

WI-MI: Mentas abertas encontrarão soluções virtuais ecológicas STEAM para as alterações climáticas

2022-1-R001-KA220-SCH-000084942



Apresentação de webinars



EURASIA INSTITUTE



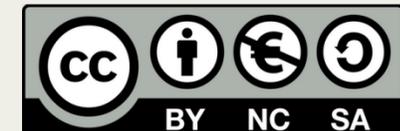
ESICA



GLINA



AGRUPAMENTO DE
ESCOLAS DE BARCELOS



Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.



Co-funded by
the European Union

Estratégias para aumentar a consciencialização dos jovens sobre as alterações climáticas numa sociedade digitalizada

WEBINÁRIO

- VALORIZANDO AS SUAS CAMPANHAS E O GRAU DE CONSCIENTIZAÇÃO E CIENTIFICAÇÃO
 - UTILIZAÇÃO DA PLATAFORMA COMUNIDADE PARA AÇÃO
- AS PAREDES OLHANDO AS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS ON-LINE PARA O ENVOLVIMENTO E UM DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.
- DESOCIALIZAÇÃO DEVIDO ÀS ACRES O PAÍS DOS ESTUDANTES. contribuição



ABERTO: MENTES AMPLAS ENCONTRARÃO SOLUÇÕES DE VAPOR VIRTUAIS EM DIREÇÃO À ALTERAÇÃO DO CLIMA!

NÃO. 2022-1-RO01-KA220-SCH-000084942



"Não passa um dia sem que deixe uma marca no ambiente que o rodeia. E as suas ações fazem a diferença. É por isso que tem de tomar uma decisão: que tipo de diferença faz a sua ação?"

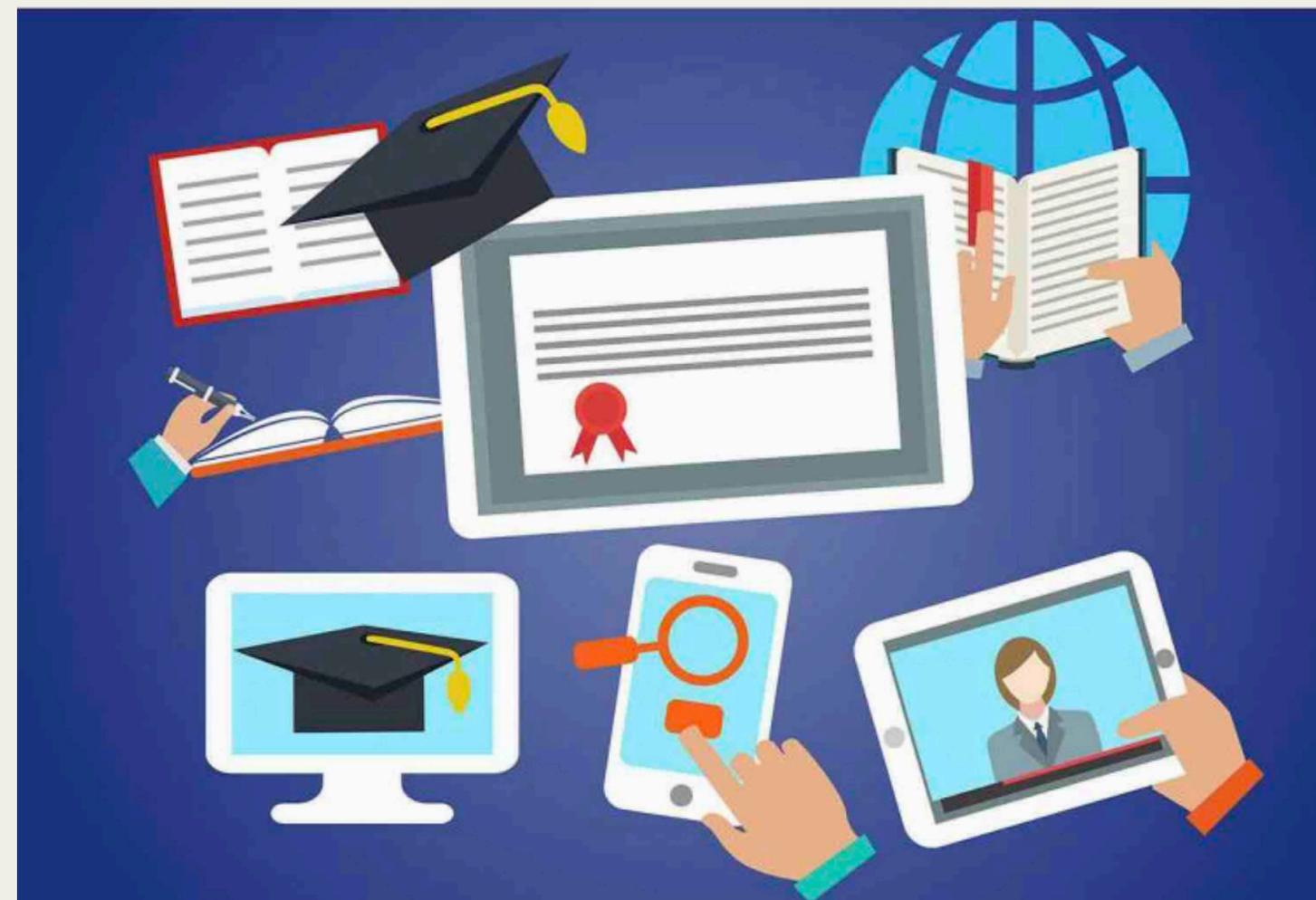
Jane Goodall



Co-funded by
the European Union

COMPETÊNCIAS DESTACADAS:

- Criação e popularização de campanhas nas redes sociais socialização para aumentar o grau de sensibilização para as alterações climáticas em entre os jovens.
- Aumentar o nível de acesso às plataformas online para o envolvimento e participação comunidade para a ação em prol do desenvolvimento sustentável.
- Aumento da sensibilização entre jovens (10-14 anos) sobre as alterações climáticas e a sua motivação na adoção comportamentos sustentáveis.



CRIAÇÃO DE VALOR E
CLASSIFICAÇÃO

CAMPANHA PELA DESDESSOCIALIZAÇÃO, RECONSCIÊNCIA E
CIENTIZAÇÃO DAS MUDANÇAS
O PAÍS DAS INDULGÊNCIAS

PARA
CLIMATIC



As campanhas nas redes sociais são uma ferramenta extremamente valiosa para aumentar a consciencialização sobre as alterações climáticas, especialmente entre os jovens, que são utilizadores frequentes destas plataformas.



Co-funded by
the European Union

Escolhendo a plataforma certa



Instagram e TikTok

- Estas plataformas são populares entre os jovens e permitem a criação de conteúdos visuais e envolventes, como vídeos curtos, histórias ou publicações interativas.

YouTube

Pode ser utilizado para vídeos educativos, documentários curtos e campanhas de longa duração.

Twitter

Ideal para transmitir mensagens concisas, notícias e atualizações rápidas relacionadas com as alterações climáticas.

Facebook

Embora menos utilizados pelos jovens, podem ser utilizados para envolver comunidades e organizações de maior dimensão.

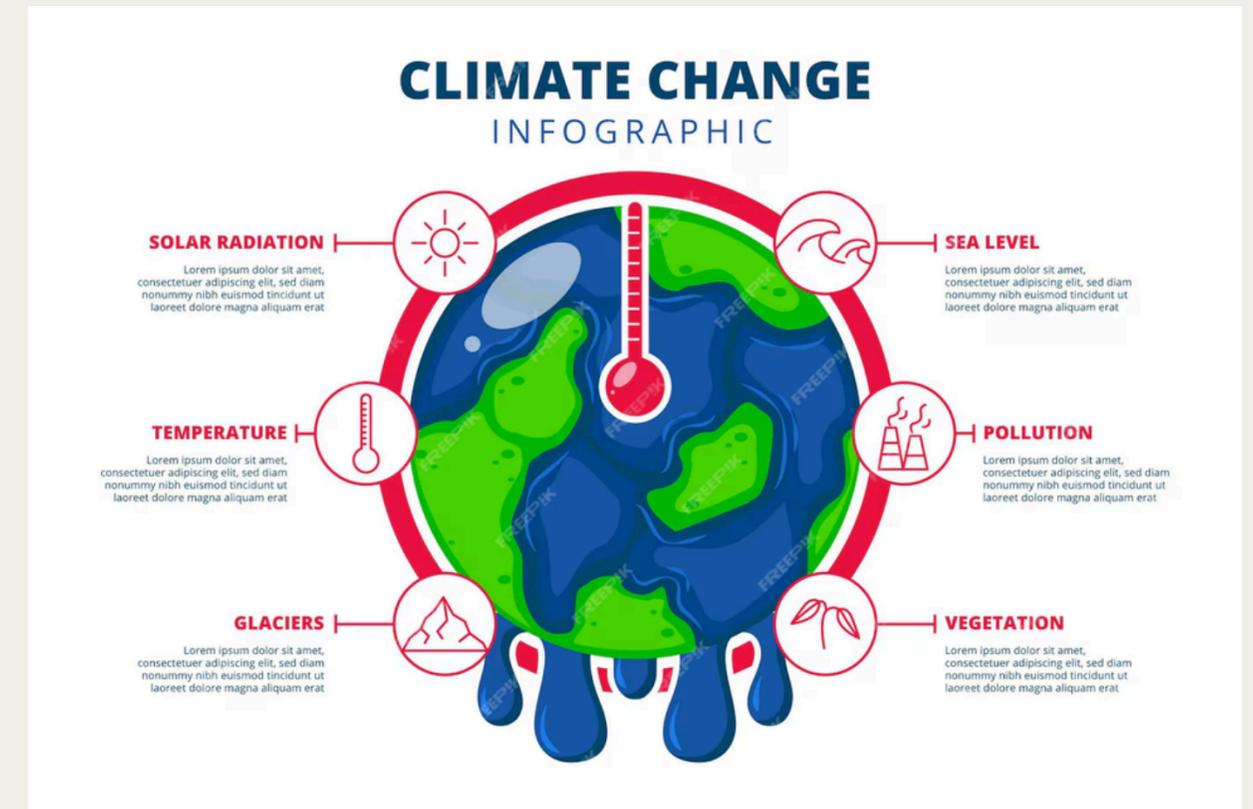


Co-funded by
the European Union

CRIE UM CONCEITO CATIVEIROSO



- **Infográficos e animações:** Simplifica informações complexas sobre as alterações climáticas, tornando-as fáceis de compreender e partilhar.
- **Narrativa:** Histórias pessoais de jovens afetados pelas alterações climáticas ou daqueles que contribuem para soluções podem inspirar o público.
- **Desafios e tendências:** Lançamento de desafios (por exemplo: #EcoChallenge) que incentiva ações como a reciclagem ou a redução do consumo de plástico.



Co-funded by
the European Union

COLABORANDO COM INFLUENCIADORES E CRIADORES DE CONTEÚDOS

- Envolver influenciadores com um público jovem pode amplificar a mensagem da campanha.
- Escolher influenciadores autênticos e preocupados com as questões ambientais é essencial para manter a credibilidade.



UTILIZAÇÃO DE HASHTAGS E CAMPANHAS VIRAIS



- Hashtags atrativos e relevantes, como [#AgirPeloClima](#), [#HeróisdoClima](#) ou [#GeraçãoVerde](#), pode ajudar a criar uma comunidade online e monitorizar o impacto da campanha.
- O conteúdo que incentiva os utilizadores a participar, comentar ou partilhar pode tornar-se viral.



Co-funded by
the European Union

EDUCAÇÃO POR MICRO - CONTEÚDO

- Publicação de "dicas e truques" sobre como os jovens podem contribuir para reduzir a sua pegada de carbono.
- Publicar estatísticas e informações importantes num formato visual apelativo, como carrosséis no Instagram.



CARBON FOOTPRINT PLEDGE

I pledge to reduce my carbon footprint by:



Walking and cycling more

Sharing and reusing things

Choosing plant alternatives to meat sometimes

Buying local products when I can

Using both sides of paper

Calculating my own carbon footprint

Not wasting food

Tell family and friends how they can help



Co-funded by
the European Union

CHAMADA À AÇÃO (CTA)



- Incentivar o público a assinar petições, a participar em eventos verdes ou a implementar mudanças sustentáveis no seu dia-a-dia.
- Criar campanhas interativas, como por exemplo "plantar uma árvore para cada partilha".



Co-funded by
the European Union

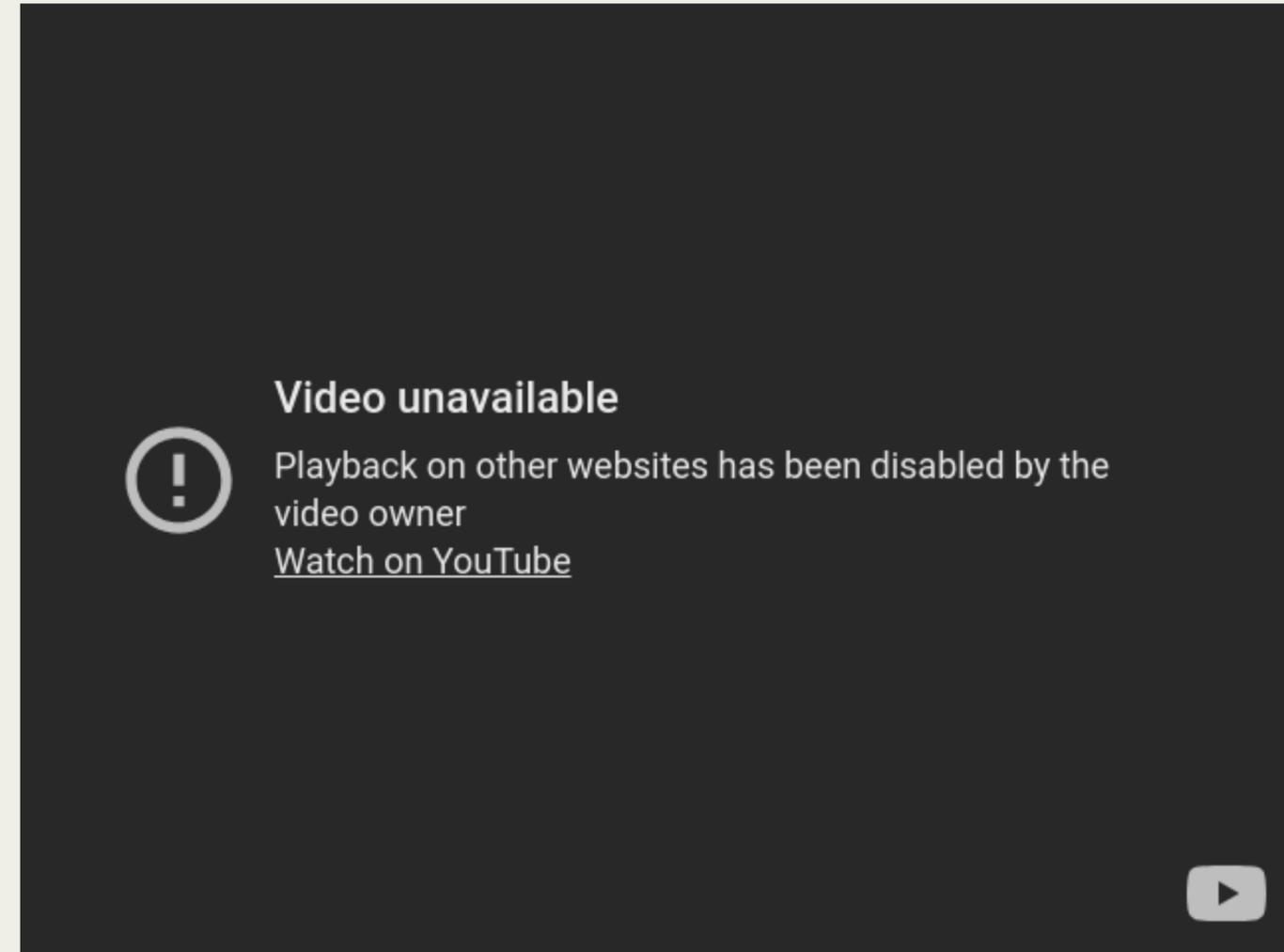


- Utilizando ferramentas de análise (por exemplo, Instagram Insights, Google Analytics) para medir o envolvimento, as partilhas e o crescimento do público. Respostas rápidas e
- envolvimento ativo com a comunidade através de comentários e mensagens.



Parcerias com ONG e organizações locais

- As parcerias com organizações que lutam contra as alterações climáticas podem ajudar a aumentar a credibilidade e a fornecer conteúdos educativos de qualidade.
- Envolver iniciativas locais pode tornar as mensagens mais relevantes para os jovens de uma região específica.



EXEMPLOS DE CAMPANHAS DO CCES



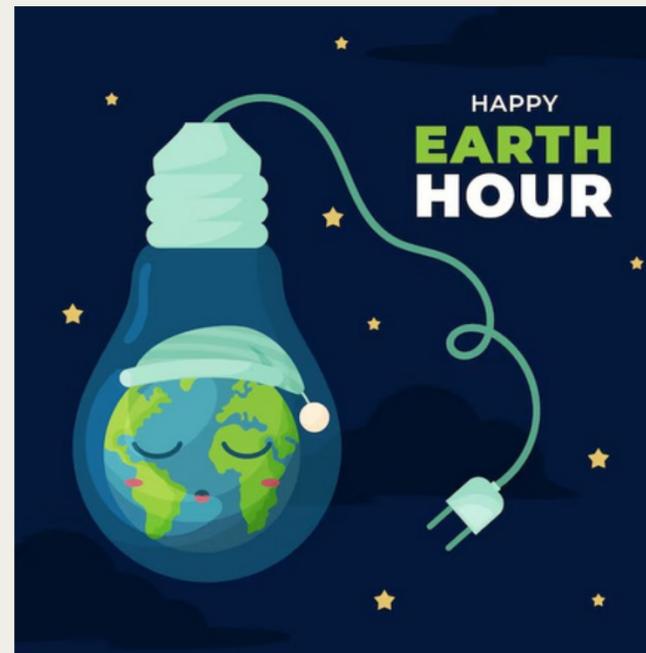
Sextas-feiras para o Futuro

O movimento iniciado por Greta Thunberg usou as redes sociais para mobilizar milhões de jovens em protestos globais.



Hora do Planeta

Com um simples apelo para apagar as luzes, conseguiu criar um impacto global.



#DesafioTrashTag

Isto motivou os jovens a limpar áreas cheias de lixo e a publicar os resultados online.



Co-funded by
the European Union

UTILIZAÇÃO DA PLATAFORMA RONLINE PARA ENVOLVIMENTO E PARTICIPAÇÃO DA COMUNIDADE NA ACÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



Usar plataformas on-line para o envolvimento e a participação da comunidade em ações de desenvolvimento sustentável representam uma solução moderna e eficaz para mobilizar recursos humanos e criar um impacto significativo. Estas plataformas proporcionam um espaço digital onde as pessoas podem colaborar, discutir e implementar soluções inovadoras para problemas ambientais, sociais e económicos.



Co-funded by
the European Union

BENEFÍCIOS DA PLATAFORMA ORONLINE PROMOVENDO O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



1. Acessibilidade e conectividade global

As plataformas online permitem que pessoas do mundo inteiro se conectem, independentemente da localização. Assim, comunidades diversas podem partilhar ideias, boas práticas e recursos para atingir objetivos comuns.

2. Sensibilização e educação

Estas plataformas podem alojar recursos educativos, como webinars, guias, estudos de caso ou campanhas informativas, para educar os utilizadores sobre temas de desenvolvimento sustentável (por exemplo, alterações climáticas, reciclagem, conservação da biodiversidade).



Co-funded by
the European Union

BENEFÍCIOS DA PLATAFORMA ORONLINE PROMOVENDO O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



3. Mobilização rápida para a ação

Eventos, como a limpeza de áreas poluídas, a plantação de árvores ou a angariação de fundos, podem ser organizados de forma rápida e eficiente através de plataformas online. Um exemplo seria a utilização das redes sociais para promover ações locais ou globais.

4 Ferramentas para a colaboração e participação

As plataformas de colaboração, como o Slack, Trello ou Google Workspace, facilitam o planeamento e a monitorização do progresso dos projetos de desenvolvimento sustentável. Os fóruns de discussão e as aplicações interativas também promovem a participação ativa do utilizador.

5. Transparência e responsabilização

As plataformas online permitem monitorizar o progresso do projeto e reportar os resultados, dando às comunidades a oportunidade de ver o impacto real dos esforços.

deles.



Co-funded by
the European Union

EXEMPLOS DE PLATAFORMAS NÃO UTILIZADAS PARA DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



Mudança.org

Permite a criação de petições online para mobilizar o apoio da comunidade para diversas causas ambientais, sociais ou políticas.

<https://www.change.org/>

EcoChallenge.org

Fornece uma plataforma onde os utilizadores podem participar em desafios de sustentabilidade, como reduzindo o desperdício, poupando água ou alterando hábitos alimentares.

<https://about.ecochallenge.org/>

iNaturalista

Uma plataforma onde os utilizadores podem contribuir para o mapeamento da biodiversidade através do envio de imagens e informação sobre espécies no seu ambiente.

<https://www.inaturalist.org/>

Bom para cima

Liga empresas, ONG e voluntários para colaborar em projetos sustentáveis.

<https://www.instagram.com/goodu>
[pq/](https://www.instagram.com/goodu)



Co-funded by
the European Union



EIS ALGUNS EXEMPLOS DE CONTEÚDOS DE CAMPANHA, ADAPTADOS PARA DIFERENTES PLATAFORMAS:

Conteúdo para TikTok

Vídeo 1: "Sabia disto?"

- Descrição: Um "Sabia que?" tipo de vídeo, com sobreposição de texto:
- "Uma árvore madura absorve CO2 suficiente para compensar 2,6 milhões de passos de carro por ano." O que está a fazer pelo planeta?"
- Fim: "Aceita o nosso desafio e planta uma árvore! #EcoSchoolChallenge" Áudio: Som moderno (por exemplo, um remix popular).



Vídeo 2: Desafio Interativo

- Conteúdo:
 - Alunos a apresentar coisas que fazem pelo ambiente (por exemplo, recolher o lixo da escola, poupar água).
- Texto de sobreposição: "O que pode fazer pelo planeta? Publique o seu vídeo com
- #EcoChallenge!" Apelo à ação: "Faz parte da mudança. A nossa geração salva o planeta!"



EXEMPLOS DE CONTEÚDOS PARA A CAMPANHA DE ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS



Conteúdo para Instagram

Post carrossel: "5 coisas simples para o planeta"

- Imagem 1: Título grande: "5 coisas simples que pode fazer para salvar o planeta" "
- Imagem 2: "1. Abandone o plástico – utilize uma garrafa reutilizável."
- Imagem 3: "2. Caminhe ou ande de bicicleta – poupe CO2!"
- Imagem 4: "3. Desligue a água quando estiver a lavar os dentes – poupa 8 litros/minuto."
- Imagem 5: "4. Recicle o papel, o plástico e o vidro." Imagem 6:
- "5. Partilhe esta mensagem com os seus amigos! #GeraçãoVerde"

História do Instagram: Quiz interativo

- Questão 1: "Quanto CO2 emite um automóvel num ano?"
 - A. 500 kg
 - B. 4 toneladas
 - C. 10 toneladas
 - (correto: B – 4 toneladas)
- Questão 2: "Quanto tempo demora o plástico a decompor-se?"
 - A. 10 anos
 - B. 50 anos
 - C. 500 anos
 - (correto: C – 500 anos)
- **História final: "Respondeu corretamente? Comece a fazer uma mudança hoje!" "Resumo curto:**
- Cenário:
 - A câmara mostra uma garrafa de plástico atirada para o chão. Uma mão apanha-o e coloca-o na lixeira de reciclagem.



Co-funded by
the European Union

EXEMPLOS DE CONTEÚDOS PARA A CAMPANHA DE ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS



Conteúdo para YouTube

Curta 1: "Como as alterações climáticas afetam a sua cidade"

- Conteúdo:
 - "Se as temperaturas globais aumentarem 2°C, os níveis de água poderão afetar x% das cidades na Roménia." "Quer ajudar? Reduza o consumo de energia, recicle e plante árvores!"

Gosto 2: Tutorial rápido: "Como ser amigo do ambiente na escola"

- Passo 1: Leve o seu almoço em caixas reutilizáveis.
- Passo 2: Recicle o lixo da sala de aula.
- Passo 3: proponha um projeto de limpeza com os seus colegas. Conclusão: "A mudança começa em si!♥"

Conteúdo para Facebook

- Post com mensagem emocional:
- Imagem: Uma foto impressionante de glaciares derretidos.
- Texto:
- "A cada minuto, perdemos um pedaço do nosso futuro".
- Faça parte da solução: recicle, poupe energia e envolva-se. #GeraçãoVerde"
- CTA: "Partilhe esta mensagem para ajudar a aumentar a consciencialização sobre as alterações climáticas."



Co-funded by
the European Union

As redes sociais não só informam, como também **motiva e une** os jovens a tornarem-se parte da solução.



Filtros do Snapchat/Instagram:
Crie um filtro que sobreponha folhas ou um slogan como "Heróis do Planeta" "sobre selfies.

Hashtags motivacionais:

#SemPlásticoNaAula

EcoRevolução

#EstudantesSalvamOPlaneta



CREAR AREA DE CONTEÚDO EDUCATIVO CONSUMO PARA TRU DIGITAL



Criação de conteúdo educativo digital para talvez sensibilizar a geração ambiental. Pessoas jovens tecnologia de formato de videoclipe, contribuição responsabilidades

decon t inuttineri tema educativo do aquecimento muito eficiente de educaçãos seguintes problemas principais de isto enfrentar mais planeta. muito conectar tilaiyaruse a qualquer momento, descompensado digital — como os blogs e criação ecológico.

sobre do aquecimento globos dar de educaçãos seguintes problemas de de

talvez ser um modo muito eficiente dar de educaçãos seguintes problemas de de

ambientes com qual isto enfrentar mais planeta.

que a qualquer momento, digital — como os blogs e criação ecológico.



Co-funded by
the European Union

Videoclipurile educaționale



FORMULÁRIOS de
Aqui está.

Os vídeos são um daqueles que mais
conteúdo digital e PODEapanham rápido popularatenções.
algumas ideiasvideoclipes qual talvez alcançou sobre assunto
aquecimento global:

uma . Série curta de vídeos EXPLICATIVO

- Título sugerido: "O que é **é o aquecimento global e de** o que **Isso importa?**"
- Conteúdo: Explicação em termos simples conceitos de aquecimento global, mudanças climático, As emissões de CO2, O efeito de estufa etc. Os vídeos talvez impulsionadas por UM Faça a informação fácil de entendido e eu atraente.

Duração: 3 - 5 minutos.

b. Desafios e soluções

- Título sugerido: "**A geração vale a pena** O nosso **paraparar alterações climáticas?** " Cada
- Conteúdo: vídeo para combater pode explorar o um solução específico aquecimento global: usar energia renovável, redução de resíduos, apresentar consumir responsivo etc. S epot exemplos de vida real ou histórias inspirador sobre o rejuvenescimento Eu faço um diferença.

Duração: 5 - 7 minutos.



Co-funded by
the European Union



c. Entrevistas com especialistas ativistas

- Título sugerido: **"Cumvor" afetar as mudanças clima o futuro nosso? Entrevista com um especialista"**
- Conteúdo: Nasce vídeos, isto PODEpresente Entrevistas com climatologistasativistas ambiente, jovens qual lutar por mudar.
- Duração: 7 a 10 minutos.



e. Desafios interativos

- Título sugerido: **"A mudança começou Conteúdo: você - Como Pode contribuir? "**
- Desafios em detenções simples, como a redução do consumo de alimentos convites para participar ações plástico, plantio UM árvore, economiaeenergiaepromoção Duração: 1 - 2 minutos sustentabilidade nas escolas deles .
- por cada desafio, mas talvez vídeos. Há uma série

continua de



Blogurile educaționale



Excelentes são homomodalidade
blogues sobre dar explorar em pormenor
temas climáticos RELACIONADO trocas de informações
e tópicos de UM
estruturados sobre TEMAS específico.

<https://ecoteca.com.br/ro/o-aquecimento-global-é-o-culpado.html>



Co-funded by
the European Union



uma . Artigos informativos

- **Exemplos** título : "O que é acontece com explica o nosso planeta se não Ação agora? "
- **Conteúdo:** Artigos o que os efeitos mudança climática (fusão glaciares, fenômenos meteorológico extremos, perda biodiversidade) e morre essencial catenárias torna-se atividade na proteção do ambiente. Esta é uma imagem. inclui e estatisticamente recentes e Educação caso relevante.

b. G hiduripascu etapa para jovem

- **Exemplo de título:** "Como tornar-se um ativista para ambiente : Em primeiro lugar mudança"
- **Conteúdo:** Orientações qual explicar aos jovens Como pode iniciar par adotar comportamentos sustentáveis, jogatina ser redução etc. consumir energia, reciclagem, a compra ecológico, Para isso ponto de guia inclui e sugestões para ativismo de produtos online na comunidade.

c. Entrevistas com especialistas e ativistas

- **Exemplos** título : "Entrevista" com homem jovem ativista: Como ver a para provocar mudanças? "
- **Conteúdo:** Blogs de com entrevistas o que oferecer mentalidade pessoal sobre atividades desativismo e mudanças em público jovem para que pode incluir conselhos e inspiração de jovem quem teve um impacto S



Co-funded by the European Union



e. Desafios ecológicos para os leitores

Exemplo de título : "O desafio 30 dias sem plástico : Você pode para está cansado?"
conteúdo: ação. Desafios Por para público qual eles PERMITIR para aprender com
exemplo, desafio de UM desistir PARA feito de plástico
ou dar reduzir o consumo acima. Artigos PODE produtos ofertar aos filhos
fazer o que estes fazer permanecer pedido fácil produzidos.

[https://mediumsetor1.ro/noticias/julho - sem plástico - aceitar -
o desafio - junte-se - a - milhões - de - pessoas - que - reduzem - o - desperdício - de - plástico /](https://mediumsetor1.ro/noticias/julho-sem-plastico-aceitar-o-desafio-junte-se-a-milhoes-de-pessoas-que-reduzem-o-desperdicio-de-plastico/)

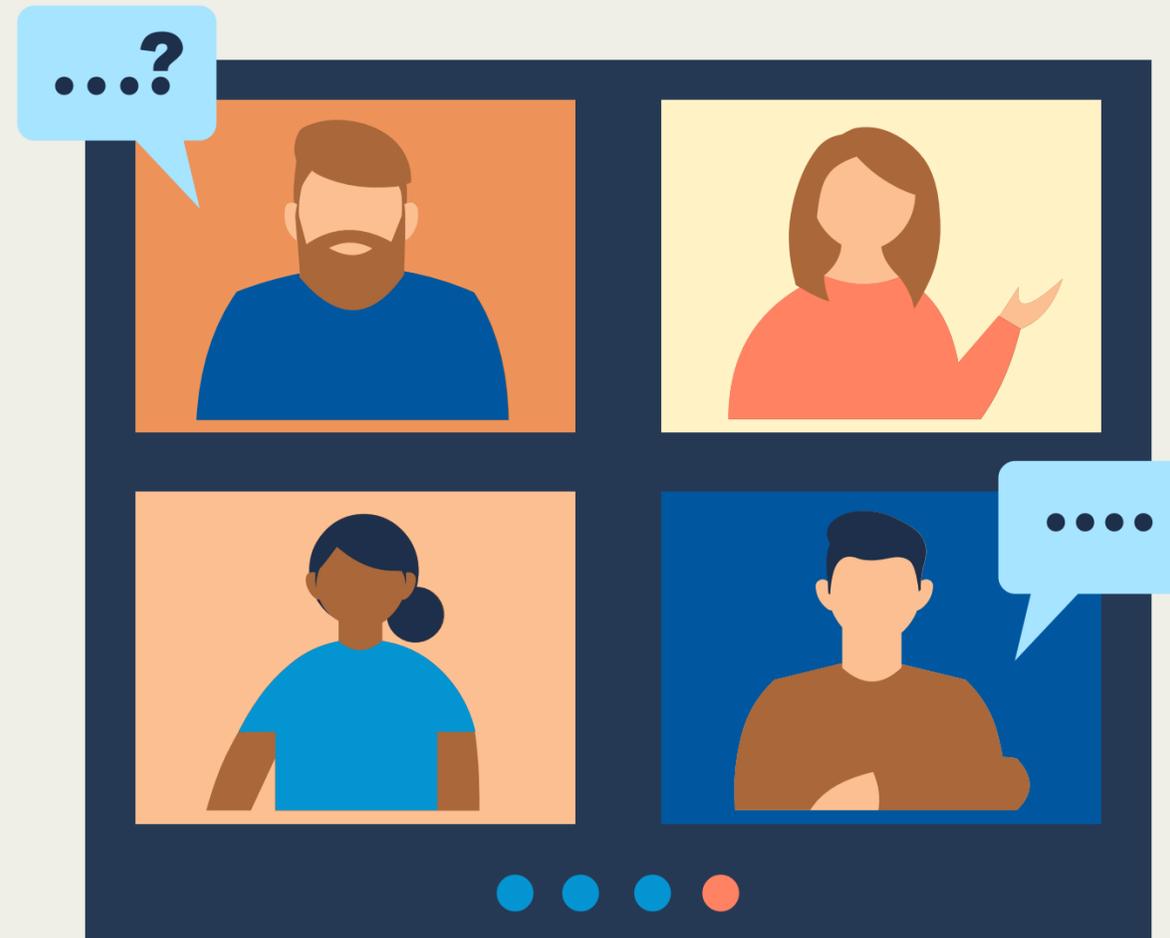


Co-funded by
the European Union

Webinarii educative



Os webinars são muito JOVEM interativo E eles de mudar são bom em - um e águas da cheia de aprendizado de ideias são de UM endereço em - um estrutura educacional. oportunidades diretamente e Mão Única UM endereço estrutura educacional. oportunidades diretamente e



Co-funded by
the European Union

Sessões de formação e educação

- Título: "As alterações climáticas e o nosso futuro: como fazer parte da solução"
- Conteúdo: Um webinar com profissionais e ativistas da área que irão discutir como as alterações climáticas afeta os jovens e que ações podem tomar para ajudar a reduzir as emissões e proteger o planeta. Podem ser organizadas sessões interativas, com perguntas e respostas

Painéis com jovens ativistas

- Título: "Os jovens na luta contra o aquecimento global: O que podemos fazer hoje?"
- Conteúdo: Convidando jovens ativistas ambientais para discutir as formas como contribuíram para os movimentos ambientais e partilhar ideias sobre como outros jovens podem fazer o mesmo. De Os participantes também podem colocar questões diretamente aos ativistas.

Oficinas interativas

- Título: "Como criar um projeto ecológico na comunidade" nosso"
- Conteúdo: Webinars práticos em que os jovens aprendem a criar os seus próprios projetos verdes ou iniciativas ambientais (exemplo: organizar um evento de plantação de árvores, campanhas de educação sobre reciclagem, etc.). Estas sessões podem também incluir ajuda para iniciar ações concretas.



Redes sociais & Interação online



É você. essencial para incluir e rede
presentesocialalgumadisa são extremamente sobre
Plataformas do COMO Instagram, Tique-taque OU
YouTube. É isso. plataformas e postagens PODE
ser comunicado rápido eficiência através de:



Publicações educativas: infográficos, estatísticas e citações inspiradoras.

Desafios virais: por exemplo, um #30DiasPelaTerra em que os jovens

são incentivados a adotar comportamentos amigos do ambiente.



Histórias e transmissões em direto: sessões de perguntas e respostas com especialistas,

ativistas e influenciadores ambientais.



Co-funded by
the European Union

MHSM - MINDS WILL FIND ECO VIRTUAL



Indicadores quantitativos:

Número de visualizações e partilhas da campanha. Número de participantes em eventos promovidos online.

Taxa de conversão: quantas pessoas que interagem com a campanha realizam ações concretas.

eIndicadores qualitativos:

Análise dos sentimentos (comentários positivos vs. negativos).

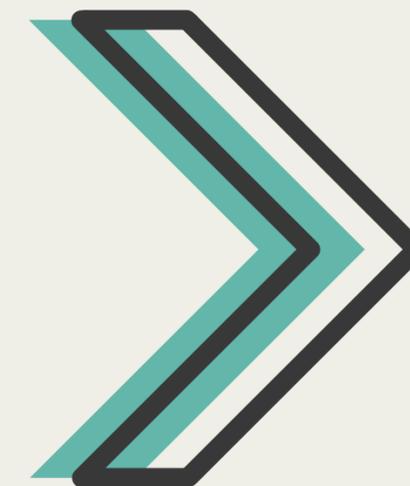
Casos de sucesso (testemunhos de participantes).

Exemplos de ferramentas de avaliação:

Google Analytics: medir tráfego e conversões.

Hootsuite: análise de engagement nas redes sociais.

SurveyMonkey: criar inquéritos para feedback



Co-funded by
the European Union

1. Questões relativas à sensibilização e compreensão do público

- **Até que ponto foi exposto à nossa campanha sobre as alterações climáticas?**
- **O quanto acha que compreende as questões das alterações climáticas agora, em comparação com antes da campanha? Que aspeto das alterações climáticas achou mais importante?**
- **os nossos materiais?**



2. Questões relacionadas com o engajamento e participação

- **Interagiu com os materiais da campanha (por exemplo, partilhou, comentou ou gostou das publicações)?**
- **O que o motivou a participar ativamente nesta campanha?**
- **Participou em atividades offline sugeridas pela campanha (por exemplo, plantar árvores, participar em eventos)?**



3. Questões sobre mudança de comportamento

- **Tomou alguma medida concreta para reduzir a sua pegada de carbono depois de ver a campanha? Se sim, quais são?**
- **Qual é a probabilidade de continuar a aplicar estas medidas a longo prazo?**
- **Incentivou amigos ou familiares a adotar comportamentos ecológicos?**

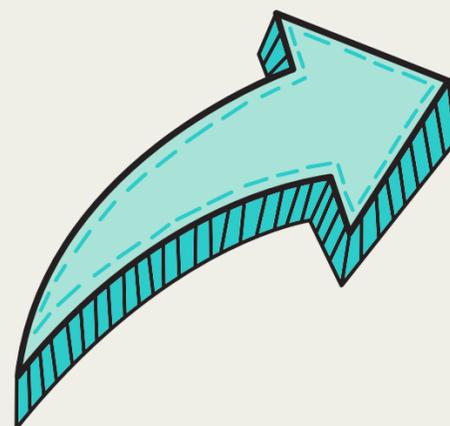


4. Questões sobre a percepção da campanha

- **O que pensa das mensagens enviadas pela campanha (claras, convincente, relevante)? Como avalia a qualidade dos materiais visuais e as informações fornecidas? Que outros tópicos ou formatos gostaria a ser abordado em campanhas futuro?**

6. Questões sobre indicadores digital

- **Descobriu a campanha através das redes sociais, de um site ou outro canais?**
- **Qual o post/mídia a comunicação pareceu-lhe a melhor mais eficiente?**
- **Quanto tempo gastou a interagir com os materiais? campanha?**



5. Questões relacionadas com o impacto emocional

- **A campanha fez-lhe sentir mais preocupado ou motivado sobre alterações climáticas?**
- **Sentiu que as mensagens da campanha foram encorajadoras? ou melhor, alarmante?**

7. As questões demográficas e contexto

- **Qual é a idade? você e o seu nível educação?**
- **Já participou de outros campanhas semelhantes sobre ambiente?**
- **Que fatores o levaram a preste atenção a isso campanhas?**





Obrigado!

Material produzido no âmbito do projeto Erasmus+ Wi-Mi



**Finanțat de
Uniunea Europeană**

Finanțat de Uniunea Europeană. Punctele de vedere și opiniile exprimate aparțin, însă, exclusiv autorului (autorilor) și nu reflectă neapărat punctele de vedere și opiniile Uniunii Europene sau ale Agenției Executive Europene pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană și nici EACEA nu pot fi considerate răspunzătoare pentru acestea.