estratégia sugerida é montar barracas para informações em áreas periféricas, a uma distância segura da atividade central do protesto. Pode ser apoiado por um time móvel de ativistas que andam pela área e calmamente abordam as pessoas, falam com elas, entregam panfletos, etc.

Se alguém que seja um membro do Movimento escolher se juntar ao protesto, como um indivíduo no seu direito, deve garantir que não terá identificação como um ativista do Movimento, e estar ciente que não estará representando o Movimento naquele momento. Neste caso, o indivíduo deve evitar usar material promocional do Movimento tais como camisetas, cartazes, banners, etc. Nem deve fazer referência à estrutura nacional/global, e nunca se comunicar na primeira pessoa do plural “*nós*”.

No caso de violência física, todos os ativistas do Movimento devem sair do local e também evitar participar de qualquer violência verbal a qualquer grupo em particular.

8.4. Captação de Recursos

Como regra global, o Movimento opera na base de dedicação do tempo, e não dedicação monetária. Nenhum capítulo tem permissão de solicitar diretamente doações livres. A frase “doações livres” se refere a doações contínuas, coletadas sem propósito explícito para o dinheiro arrecadado. Por exemplo, doações arrecadadas para “apoiar o Movimento”, são muito imprecisas e sem finalidade, e não proporcionam transparência. Entretanto, o processo de arrecadar doações para uma necessidade em particular, durante um período específico com o propósito claro de “alugar um local” para um evento, por exemplo, ajuda as pessoas a entenderem para onde o dinheiro delas está indo, e esta transparência, portanto, facilita a decisão delas de doar ou não doar.

Acima de tudo, o Movimento deliberadamente opera com a contribuição pessoal, num modelo voluntário. Entretanto, há duas exceções básicas às restrições de transações monetárias. Já que sites custam dinheiro para funcionar, uma venda simples é respeitável. O site global, por exemplo, oferece uma única camiseta para ajudar com custos de administração e hospedagem. Cada Capítulo pode oferecer uma camiseta personalizada ou

similar. Entretanto, qualquer venda “excessiva” será interrompida se apresentar um caso de abuso. Tais decisões são feitas por consenso da administração internacional/global.

A segunda exceção ocorre quando um projeto específico temporário precisa de financiamento. Geralmente, é esperado que tal financiamento ocorra por um indivíduo ou um conjunto de indivíduos que trabalham diretamente com o Capítulo. No caso disto não poder acontecer, um sistema de doações temporário e transparente pode ser organizado, para atender as necessidades do projeto.
