

[Informàtic](#)

5 vídeos d'ONG que impacten i consciencien



06/03/2015

Autor/a: Eneida Iturbe



Font:



Font:



Font:



Font:



Font:

5 vídeos d'ONG que impacten i consciencien

06/03/2015

Autor/a: Eneida Iturbe



Resum:

El vídeo és una eina molt potent per transmetre els missatges de les entitats sense afany de lucre.

Sovint hi ha hagut debat al voltant de campanyes de comunicació d'algunes organitzacions no governamentals que han estat criticades per ser massa crues, oportunistes o paternalistes. Altres entitats, però, han aconseguit la dosi exacte d'**impacte** i **sensibilització**. El presentem alguns vídeos de conscienciació que no et deixaran indiferent!

Qui són les veritables víctimes de la moda?

Si entres al [canal de Youtube](#) de l'organització [Stop the Traffik](#), que lluita contra el [tràfic de persones](#), veuràs diversos vídeos impactants que et faran repensar algunes de les actituds de la societat dels països del Nord. N'és un exemple aquest que parla dels "fashion victims" o "víctimes de la moda". Aquest terme s'associa a les persones que estan obsessionades amb la moda, però el vídeo mostra una altra concepció: les víctimes de la moda són totes aquelles persones que treballen en situació gairebé d'**esclavatge** per produir la roba que es consumeix en occident.

Els problemes del primer món no són problemes

Els problemes com "oblidar el mòbil quan vas al lavabo" o "que la roba faci mala olor perquè l'hem oblidada a la rentadora" sonen ridículs si els poses en boca de persones que viuen en la **pobresa**. Això és exactament el que ha fet l'ONG [Water is life](#), que treballa per fer arribar **aigua potable**, el **sanejament** i la **higiene** arreu del món, per salvar vides i transformar les comunitats.

Un missatge que posa els pèls de punta

L'organització sueca que recapta diners per la lluita contra el càncer infantil, [Barncancer Fonden](#) va llançar fa un any aquest vídeo. La idea va sorgir a partir de la campanya d'una marca de cosmètica, que va instal·lar tanques publicitàries electròniques al metro. Aquestes detectaven quan arribava un tren i els cabells de les models de l'anunci es movia amb "el vent". La protagonista de la campanya de la fundació Barncancer era una nena i el seu cabell també es movia, però no amb la intenció de vendre un xampú, sinó de conscienciar.

El rellotge no s'atura

Aquest vídeo del moviment [The Girl Effect](#) mostra dos possibles futurs per a les nenes de 12 anys que viuen en pobresa. En un deixen l'escola, es casen joves i es veuen abocades a ser mares adolescents i fins i tot a caure en la prostitució. Hi ha, però, un futur alternatiu, on tenen accés a la **salut**, a l'**educació** i a un **treball digne**.

Cap infant nascut amb VIH

[ONE](#) és una organització internacional que pretén acabar amb la pobresa extrema i les **malalties prevenibles**, sobretot a l'**Àfrica**. El 2010 va fer un vídeo amb dones embarassades, amb l'objectiu de sensibilitzar sobre la necessitat de prevenir que hi hagi nadons que neixin amb **VIH**.

Etiquetes: [comunicació associativa](#), [vídeo](#), [sensibilització](#)

URL d'origen: <https://xarxanet.org/informatic/noticies/5-videos-d-ong-que-impacten-i-consciencien>