



COMMUNITY CHALLENGERS

GUIA PARA COMMUNITY CHALLENGERS



RUMO A COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS & CLIMATICAMENTE INTELIGENTES ATRAVÉS DAS ARTES E DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL



Co-funded by the European Union

PRODUÇÃO INTELECTUAL 3

ESTE GUIA É PUBLICADO EQUANTO PRODUÇÃO INTELECTUAL 3 DO PROJETO COMMUNITY CHALLENGERS, FINANCIADO PELO PROGRAMA ERASMUS+ DA UNIÃO EUROPEIA.

A PARTE 1 DESTE GUIA ABORDA 4 DESAFIOS NO CAMPO DAS ARTES: ARTES VISUAIS, ARTES PERFORMATIVAS, CINEMA E CANÇÃO. A PARTE 2 DIZ RESPEITO AO DESAFIO DO EMPREENDEDORISMO.

O GUIA ESTÁ DISPONÍVEL NUMA VERSÃO EM PDF E NUMA VERSÃO ONLINE COM RECURSOS INTERATIVOS ONDE OS/AS USUÁRIOS/AS PODEM DEIXAR COMENTÁRIOS E FEEDBACK.

ESTÁ DISPONÍVEL EM SEIS IDIOMAS: INGLÊS, ITALIANO, PORTUGUÊS, SÉRVIO, CROATA E LETÃO.

© PUBLICADO EM 01/2022



TABELA DE CONTEÚDOS

	Introdução	01
	Parte UM: DESAFIOS ARTÍSTICOS	04
1.	CINEMA	05
1.1	Definição do conteúdo	07
1.2	Produção	09
1.2.1	Vídeos TikTok	10
1.2.2	Reels do Instagram e IG-TV	11
1.2.3	YouTube	11
1.3	Workshop - Dia Um	12
1.4	Workshop - Dia Dois	16
1.5	Avaliação	18
2.	ARTE VISUAL	20
2.1	Definição do conteúdo	20
2.2	Preparação do Workshop	22
2.3	Workshop - Dia Um	23
2.4	Workshop - Dia Dois	27
2.5	Perguntas de avaliação	28
2.6	Opção alternativa	29
2.7	Divulgação	30
2.8	Dicas e truques	31
3.	ATUAÇÃO	35
3.1	Definição do conteúdo	37
3.2	Produção	39
3.3	Workshop - Dia Um	42
3.4	Workshop - Dia Dois	44
3.5	Perguntas de avaliação	45
3.6	Divulgação	46
3.7	Dicas e truques	48

4.	CONÇÕES & MÚSICA	50
4.1	Definição do conteúdo	52
4.2	Produção de Canções	53
4.2.1	Processo de Ideação	54
4.2.2	Escrever Letras de músicas	57
4.2.3	Composição da Música	58
4.2.4	Gravação de Canções	59
4.3	Produção de Clipes de Vídeo	63
4.4	Perguntas de Avaliação	65
	Parte DOIS: DESAFIO DE EMPREENDEDORISMO	66
5.1	O que é um Hackathon?	67
5.2	Estrutura e Preparação de Eventos	68
5.3	Formador/a / Moderador/a	69
5.4	Mentores	69
5.5	Estrutura do evento	70
5.6	Workshops	75
5.6.1	Sessão 0: Enquadramento	76
5.6.2	Sessão 1: Jogo de Geração de Ideias	77
5.6.3	Workshop 1: Pesquisa e Definição do Problema	78
5.6.4	Workshop 2: Prototipagem	80
5.6.5	Workshop 2a: Proposta de Valor	81
5.6.6	Workshop 2b: Segmentação do Cliente/ Persona	82
5.6.7	Workshop 3: Modelos de Negócios e Finanças	83
5.6.8	Workshop 4: Pitch	85
5.6.9	Workshop 5: Os Próximos Passos - Fontes de Financiamento	86
5.7	Perguntas de avaliação	87
5.8	Recursos	88

INTRODUÇÃO

SOBRE O PROJETO

O projeto Community Challengers procura capacitar os/as jovens com ferramentas de reflexão e ação em torno do tema da ação climática, assim como mobilizar as suas comunidades através medidas inovadoras e apelativas. Foi desenvolvido pelo Consórcio de 7 parceiros: Bélgica, Croácia, Alemanha, Itália, Letónia, Portugal e Sérvia com especialização complementar no campo da educação ambiental, capacitação de jovens, artes, advocacia e empreendedorismo. O projeto tem a duração de dois anos (01/2021-12/2022).

O projeto baseia-se num modelo de aprendizagem que combina educação, artes e empreendedorismo social, abrangendo tanto o nível intelectual, como emocional. O modelo de aprendizagem consiste em 4 passos: Aprender, Analisar, Criar, Defender Interesses (do inglês LACA- Learn, Analyse, Create, Advocate). Este método permite aos/às jovens aprofundar o conhecimento sobre as mudanças climáticas, analisar a sua comunidade do ponto de vista da sustentabilidade, formar uma visão para o futuro suportada por ferramentas de empreendedorismo e defender a mudança. As quatro etapas do modelo correspondem a quatro produções intelectuais do projeto. Estes são os resultados e conclusões apresentadas pelos parceiros do projeto, compilando informação relativa a factos ambientais. Encontra-se disponível em diversos formatos: um manual, um kit de ferramentas de mapeamento, inspiração e instruções para a criação artística e tutoriais em vídeo. Cada formato está ligado a um passo do modelo de aprendizagem:

- 1. Aprender: Manual de Ação Climática e Sustentabilidade (O1)**
- 2. Analisar: Kit de ferramentas de mapeamento comunitário (O2)**
- 3. Criar: Guia dos Desafios da Comunidade (O3)**
- 4. Defender: Tutoriais de defesa de interesses (O4).**

Os resultados são desenvolvidos e testados por todos os parceiros do projeto nos seus respetivos países. Jovens e técnicos/as de juventude são o principal grupo-alvo do projeto e acompanharão a testagem, participarão em workshops e darão o seu feedback para que os resultados sejam afinados e validados.

SOBRE O GUIA PARA CHALLENGERS

O presente Guia para Challengers é a terceira produção intelectual do projeto, correspondendo ao terceiro passo, ANALISAR, do modelo LACA acima descrito. O seu objetivo é combinar diferentes formatos de workshops, realizados como desafios do projeto.

A **PARTE 1** está focada nos desafios de arte nas áreas de Cinema, Artes Visuais, Performance/Representação e Canção. Cada desafio propõe uma estrutura de Workshop de dois dias e sugere possíveis pontos de avaliação.

Os parceiros do projeto deverão concordar em realizar pelo menos dois destes desafios. Todos os desafios serão testados e cada parceiro decidirá qual pretende implementar. A escolha é feita consoante as necessidades locais e comunitárias dos/as jovens.

Em todos os desafios os/as jovens devem criar as suas próprias obras de arte e aprender a refletir sobre temas relacionados com clima, através de desafios e soluções desenvolvidas na sua própria linguagem artística. O objetivo é que os/as participantes aprendam a expressar a sua perceção dos desenvolvimentos sociais e ecológicos com base no seu ponto de vista e na sua própria realidade.

A **PARTE 2** deste Guia descreve o desafio de empreendedorismo, dentro do formato Hackathon em torno dos tópicos das mudanças climáticas, do eco-friendly (favorável ao ambiente), da sustentabilidade e do ativismo. Este desafio de 5 dias será realizado por todos os parceiros do projeto, a seguir ao Intercâmbio Internacional de Jovens, a realizar em Belgrado, na Sérvia, onde se irão lançar as bases para o mesmo. Os desafios realizar-se-ão a seguir ao encontro.

RESULTADO ESPERADO

Espera-se que os/as técnicos/as de juventude apliquem este Guia na preparação dos desafios e na orientação dos grupos de jovens ao longo do processo artístico presencial e online. As obras de arte produzidas e as soluções pensadas serão depois partilhadas junto das comunidades europeias, para chegarem ao público geral. O intercâmbio e discussão gerados refletem as perspetivas e as preocupações dos/as jovens e dos/as cidadãos/ãs, transformando-as em ideias, projetos, ações sociais, entre outras. É importante que stakeholders e autoridades políticas locais participem neste processo.

A tradução em seis línguas europeias deve incentivar qualquer técnico/a de juventude ou formador/a interessado/a utilizar este Guia a criar desafios artísticos e de empreendedorismo com os/as jovens, ajudá-los/as a refletir sobre a sua perceção de questões relacionadas com as alterações climáticas e a tornarem-se ativos na sensibilização, divulgação de informação e criação de soluções na sua comunidade local. Mas, não só.

PARTE UM: DESAFIOS ARTÍSTICOS

O poder das artes e o seu impacto na saúde, bem-estar e aprendizagem são muito abrangentes. Podemos conceber um espaço para a divulgação de pontos de vista, inovação e criatividade, assim como usar a arte e a natureza para acelerar um processo de cura. A arte pode ser usada para aliviar o stress, reduzir a dor e melhorar a aprendizagem. Despoleta mudanças no nosso cérebro, podendo tornar-nos mais felizes, mais saudáveis e mais inteligentes. Pode, ainda, ser usada enquanto ferramenta de aprendizagem e de resolução de problemas complexos da vida quotidiana. Qualquer ação que implique pensamento criativo - a capacidade de fazer conexões entre coisas não relacionadas e imaginar novas formas de comunicação - é benéfica para o cérebro. O cérebro usa a informação para fazer previsões sobre o que podemos fazer a seguir e sobre que temos de fazer para sobreviver e prosperar, de modo que produzir arte equivale a tomar decisões que se refletem na vida quotidiana.

1.FILM

Os irmãos Lumière introduziram o filme e o vídeo pela primeira vez na década de 1880. A primeira geração de pessoas que acompanhou o início deste meio viu o filme evoluir, passando de algo completamente novo, a uma indústria de entretenimento de massas instituída. O cinema, enquanto forma de arte, tem por base uma tradição antiga de storytelling (narrativa), presente na literatura, teatro e artes visuais. Todos estes ramos da criatividade devem ser considerados ao pensar na produção do trabalho final do workshop. Os novos media de massas, incluindo a televisão (que se tornou mainstream nos anos 50), o vídeo doméstico (mainstream desde os anos 80) e a internet (mainstream desde os anos 90), influenciaram a distribuição e o consumo de filmes. A produção cinematográfica acompanha esta evolução, com conteúdos adequados aos novos meios de comunicação, tirando partido da própria inovação tecnológica, como o surgir do ecrã panorâmico durante os anos 50, o filme 3D e 4D para criar filmes cada vez mais espetaculares, conseguindo assim manter o cinema apelativo.

Embora o vídeo seja uma parte do filme, é também um ramo em si mesmo. É um meio eletrónico de gravação, cópia, reprodução, transmissão e exibição de qualquer tipo de meio visual em movimento, cuja tecnologia foi desenvolvida pela primeira vez para sistemas mecânicos de televisão. Mais tarde, o vídeo digital apresenta-se como alternativa de qualidade a um custo significativamente mais baixo em comparação com a tecnologia analógica. Os avanços na tecnologia informática permitem hoje que computadores pessoais e smartphones de baixo custo possam capturar, armazenar, editar e transmitir vídeo digital. Essa mudança representa um progresso significativo em termos de redução de custos de produção, possibilitando uma transição do ramo para o digital (filme sem película) por parte de realizadores e emissores.

No contexto do vídeo, há outro ramo particularmente relevante no âmbito deste workshop – a arte em vídeo. A arte em vídeo é baseada na utilização da tecnologia do vídeo enquanto meio visual e de áudio. A arte em vídeo surge no final dos anos 60, quando a nova tecnologia de vídeo de consumo, como os gravadores de vídeo, se torna acessível a todos, fora da radiodifusão corporativa. A videoarte é representada de diversas formas: vídeo para transmissão; instalações para serem apreciadas em galerias ou museus; obras transmitidas online; obras distribuídas como fitas de vídeo ou DVDs, e performances que podem incorporar um ou mais aparelhos de televisão, monitores de vídeo e projeções, exibindo imagens e sons ao vivo ou gravados. Uma das principais diferenças entre a videoarte e o cinema para exibição em sala é que a videoarte não depende necessariamente de muitas das convenções que definem o cinema teatral. A videoarte não implica necessariamente o recurso a atores, pode não conter diálogo, narrativa ou enredo discernível, ou qualquer uma das outras convenções que geralmente definem os filmes de entretenimento. Esta diferença também distingue a videoarte das subcategorias do cinema, como o cinema de vanguarda, curtas-metragens ou filmes experimentais.

1.1 DEFINIÇÃO DO CONTEÚDO

Como parte do projeto Community Challengers, enquanto orientador/a poderá conduzir um workshop de vídeo de dois dias com foco na mudança climática. É importante salientar no workshop que o vídeo é apenas uma ferramenta, sendo o ponto fulcral da ação a criação de conteúdo sobre as mudanças climáticas. Para organizar este workshop de vídeo, com a duração de dois dias, é importante considerar tempo para um enquadramento geral ao grupo:

- Vídeo em geral;
- Dicas sobre filmagens (como enquadrar uma filmagem, dicas sobre boa e má iluminação);
- O que é a arte em vídeo;
- Métodos simples de criação de conteúdo de vídeo (telemóveis vs. câmeras fotográficas, aplicações móveis para edição vs. Premiere Pro);
- O vídeo como ferramenta de sensibilização.

Com a chegada dos smartphones, a criação de conteúdo de vídeo e fotografia tornou-se muito mais fácil. Se, por um lado, esta evolução tornou as pessoas mais “preguiçosas” em termos de aprendizagem em relação às técnicas, uma vez que o telefone passou a incorporar automaticamente partes importantes do processo, como medição da abertura, exposição, ISO, etc., por outro lado, esta simplicidade de execução fez com que a fotografia e o vídeo se tornassem acessíveis a muito mais pessoas que, de outra forma, não os explorariam. No que diz respeito ao workshop, os smartphones são uma clara vantagem uma vez que nos permitem concentrar no trabalho em si, sem necessidade de dominar e explicar a fundo as técnicas da videografia, fase que ocuparia muito tempo.

No que diz respeito à mudança climática, todos/as os/as nossos/as participantes devem dedicar-se a problemas locais e concentrar-se em aspetos que afetem as suas comunidades de forma concreta. Tomemos o exemplo da Croácia que, enquanto país, vive do turismo e que definitivamente começou a sentir os aspetos negativos desta indústria. Mas o turismo é apenas um dos problemas. Existem outros, como o despovoamento das cidades e vilas mais pequenas, a par do superpovoamento das cidades maiores; a extinção de espécies endémicas, a desflorestação, a eliminação deficitária de resíduos e a construção excessiva sem qualquer planeamento urbano, são apenas alguns dos problemas básicos que enfrentam atualmente.

As mudanças climáticas traduzem-se normalmente em problemas concretos e graves, com impacto direto na vida das pessoas, mesmo que estas não o saibam. Ao concentrarmo-nos nos problemas locais, devemos ajudar os/as participantes a manter presente que a situação é real, que está a acontecer em tempo real, reforçando sempre que, se tomarmos medidas, é possível mudar. Concentrarmo-nos no está a acontecer ao nível local em vez do global é, pois, uma estratégia mais efetiva, sobretudo a curto prazo.

1.2 PRODUÇÃO

Embora o foco deste workshop seja as mudanças climáticas, enquanto formador/a deverá ter em conta a cultura atual em torno das redes sociais. O conteúdo gráfico e visual tornou-se mais forte e mais importante do que nunca. Vídeos curtos no TikTok e Instagram mudam a percepção dos/as jovens mais rapidamente do que a maioria dos documentários de longa-metragem que são exibidos na televisão. Com os novos meios, não é apenas a percepção humana que muda, mas a própria videografia enquanto área. Sendo este workshop - e o programa em geral - concebido para jovens, é importante considerar a Internet como ferramenta na produção do nosso trabalho.

Há muitas formas de usar as redes sociais para pesquisa e exposição artística. Neste caso, recomenda-se o seu uso na divulgação do trabalho. Tendo em conta que os grupos são compostos por jovens, há uma forte probabilidade de estes estarem já familiarizados com a internet.

Podemos assim mostrar-lhes novas formas de usar esta plataforma. De sublinhar novamente que, apesar do seu peso na execução do trabalho, as redes sociais e a internet não são o foco do workshop.

As redes sociais serão usadas, sim, como meio de promoção do vídeo e forma de gerar maior consciencialização para o tema da mudança climática. Durante o processo, devemos aproveitar para chamar a atenção dos/as jovens para os inúmeros benefícios que a era da Internet nos trouxe em termos de conectividade, mas reconhecer também os seus potenciais perigos, como o armazenamento de dados e materiais por tempo ilimitado.

Recomenda-se manter os vídeos finais curtos, de 15 - 30 segundos até 1 minuto.

Segue-se um pequeno guia sobre vídeos para redes sociais para quem pretenda incorporar esta possibilidade no workshop. Algumas das formas de usar os vídeos do grupo nas redes sociais são:

1.2.1 VÍDEOS TIKTOK

O TikTok é uma plataforma que vive de tendências - ideias de vídeo que se tornam virais, copiadas e repetidas pelos/as utilizadores/as em termos de formato (som, texto, estética) criando a sua própria versão personalizada. Estes vídeos consistem frequentemente numa abordagem mais humorística. Neste contexto, quando falamos de questões sérias como as alterações climáticas, temos de ser estratégicos na escolha da abordagem do vídeo, de forma a assegurar que não vai parecer uma brincadeira. É importante que o/a formador/a acompanhe as participações durante todo o processo de criação e esteja disponível para intervir de forma construtiva

Se decidir usar o TikTok como plataforma, os formatos de vídeo mais curtos são obrigatórios. Embora o TikTok permita que os vídeos tenham até um minuto de duração, é uma plataforma que vive sobretudo de conteúdos rápidos. Para captar a atenção de uma audiência nesta plataforma, o mais inteligente a fazer é seguir esta linha de vídeos curtos e simples, focados num ponto claro. Recomenda-se, assim, uma duração máxima de 15 a 30 segundos.

Os dois vídeos nos links abaixo, mostram formas de utilizar o TikTok para o tema específico das alterações climáticas, do eco-friendly e da sustentabilidade:

<https://www.youtube.com/watch?v=qIBFOx0ZiYk>

<https://www.today.com/video/tiktok-green-teens-help-lead-fight-against-climate-change-110862917582>

Para saber mais sobre como criar um TikTok, pode ainda considerar o seguinte vídeo:

<https://www.youtube.com/watch?v=azPVvVFZ3Aw>

1.2.2 REELS DO INSTAGRAM E IG-TV

O Instagram é uma aplicação direcionada sobretudo para a fotografia, mas depois do recente crescimento em massa do TikTok, foi introduzida a opção dos reels. Os reels são basicamente vídeos do TikTok, mas publicados no Instagram. A base, o formato e a estética são os mesmos.

Os vídeos que publicar no TikTok também podem ser adicionados ao Reels para aumentar o alcance dos mesmo em termos de audiência.

Tutorial para a criação de Reels:

<https://www.youtube.com/watch?v=fvbqH2tb3Q0>

A IGTV (Instagram TV) é uma possibilidade adicional que permite vídeos mais longos. É, pois, uma boa alternativa para compartilhar trabalhos que ultrapassem o limite do 1 minuto permitido nas opções anteriores.

Tutorial para a criação de Vídeos na IGTV:

<https://www.youtube.com/watch?v=XcfFT7iIaGU>

1.2.3 YOUTUBE

Embora o YouTube seja, por vezes, negligenciado pelas gerações mais jovens, não deixa de ser uma plataforma forte, se não, a mais forte para a distribuição de vídeo. Caso os/as participantes não estejam interessados/as nas opções mencionadas acima, um vídeo de formato mais longo para o YouTube pode ser uma alternativa. O upload de um vídeo para o YouTube dá ao grupo a capacidade de compartilhar o trabalho noutras plataformas e ganhar visibilidade.

Exemplos de vídeos de arte carregados no YouTube:

- Pipilotti Rist - Ever is Over All

https://www.youtube.com/watch?v=a56RPZ_cbdc

- Hito Steyerl - How to Not to Be Seen: A Fucking Didactic Educational .MOV File

<https://www.youtube.com/watch?v=WbOmXEnluzg>

1.3 WORKSHOP - DIA UM

O primeiro dia de Workshop deve ser estruturado da seguinte forma:

- Apresentação dos/as participantes;
- Breve apresentação em PowerPoint sobre artistas de vídeo e ativismo em vídeo;
- Noções básicas de videografia;
- Breve conversa sobre redes sociais;
- Conversa sobre temas de alterações climáticas
- Divisão dos/as participantes em grupos
- Decisão quanto ao formato do vídeo e criação um mapa mental ou de storyboard simples
- Atribuição de tarefas por grupo, para completarem até ao dia seguinte

No primeiro dia, o líder do workshop irá precisar de cerca de meia hora para conhecer os/as participantes, perceber o seu grau de familiarização com a produção de vídeo em geral e saber se algum/a deles/as está familiarizado com vídeo num contexto artístico. Esta sessão introdutória é também um bom momento para apresentar o projecto Community Challengers, os seus objetivos e parceiros, atividades e tópicos. Esta sessão deverá ainda lançar as bases para a criação de uma rede de comunicação de grupo, com a troca de números de telefone e a criação de um grupo no WhatsApp com todos/as os/as participantes.

Em seguida, deverá fazer uma breve apresentação em PowerPoint apresentando alguns artistas que tenham usado sua arte enquanto ferramenta sensibilização para temas sociais e políticos (esta apresentação é opcional, mas recomendada). Embora o tema do workshop seja a mudança climática, o vídeo é a principal ferramenta a usar. Considerando que os/as participantes não são profissionais da área, deve igualmente dedicar aproximadamente meia hora do primeiro dia para apresentar noções básicas de vídeo. Poderá, por exemplo, apresentar alguns exemplos de stop motion versus um formato de vídeo regular e explicar brevemente os conceitos básicos mínimos de filmagem, para que tenham algum tipo de conhecimento superficial do que pode ser a criação de conteúdo de vídeo.

O/a líder do grupo deve ouvir o que os/as participantes pensam acerca das redes sociais e do seu uso no workshop, e apresentar-lhes alguns exemplos da sua utilização em projetos semelhantes. Desta forma, irá perceber se o grupo tem potencial para usar as redes sociais enquanto ferramenta adicional de influência, ou se se irá focar apenas na produção do vídeo. Finalmente, deve promover uma breve conversa sobre que tópicos específicos no âmbito das mudanças climáticas locais o grupo se mostra mais entusiasmado para explorar no seu projeto de vídeo.

Por exemplo: se o workshop fosse organizado em Zagreb, na Croácia, deveria apresentar aos/às participantes os temas mais prementes para região, tendo em conta o ambiente da filmagem: eliminação de resíduos, planeamento urbano deficitário (inexistência de áreas verdes suficientes nas cidades), construção excessiva e emissão de combustível proveniente dos automóveis. São temas mais ou menos adaptáveis a qualquer cidade, embora o ideal seja conseguir focar um tema local específico dentro de cada comunidade.

Outro exemplo pode ser Portugal. Portugal está a posicionar-se como um dos países mais empenhados do mundo no sector das energias renováveis. Este pode, assim, ser um bom tópico de discussão para o trabalho. Portugal enfrenta, também, grandes problemas devido aos incêndios florestais, pelo que a sensibilização para a importância das florestas e para sua preservação é outra questão muito relevante e que merece atenção.

Depois de dinamizar a conversa com o grupo sobre os temas, o/a líder deve perguntar-lhes como gostariam de ser agrupados, dando ao grupo duas opções possíveis: trabalhar como uma equipa grande única ou dividir-se em equipas mais pequenas.

PRODUÇÃO 1

Se a maioria dos/as participantes estiver de acordo em relação a um determinado tópico, todo o grupo se irá concentrar nesse tópico e criar um vídeo em equipa.

Cada participante terá a sua própria participação no vídeo que deverá incluir filmagens de todos.

PROS

Desta forma, todos podem conhecer-se melhor enquanto grupo e o/a orientador/a pode mais facilmente perceber a dinâmica do grupo.

Podem também ser atribuídas algumas tarefas por pessoa, dependendo dos interesses de cada um. Por exemplo, uma pessoa pode ficar encarregue do som, outra das filmagens, outra da pós-produção, etc.

CONTRAS

A simples razão pela qual nenhum/a formador/a deve insistir que o grupo escolha a opção de trabalharem todos/as em torno de um mesmo tópico tem a ver com a complexidade do tema da mudança climática. Se uma pessoa não for apaixonada pelo tema, terá mais dificuldade em abordá-lo com sucesso. Colocar o foco na mudança climática enquanto tema geral pode ser demasiado ambicioso para um grupo que provavelmente nunca terá trabalhado num projeto desta natureza. Há muitos ramos no universo das mudanças climáticas e cada participante deve estar realmente ciente do tópico que está a trabalhar de forma a fazer uso do tempo do trabalho criativo não só para aumentar a consciencialização na comunidade para o mesmo, mas também para elevar o seu próprio conhecimento.

PRODUÇÃO 2

Se os/as participantes tiverem dificuldade em chegar a acordo quanto à escolha de um tópico único, avance para a criação de grupos mais pequenos, com interesses comuns. Adicionalmente, se um/a jovem expressar o desejo de trabalhar sozinho/a no seu próprio projeto por alguma razão justificada, poderá também fazê-lo.

Esta opção abre a possibilidade de o grupo criar vários vídeos que podem ser combinados no final, numa produção de vídeo mais longa, no formato de colagem de todos os vídeos. Outra opção será apresentar os vídeos, independentes uns dos outros.



PROS

O/A jovem sentirá uma maior motivação ao trabalhar num tema do seu interesse mais pessoal, além de que esta opção permite abordar os temas de todos.



CONTRAS

É necessário ter em conta o curto período de apenas dois dias que o grupo terá para trabalhar nos seus vídeos. Será efetivamente mais fácil se o/a líder do grupo conseguir que o grupo chegue a um acordo sobre um tópico único dentro do tema da mudança climática, e trabalharem juntos numa única curta-metragem. Esta opção pode evitar superficialidade ou ter vários vídeos sem uma reflexão profunda sobre um determinado tópico. Assim, criados os grupos, é importante dar a cada um uma tarefa de filmagem em linha com os tópicos que tenham decidido trabalhar e os formatos que tiverem escolhido.

1.4 WORKSHOP - DIA DOIS

O segundo dia é também o último dia de trabalho presencial. Poderá usar este dia para visionar o que os /as participantes filmaram e abordar algumas noções básicas de edição. Há uma forte probabilidade de alguns dos conteúdos não serem utilizáveis (má qualidade, os/as participantes não estarem satisfeitos/as com o resultado, etc.). É, pois, importante alocar ainda algum tempo para filmar no segundo dia. Precisar-se-á de tempo para assegurar que cada participante está a ser ativo no processo e que a sua parte não está a ser negligenciada.

No segundo dia, a agenda irá variar conforme:

- Tenham ou não decidido adequar o vídeo às redes sociais;
- O grau de conhecimento prévio do/s grupo/s sobre filmagem;
- “Quantidade” de vídeo filmado individualmente pelos/as participantes;
- Formato dos grupos (grupo único, ou vários grupos mais pequenos);
- O tempo necessário ao visionamento das filmagens.

No segundo dia, deverá abordar também o tema do áudio. Não será necessária uma ênfase particular ao som em termos de produção, o que tomaria muito tempo. O som deve ser tido em conta, mas manter-se o mais simples possível. Deve abordar tópicos como: a gravação no terreno, o voiceover, captação de som de fundo (da filmagem do vídeo) e a procura de sons online que possam ser usados de forma legal [direitos]. Sites como o “FreeSound” podem ser considerados como ferramentas para esta parte do trabalho. Não devem ser usados microfones ou gravadores de som (devemos simplificar ao máximo, considerando o curto espaço de tempo). Os/as participantes devem ficar com noções básicas sobre como usar os seus telemóveis para captação de som através de uma aplicação para o efeito.

Caso um grupo esteja a trabalhar num vídeo de grupo, poderão trabalhar o texto em conjunto (poesia, história, etc.) e escolher um/a dos/as participantes para o ler em voz alta e ficar esta gravação como o audio do vídeo.

Se se fizer uma montagem do trabalho final, enquanto orientador/a, terá de ajudar na parte técnica da pós-produção. Se no segundo dia ainda houver tempo para trabalhar na pós-produção, os programas a usar pelos/as participantes devem ser o mais simples possível. É parte do nosso trabalho enquanto facilitadores/as mostrar aos/às participantes como fazer e editar vídeos com recurso a ferramentas fáceis de aceder. O “Movie Maker” e aplicações móveis deste tipo são uma ótima opção, mas programas mais complexos como o “PremierePro” e “Vegas” não devem ser usados. Se o grupo precisar de ajuda com alguns retoques finais de vídeo, nesse caso, enquanto orientador/a poderá então recorrer a programas mais complexos de pós-produção.

Em conclusão, no segundo dia, o foco principal deve ser saber quem está a fazer o quê, e garantir que pelo menos algumas filmagens estão a ser concretizadas. O trabalho final em vídeo não tem que ficar terminado até ao final do segundo dia. Havendo um grupo de WhatsApp (ou qualquer outro método semelhante), poderá manter-se em contacto com o grupo depois dos dois dias de workshop. O chat em grupo deverá permitir comunicar e fazer ajustes finais, depois da parte presencial ter terminado.

PRODUÇÃO 3

- Sensibilizar dos participantes;
- Transmitir aos/às participantes conhecimentos básicos de vídeo (como enquadrar, etc.);
- Ensinar os/as seus participantes a usar ferramentas simples de criação de vídeo (telemóvel);
- Ensinar os/as participantes a usar o vídeo como ferramenta de sensibilização;
- Produzir um ou mais videos finais.

1.5 AVALIAÇÃO

No final de cada workshop, é crucial haver uma avaliação correta para perceber o que funcionou e não funcionou bem, quais as lições aprendidas e quais os aspetos de que os/as participantes mais gostaram. Este relatório deve ser tido em conta na fase de seguimento, na partilha de dicas com outros/as formadores/as e na adaptação para possíveis workshops futuros. A avaliação deve ser feita com os/as participantes através de uma troca de impressões não formal ou através de jogos, em grupo ou individuais. Deve ainda ser feito um survey aos/às formadores, para que o seu ponto de vista seja igualmente incluído no relatório. O resultado da avaliação dará assim uma visão geral de ambas as perspetivas, tanto dos recetores como dos/as formadores/as que orientaram o workshop.

As seguintes perguntas são exemplos e podem ser adaptadas por cada formador/a de acordo com a situação de cada workshop, de cada grupo de participantes e da experiência dos dias de workshop.

Para jovens participantes:

- O que aprendeu nestes dois dias de workshop?
- Sente que as suas opiniões e ideias ficaram bem representados na peça de arte cinematográfica criada?
- Incentivaria outros/as a criar a sua própria peça? Gostaria de continuar a desenvolver a sua criatividade para aumentar a consciencialização geral em torno das questões climáticas e dos desafios ambientais locais?
- Vê a sua criação cinematográfica como um possível meio para chegar a um/a decisor/a local ou a um/a representante do seu município e incentivar a mudança?
- Sente-se capacitado/a a usar o filme enquanto ferramenta que incorpore a sua opinião e lhe permita fazer-se ouvir?
- Que recomendações faria, ou que experiências que gostaria de partilhar com futuros/as jovens participantes europeus/europeias em workshops de cinema?
- Gostaria de partilhar a sua história?

Para os/as formadores/as:

- Atingiu os seus objetivos para o workshop?
- De acordo com a sua experiência em workshops de filmagem, acha que é possível juntar o tema das alterações climáticas à participação ativa dos/as jovens na sociedade civil?
- O que gostaria de partilhar com outros/as formadores/as ou técnicos/as de juventude que liderem workshops como este?
- Sente-se motivado/a para realizar mais workshops sobre cinema e interligar diferentes desafios artísticos? Se sim, qual seria a sua escolha?

2. ARTE VISUAL

Estaremos todos de acordo ao considerar que todas as obras de arte desempenham uma função social, uma vez que são dirigidas a um público. Alguns/mas artistas procuram a liberdade de estilo e de técnica para expressar as suas opiniões acerca da sociedade e dos processos políticos, o que é uma ótima forma de enfatizar e falar sobre responsabilidade artística. Esta abordagem artística deve desempenhar um papel na melhoria da nossa existência coletiva. Assim sendo, a arte deve ser parte ativa através da educação visual e da persuasão no desenvolvimento de opiniões sobre temas atuais de grande importância, que possam contribuir para uma sociedade melhor.

2.1 DEFINIÇÃO DO CONTEÚDO

O problema da mudança climática é complexo, abrangendo áreas como a desflorestação, a construção ilegal e toda a estrutura de irregularidades, ilegalidades e não-transparência na gestão de áreas de espaços verdes e florestas. É um tema que vale a pena pesquisar, estudar e agir. É pois importante concentrarmo-nos na raiz do problema e começar sempre pelas questões locais causadas pela mudança climática.

Uma das formas de abordar o tema das alterações climáticas e as suas consequências a nível local pode ser através da arte, nas mais diversas formas: técnicas de desenho, esboços de ideias e até mesmo da criação de murais.

Um **mural** é uma pintura de grandes proporções, numa parede ou teto, no interior ou no exterior de uma dada estrutura/espço. O processo da sua criação em zonas públicas implica que o grupo considere o tema da reciclagem dos materiais utilizados, aspeto diretamente ligado à preservação do ambiente.

O mural pode ser criado em espaços privados, fechados ou num espaço público. Contudo, no contexto de um workshop para Community Challengers, o mural deve estar num local acessível a um público mais vasto. Portanto, a recomendação é que o mesmo seja criado num espaço aberto, ao ar livre.

A **importância** real dos murais e o seu impacto na sociedade pode ser vista através da **história** das pinturas de murais, desde a era dos desenhos das cavernas até os dias de hoje. Estão presentes em todas as civilizações da história como parte do património cultural.



UM DOS PERÍODOS MAIS INTERESSANTES NA CRIAÇÃO DE MURAI DATA DO INÍCIO DO SÉCULO 20 (1920) NA AMÉRICA DO NORTE, NO FINAL DA REVOLUÇÃO MEXICANA. O OBJETIVO DO MOVIMENTO MURALISTA MEXICANO ERA MOSTRAR, ATRAVÉS DE MENSAGENS VISUAIS, AS RAZÕES SOCIAIS E POLÍTICAS PARA A REUNIFICAÇÃO DO POVO APÓS O FIM DA REVOLUÇÃO MEXICANA. OS TRÊS PRINCIPAIS ARTISTAS DESTA MOVIMENTO FORAM DIEGO RIVERA, JOSÉ OROZCO E DAVID SIQUEIROS. COMO A GUERRA CIVIL CRIOU UMA GRANDE DIVISÃO DE IDEIAS POLÍTICAS E SOCIAIS NA NAÇÃO, O OBJETIVO DO GOVERNO APÓS O FIM DO CONFLITO FOI UNIR A SOCIEDADE SOB UMA ÚNICA IDEOLOGIA MEXICANA. O TEMA ERA CONTAR UMA HISTÓRIA VISUAL DA REVOLUÇÃO MEXICANA E OS OBJETIVOS DO NOVO GOVERNO. O MURALISMO FOI A PRINCIPAL FERRAMENTA UTILIZADA PARA ATINGIR TAL OBJETIVO.

2.2 PREPARAÇÃO DO WORKSHOP

Uma semana antes do Workshop: Formação de grupo online para planos futuros.

Depois de criar um grupo no WhatsApp ou um grupo de e-mail e de partilhar os detalhes do workshop, sugira aos/às participantes que comecem a reunir materiais que tenham em casa e/ou nas suas comunidades. Desde tinta a óleo, tinta de betão, até pigmentos, pincéis e rolos. Esta preparação incentiva os/as participantes a começar a entrar na mentalidade de reduzir, reutilizar, reciclar, ao mesmo tempo que estimula a ativação de redes de colaboração. Este envolvimento ativo também apela ao senso de comunidade, gerado através de conversas pessoais e posts nas redes sociais.

2.3 WORKSHOP - DIA UM

Passo 1 - Introdução, discussão e brainstorming

A atividade deve começar pela apresentação de participantes e formador(es) para que comecem por se conhecer mutuamente.

A seguir, o/s formador/es deve(m) promover uma discussão sobre as alterações climáticas e as questões ambientais, orientando os/as participantes no sentido de identificarem situações que impactam a sua cidade: como surgiram e o que pode vir a acontecer se a situação não mudar. Que mudanças conseguem identificar no seu meio? Que diferenças encontram entre a sua cidade ou bairro de hoje e aquilo de que se lembram, de há alguns anos atrás? Os/as participantes têm aqui uma oportunidade de demonstrar as suas capacidades de observação e de apontar, reconhecer e explicar uma série de mudanças. Através da discussão, os/as jovens irão apresentar toda uma estrutura de mudanças e problemas relacionamos com o clima e as causas ambientais.

Se necessário, pode realizar-se um focus group (grupo de análise e discussão em torno de um tema central), para encorajar discussões mais profundas que explorem os valores ou atitudes dos/as participantes em relação a um tópico em particular, por exemplo, 'Espaços Verdes Urbanos'.

Duração: 30 minutos

Passo 2 - Brainstorming

Este passo é dedicado á partilha de conhecimento, ideias e visões, entre os/as participantes, sobre o tema seguindo o método do brainstorming para criar ideias.

É importante não fechar demasiado o âmbito do brainstorming, que pode tornar o processo menos motivante. Pelo contrário, deve-se encorajar a discussão alargada sobre um tópico específico.

Duração: 30 minutos

Passo 3 - Documentação digital e Redes Sociais

Nesta fase deve ser dada uma explicação aos/às participantes sobre importância de ir documentando o decorrer do trabalho da equipa, com fotografias e vídeo, desde os primeiros esboços até ao mural final. Os/as participantes devem compreender a importância do registo digital dos acontecimentos e do uso das redes sociais para poder partilhar com o mundo ideias sobre problemas locais através da fotografia, da animação em stop motion ou do vídeo. Com o início do processo criativo, cada participante pode também participar ativamente na divulgação e finalização dos seus trabalhos (desenho, pintura de parede, fotografia, desenho de pós-produção nas fotografias utilizando telemóveis). Nesta fase, enquanto facilitador/a pode procurar junto dos/as participantes quem se candidata a repórter do dia para tirar fotos e documentar o processo. Podem sempre ir rodando a função entre membros da equipa.

Passo 4 - Método combinado de esboços

A combinação de *discussão verbal* e *discussão em desenhos* é feita através de um jogo em que os/as participantes expressam as suas opiniões e ideias tanto verbal como visualmente. Quando os/as participantes têm uma ideia, devem expressá-la da forma que considerem adequada - seja verbalmente ou em desenho.

Os/as participantes reagirão, assim, aos tópicos discutidos, ou que gostariam de discutir, através de desenho (esboço) e discurso, e apresentarão aos grupo um primeiro esboço das suas ideias (um esquiço, não a ideia final). Através dos seus desenhos, farão um brainstorming. Através deste método combinado de comunicação, a atmosfera torna-se mais relaxada, permitindo a criação coletiva de ideias mais claras.

Passo 5 - Trabalho em equipa, criando esboços em papel de grande formato

Neste passo, é criado um esboço sobre um papel de grandes dimensões colocado no chão, onde todos/as os/as participantes desenham, criando juntos uma composição artística em linha com as ideias definidas nos passos anteriores, sobre problemas e mudanças locais (Passos 1, 2 e 4). Os/as participantes vão agora colocar-se na posição de artistas com consciência ambiental, dispostos a evocar uma reação artística na sua comunidade e conscientes das mudanças sociais que os rodeiam. Como resultado, os participantes trabalham juntos como grupo único e criam o esboço para o mural.

Duração: 30 minutos aproximadamente.

Passo 6 – Introdução à localização histórica da parede

Os/as participantes são informados sobre a localização do mural que irão pintar e o contexto histórico do local na sua comunidade. Factos, informações e significado do edifício são partilhados. Questão central: Como pode um espaço urbano estar ligado à ação climática?

Duração: 10 minutos

Passo 7 – Partilha de materiais

Todos os materiais recolhidos pelos/as participantes antes de fazer o mural serão partilhados entre todos durante a produção da obra. Estes materiais são vistos como propriedade do grupo, fomentando assim um sentido de unidade e partilha.

Duração: 10 minutos

Passo 8 - Transferência de esboços para a parede e início da pintura

Depois da definição clara do tema através dos esboços para o mural, os/as jovens darão início à pintura do mural. O processo começa pela transferência dos esboços que realizaram conjuntamente, do papel para a parede, usando giz, tinta para cimento ou sprays. Pequenos ajustes são sempre possíveis na criação artística, como adicionar ou retirar motivos, ou fazer pequenas alterações na composição. É importante que os/as participantes trabalhem num ambiente em que se sintam livres para se expressar e onde possam comunicar livremente entre si. A comunicação com o grupo e as disposições finais relativas às ideias e à implementação são cruciais.

O(s) formador(es) convida(m) então os/as participantes a criar um nome para o mural

Duração: até o final do primeiro dia

Passo 9- Documentação digital final do dia

The final result of the day can be shared via different digital platforms, describing its topics, highlighting the name and linking to projects such as *Community Challengers* while using different hashtags.

*O prazo aproximado para se aprender, planejar e criar a obra de arte na parede é de dois dias. No primeiro dia, os/as participantes aprendem, desenham e pintam ativamente durante cinco a seis horas (incluindo um intervalo). No segundo dia, devem completar o mural por volta das 18 horas.

2.4 WORKSHOP - DIA DOIS

Passo 1 - Pintura

Os/as participantes continuam a pintar a obra de arte que começaram no dia anterior.

Duração: 4 a 5 horas

Passo 2 - Auto-avaliação e avaliação do trabalho em equipa

Os/as participantes fazem uma auto-avaliação e uma avaliação do mural. O(s)/a(s) formador(es)/a(as) terão de incentivar os/as participantes com perguntas direcionadas para a autoavaliação e para a avaliação do trabalho em equipa..

2.5 PERGUNTAS DE AVALIAÇÃO

O final do segundo dia de workshop culmina no processo de avaliação, com perguntas do tipo:

- Consegue descrever o que aprendeu durante este workshop?
- Quais as boas ideias em que trabalhou?
- Que abordagem escolheu para a sua obra de arte? Mudaria alguma coisa?

As seguintes perguntas são mais exemplos e podem ser adaptadas por cada formador/a de acordo com a situação de cada workshop, com cada grupo de participantes e de acordo com experiência vivida durante os dias do workshop.

Para jovens participantes:

- O que aprendeu nestes dois dias de workshop?
- Sente que as suas opiniões e ideias ficaram bem representados na peça de arte visual criada?
- Incentivaria outros/as a criar a sua própria peça? Gostaria de continuar a desenvolver a sua criatividade no sentido de aumentar a consciencialização em torno das questões climáticas e dos desafios ambientais locais?
- Vê a sua peça como um possível meio para chegar a um/a decisor/a local ou a um/a representante do seu município e advogar pela mudança?
- Sente-se empoderado no sentido de usar a arte visual enquanto ferramenta representativa da sua opinião e para se fazer ouvir?
- Que recomendações faria, ou que experiências que gostaria de partilhar com futuros/as jovens participantes europeus/europeias em futuros workshops?
- Gostaria de partilhar a sua história?

Para formadores/as:

- Considera que os objetivos do workshop foram atingidos?
- De acordo com a sua experiência em workshops, é possível juntar o tema das alterações climáticas à participação ativa dos/as jovens na sociedade civil?
- O que gostaria de compartilhar com outros/as formadores/as ou técnicos/as de juventude, a liderar workshops deste tipo?
- Sente-se motivado/a para realizar mais workshops e interligar diferentes desafios artísticos? Se sim, por qual optaria?

2.6 OPÇÃO ALTERNATIVA

Num processo alternativo de conduzir este workshop, utilizam-se os mesmos passos e etapas de produção acima descritos, mas neste caso, os/as participantes pintarão sobre uma tela/papel de grande formato, em vez de numa parede.

Passo 1 - Preparação para pintura em tela grande ou papel

Se pintar diretamente na superfície da parede não for opção, o workshop pode realizar-se pintando em tela ou papel de grande formato, aplicado no chão ou pendurado na parede.

Passo 2 - Local de exposição da obra de arte

Para tornar a obra acessível ao público em geral, a tela ou papel pintado pode permanecer em exposição num local público previamente selecionado, durante o máximo tempo possível.

*Os/as participantes devem ser aconselhados a usar roupas de trabalho (adequadas à temperatura exterior), e deve providenciar-se um espaço onde possam trocar de roupa.

2.7 DIVULGAÇÃO

Através de redes sociais como *Instagram*, *Facebook*, *TikTok* e *Twitter*, serão implementadas atividades promocionais para a criação de murais sobre o tema da proteção ambiental, alterações climáticas e reseptivas causas. Para isso, os/as participantes no workshop podem usar fotos, vídeos, animação em *stop motion*, colagem de fotos digitais. Podem ainda trabalhar detalhes fotográficos com recurso a aplicações móveis fáceis de usar, como *Stop MotionStudio*, *PicPac* e *Time Spirit* entre outros.

Ao longo do processo de criação de murais, os/as participantes também criam novos trabalhos digitais relacionados com os murais pintadas em espaços públicos. O objetivo não é apenas promover o seu trabalho, mas fazer uma intervenção adicional a uma foto ou vídeo existente que venha contribuir para reforçar o tema em foco. O objetivo de usar as redes sociais passa por aumentar a tomada de consciência por parte da comunidade, para as mudanças climáticas locais e incentivar o espírito empreendedor dos/as participantes do workshop em termos de conectividade com uma audiência global.

Os/as participantes deverão ter conhecimento do tema com antecedência e devem, eles/as próprios/as, uma vez terminados os esboços finais do mural, dar um nome à sua obra. Desta forma, de cada vez que publicarem seu próprio trabalho nas redes sociais, devem marcar o nome específico do trabalho. Por exemplo, ao publicar histórias no Instagram com a obra, devem colocar uma hashtag (#) em cada *post* e assim identificar o conteúdo como pertencente a esse tópico em particular.

A área das atividades promocionais é suficientemente ampla para que os/as participantes se possam expressar o mais livremente possível e continuem a desenvolver a sua criação artística. Através de colagens fotográficas, entrevistas mútuas, animações, desenhos digitais sobre fotografias e intervenções deste tipo, o objetivo é gerar um processo vivo de criação artística, dinamizado através da divulgação.

2.8 DICAS E TRUQUES

Através deste workshop de arte visual, os/as participantes são introduzidos à técnica do mural (desde o esboço até à pintura final), e à utilização de ferramentas digitais antes, durante e depois do workshop.

D&T - Grupo online de preparação

Antes de começar o workshop deve ser criado um grupo online, com todos, para que possam aí combinar detalhes do trabalho de grupo: marcar reuniões, acertar detalhes da preparação, como os materiais necessários levar (tinta de parede, pigmentos, pincéis de vários tamanhos, papel, papel de esboço, cartão ou similar, lona, etc.) Caso alguém não esteja familiarizado com o funcionamento de um grupo virtual, o/a formador/a deve dar essa explicação e garantir que todos participam ativamente na comunicação. Ainda na fase de preparação, importa fazer a recomendação para que levam roupa e sapatos que se possam sujar, assim como reforçar a importância de cumprirem o que ficar combinado no grupo, nomeadamente os materiais que cada deve levar.

D&T - Aprender a preparar a parede

Os/as participantes serão familiarizados/as em relação à preparação da superfície da parede antes da intervenção e a verificar se a parede é adequada ou não à pintura. Caso a parede não esteja consistente (partes que se desfazem) e a tinta não aderir, a mesma terá de ser preparada com uma emulsão de parede. É uma situação que deve ser identificada logo no início do workshop no primeiro dia. Idealmente, mesmo antes de começar.

D&T - Preparação de lona/papel

Se a pintura for em tela plana ou papel, a base deve ser previamente preparada. Se a tela ou papel estiver no chão, deve ser bem fixada, esticada nos quatro cantos e revestida com o preparado. Uma lona de proteção ou nylon devem ser colocados debaixo da tela ou do papel, para que retenha a mistura de preparação e a mesma não vaze para o chão. Sugere-se a impregnação com gesso. Se esta opção não for possível, misture-se cola de madeira e tinta branca na proporção de 60:40 num balde grande com 40% de água, e espalhe-se a mistura sobre a tela duas vezes. A preparação não deve ser aquosa e deve ser preparada um dia antes de começar a trabalhar na tela ou papel. A tela esticada deve permanecer no chão até que esteja completamente seca. Será então levantada e esticada na parede, se for essa a forma de trabalho escolhida, ou permanecer no chão, ainda fixa. Também é possível utilizar cunhas para furar a tela e a folha de proteção por baixo para a fixar ao chão e mantê-la esticada. Uma solução alternativa para esticar a tela é a colocação de sacos de areia (aprox. 1 kg), ou tijolos, ou latas de tinta, em intervalos de 1 m (aprox.).

D&T- Tela já preparada

Se a obra for criada numa tela previamente preparada, apenas será necessário esticar a tela na parede ou no chão. Certifique-se de que a mesma fica bem esticada, sem ondas, para ser o mais fácil possível de pintar.

D&T - Esboço em papel pequeno e em papel de grande formato

Ao desenhar em pequenos pedaços de papel, os participantes devem ter sua própria superfície de apoio feita de cartão ou material equivalente, para fazer o melhor desenho possível. Na segunda fase de esboço em papel de grande dimensão, ou em papéis juntos para uma maior área, os/as participantes desenharam de pé, em cima do papel colocado no chão. O papel também pode ser fixado em todos os lados, e a superfície deve ser plana para evitar texturas indesejadas e excessivas.

D&T- Criar arte digital a partir de esboços para mural

Ao desenhar com carvão, giz, lápis ou marcadores, os/as participantes devem ser incentivados a observar ativamente a obra através de fotografias tiradas com telemóvel. A fotografia permite adicionar detalhes, figuras ou texto, através de desenho digital (opções correntes em qualquer telemóvel atual, sem necessidade de um aplicativo especial) e ver o seu esboço de uma diferente perspetiva. Durante o processo de esboço, deve começar também a divulgação da atividade através das redes sociais.

D&T- Materiais para a pintura do mural

Os/as participantes transferem então o esboço final para a parede (ou tela esticada ou papel de grande formato) usando giz grosso, spray, carvão vegetal, ou tinta e pincéis. Antes de transferir o esboço para a parede, é necessário preparar vários baldes grandes de água para lavar os pincéis; é necessário levar também água para diluir a tinta, vários recipientes mais pequenos para misturar as tintas e vários copos descartáveis pequenos para misturar quantidades mais pequenas. Cada participante deve trazer os recipientes e copos que entender necessários para trabalhar - por exemplo, cinco recipientes e seis copos pequenos por participante. Os baldes grandes de água devem ser partilhados.

D&T- Pense no desperdício de cores e na partilha

Se um/a participante tiver uma cor em excesso, deve compartilhar para que outros/as a possam aproveitar.

D&T- Interação com o público durante o trabalho

Quando se está a trabalhar num espaço público, é de esperar que surjam comentários, perguntas por parte de pessoas que vão passando. É algo que não se pode evitar devido à curiosidade humana que nos caracteriza. Será uma oportunidade dos/as participantes apresentarem o seu trabalho e falarem do projeto daquela intervenção de uma forma mais alargada.

D&T- Reciclagem do resto da tinta

ONo segundo dia, os/as participantes terminam o mural, lavam os pincéis nos baldes compartilhados (devem ter acesso a água limpa por perto) e deitam fora o resto da tinta. Contudo, dependendo do grupo e contando com a participação ativa do(s)/das(s) formador(es)/a(as), os/as participantes devem primeiro pensar sobre formas de reciclar as sobras. Podem levar a tinta que sobra consigo, para usar nas suas próprias criações, ou dar a alguém que lhe dê utilidade.

3. ATUAÇÃO

Este workshop de dois dias, consiste na criação de um conjunto imaginário de novos mutantes que podem ser humanos, animais, plantas, fungos, bactérias ou outros organismos. Se os/as participantes tiverem conceitos ou ideias alternativas, são livres de os/as criar, desde que estejam relacionadas com o problema causado pelo plástico e com a mutação e que apliquem no projeto, tendo em conta os exemplos de possíveis métodos, contemplados neste manual. O ponto de partida do workshop é o emergir de novas espécies mutantes como consequência da poluição. A tarefa dos/as participantes é imaginar e desenhar mutantes que ajudem a mudar a consciência das pessoas em relação s mudança climática na Terra e a inspirar mudanças individuais nos conduzam a um amanhã melhor.

A humanidade produz quantidades impensáveis de plástico, usado de forma massiva, desde embalagens de alimentos à produção automóvel. Outra fonte de poluição pelo plástico é a indústria da fast fashion (moda efémera). Grandes empresas com salários antiéticos produzem roupas a partir de materiais baratos, sintéticos e muitas vezes plásticos que duram apenas uma estação e poluem o ambiente usando subprodutos tóxicos nos processos de produção. Acresce ainda o facto destas grandes quantidades de plástico produzidas pelo Homem não serem devidamente recicladas. O plástico não reciclado ou incinerado vai parar aos aterros sanitários ou aos cursos de água, afetando diretamente a vida animal. São materiais que levam mais de 1.000 anos a decompor-se. Animais como tartarugas e peixes são estrangulados e morrem ao debaterem-se com plásticos e microplásticos. Outros aprendem a adaptar-se. Os caranguejos usam peças de plástico para construir as suas casas, por exemplo. Foram encontrados vestígios de microplásticos no corpo humano, resultantes da ingestão de peixes que, por sua vez, tenham ingerido microplásticos no oceano, ou ainda, como resultado de beber em garrafas de plástico.

Assim, a mutação e a transformação surgem de forma espontânea, como potencial resposta de sobrevivência dos seres no planeta Terra. Se a poluição atual e as mudanças no solo, mar e ar criam a base para uma nova seleção natural, ou um novo estágio de evolução no qual somente os seres capazes de transferir genes que permitem a sobrevivência ou mutação sobreviverão, esta é uma questão fundamental para a qual podemos dar várias respostas diferentes.

Os mutantes são seres que podem ser vistos ao longo da cultura popular dos séculos XX e XXI. Na ficção, são criados casualmente, fruto das experiências de cientistas loucos, ou são seres nascidos com poderes específicos, como os super-heróis. São retratados, ora do lado do bem e às vezes do lado do mal; noutros exemplos, a mutação revela-se através de uma habilidade sobrenatural ou através de uma transformação do corpo, acidental ou provocada. Os animais, assim como os humanos, pertencem a essa classificação.

3.1 DEFINIÇÃO DO CONTEÚDO

Uma peça de arte performativa terá mais de improvisado do que de encenação com guião. Os/as participantes no workshop devem receber um briefing sobre a história e as boas práticas da arte performativa, assim como ter uma boa noção do local onde vão atuar para poder relacioná-lo com o tema do espetáculo. Será necessário instruir os/as participantes em torno das causas e consequências das mudanças climáticas (PI 1 é um excelente recurso para este propósito), assim como o tema da vida real e das mutações metafóricas (conforme mencionado anteriormente nesta parte).

O conteúdo da atuação criada pelos/as participantes deve contar a história de um mutante de forma simples e compreensível, garantindo o seu entendimento por parte de todos/as participantes e espectadores/as. O trabalho deve ter uma mensagem clara e deve partir da história da origem do mutante, do seu conflito com o ambiente não mutante, do encontro com outros mutantes e, no final, de colocar o mutante ao serviço da humanidade para resolver o problema das mudanças climáticas e adaptar o ser humano às novas condições. Podemos ver este conceito explorado em filmes e séries de Hollywood sobre andróides, super-heróis e mutantes como Blade Runner, Batman, Wonder Woman, X-Men e Mutant X. No entanto, também recomendamos a ideia de um cyborg para criar uma obra de arte performativa, desenvolvida pela primeira vez no romance Neuromancer (1984) de William Gibson. Um mutante é um ser romantizado, selvagem, que através da sua nobreza revela o outro lado da humanidade que existe em nós. Por outras palavras, revela o que realmente nos torna humanos.

Ao aceitar o mutante, a comunidade torna-se novamente homogeneizada, mas também se transforma num estado novo e mais aberto. Neste trabalho, importa ter em conta que nem todos os formatos de arte contemporânea serão conhecidos da maioria dos/as participantes nos workshops pelo que é importante focar na cultura popular e em exemplos acessíveis. Igualmente importante considerar exemplos que abordem estas ideias (mutantes, ciborgues e andróides) e mais concretamente o conceito de transformação, transumanismo e implantes biónicos como uma nova forma de humanidade, inaugurada nas obras de Orlan, Stelarc e Matthew Barney.

Estrutura Dramática

É fundamental que a atuação siga a estrutura clássica do drama. Deve ter uma introdução, uma ação crescente, um clímax e um desenlace sob a forma de "moral da história" ou de mensagem final. O público deve ser introduzido ao problema do plástico e respetivo impacto na mudança climática e na biodiversidade, de uma forma simples, através da história do mutante. Neste contexto, a mensagem final deve funcionar como conjunta para abordar ideias locais e globais.

O conteúdo deve ser acessível o público em geral, tanto no país de origem do workshop como nos países parceiros, e à escala global. A mudança climática une a humanidade numa luta comum e apaga as diferenças entre nações, culturas e religiões. Quando unida em torno de um problema comum, a humanidade deve ser una.

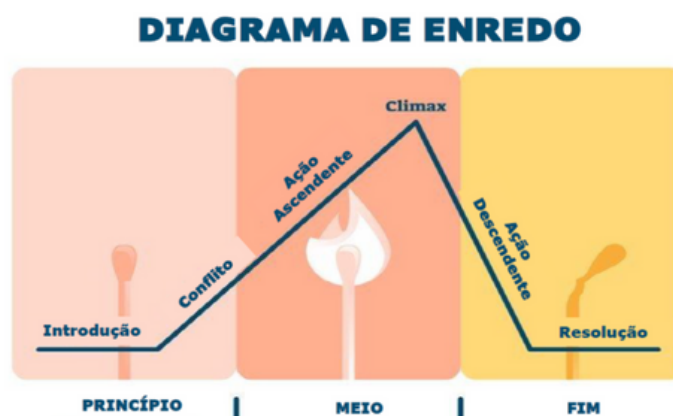


FIGURA 1. DIAGRAMA DE ENREDO /ESTRUTURA DRAMÁTICA. FONTE.

3.2 PRODUÇÃO

Em se tratando da produção de trabalhos no âmbito de um workshop de artes performativas, devem considerar-se todos os meios de expressão desta forma de arte, desde a dança à atuação. A grande diferença entre as artes performativas e todos os outros meios artísticos é o facto de aqui termos como única ferramenta e meio, o corpo físico do/a intérprete. Nesse sentido, os custos de produção são quase inexistentes. Um/a bailarino/a ou artista performativo pode realizar um ato de dança a solo ou performativo em qualquer lugar e em qualquer momento, utilizando apenas movimento, voz e gesto.

No entanto, a produção de uma peça de arte performativa também pode ser a mais exigente se incluir artistas, músicos, figurinistas e cenógrafos/as, maquilhadores/as e todas as outras funções que a integram; a ópera é certamente a arte performativa mais complexa e mais onerosa em termos de produção. Percebemos assim, a grande variedade de tipo de artes performativas - desde a atuação sem custos baseadas um único artista a um orçamento de milhões com um extenso grupo de músicos e cantores. Deve assegurar-se, pois, que o produto do workshop resulte numa performance com um/a único/a artista ou com um pequeno número de artistas, replicável em diferentes circunstâncias, permitindo fazer chegar a mensagem a vários públicos.

Os requisitos de produção devem ser preparados atempadamente, os/as participantes devem ser alertados/as quanto a expectativas irrealistas e devem ser organizados em equipas, de preferência incluindo no grupo alguém já com experiência de actor/teatro. Os/as participantes devem partilhar o máximo possível de materiais (por exemplo, se um/a dos/as participantes tiver um fato/equipamento técnico, pode emprestá-lo a outros para a atuação). Os princípios de gestão circular (partilha, empréstimo, reutilização, reparação, restauração e reciclagem de produtos e materiais existentes) devem ser utilizados com o objetivo de reduzir a quantidade de resíduos e aumentar o valor do material.

O projeto de produção mais importante e artisticamente mais complexo será a confeção de uma máscara, ou várias, caso existam vários participantes no workshop a participar na atuação. As máscaras podem ser feitas em papel ou em tecido, mas o plástico também pode ser usado, assim como desperdício e materiais usados. É aconselhável organizar um trabalho de campo em que os/as participantes possam visitar um parque ou uma área protegida de uma cidade ou das proximidades imediatas, e aí fazer uma recolha de desperdícios que utilizarão na confeção do fato e da máscara de mutante. Este trabalho de campo, por um lado, sensibiliza os/as participantes para o impacto do ser humano na poluição da Terra e nas alterações climáticas e, por outro lado, une o grupo através do processo criativo de reconhecimento de "objetos estéticos" no lixo. Materiais naturais como galhos, folhas secas, arbustos, etc. podem igualmente ser usados, mas apenas se encontrados, ou seja, não sendo arrancados de árvores e arbustos de propósito.

Os/as participantes podem conceber os trajes aproveitando roupas velhas suas ou materiais encontrados durante a visita de campo. Ao usar roupas pessoais, participantes e responsáveis devem incluir na narrativa a sua história pessoal, de forma que o traje selecionado seja representativo das suas personalidades.

Em termos de equipamento de gravação, basta ter um smartphone e um selfie stick que pode ser usado também como um tripé. Se o espetáculo estiver a decorrer num espaço ruidoso, devem usar-se dois telemóveis, um deles especificamente para gravar o som do ator (a colocar mais perto do mesmo). Ajuda se houver uma familiarização com programas básicos de edição de vídeo. Alternativamente podem optar por gravar pensando usá-lo em bruto (câmara na mão, off-sound).

Se a performance incluir também cenografia simples, recomendamos que seja feita a partir de resíduos ou materiais naturais encontrados, como painéis de madeira, com complementos mínimos. Elementos da arquitetura urbana também podem ser utilizados para a cenografia de uma forma que esboce o carácter distópico; estes podem ser espaços industriais abandonados, locais de construção, espaços ocupados clandestinamente, bairros e edifícios decorados com graffitis e murais, áreas verdes não conservadas ou superfícies de betão completamente vazias. Naturalmente, os elementos de cenografia e figurino devem ser decididos em harmonia com o guião ou conceito da atuação.

3.3 WORKSHOP - DIA UM

1. Apresentação introdutória sobre as artes performativas no contexto das alterações climáticas;
2. Apresentação de possíveis conceitos e cenários da performance e apresentação de ideias por parte dos os participantes;
3. Trabalho de campo, com recolha de materiais de desperdício para a confeção das máscaras, fatos e cenografia;
4. Aquisição de outros materiais necessários;
5. Confeção das máscaras
6. Confeção dos fatos
7. Produção ou seleção de cenografia (espaço público)

O primeiro dia é dedicado à conceção criativa do cenário e à produção de todos os elementos necessários, desde a máscara ao próprio cenário. Durante o workshop (especialmente no primeiro dia), o foco deve ser o trabalho em espaços abertos (trabalho de campo) dispersando totalmente a comunicação entre mentores e participantes. Deve ser dada preferência à aprendizagem através de exercícios práticos e experimentais desde o início. Um roteiro de atividades deve ser criado no início e apresentado aos/às participantes para que todas as atividades sejam adaptadas a todos/as, e disponibilizadas ao público interessado. Deve ter-se em conta o tempo limitado do workshop de artes performativas ao levar a cabo as atividades planeadas.

É importante simplificar ao máximo a parte teórica, com leituras recomendadas ou outros materiais que os/as participantes possam estudar de forma autónoma. É aconselhável usar alguns dos manuais simplificados disponíveis nos sites Climate Outreach (<https://climateoutreach.org>), Carbon Literacy (<https://carbonliteracy.com>) e Climate Fresk (<https://climatefresk.org>), bem como nos sites de grupos de ativistas locais de cada um dos países envolvidos no projeto. O meio recomendado para aprender sobre o problema dos plásticos e da mudança climática são os filmes que falam sobre estes temas de forma concisa e recetiva, com exemplos representativos da realidade. Existe um leque alargado de filmes na internet de forma gratuita, como sejam: A World Full of Plastic, Albatross, Bag it, Straws. Também sobre mudança climática: Before the Flood, An Inconvenient Truth, Sustainable, The True Cost, Demain (Tomorrow), Chasing Coral, One Strange Rock, 2040 e a série documental Our Planet.

*Climate Outreach (<https://climateoutreach.org>)

**Carbon Literacy (<https://carbonliteracy.com>)

***Climate Fresk (<https://climatefresk.org>)

3.4 WORKSHOP - DIA DOIS

1. Leitura e análise conjunta do conceito;
2. Representação de uma peça já feita ou de uma peça amadora pelos participantes;
3. Ensaio da peça no local do workshop;
4. Ensaio de roupas em espaço público ou no local workshop;
5. Atuação final com gravação;
6. Visionamento da gravação e da análise conjunta;
7. Discussão final.

O segundo dia é dedicado à atuação final e à criação de um vídeo documentário sobre a mesma. A parte central da atividade deve ser a produção da peça, ou seja, a concretização da peça, uma vez que é esta atividade que corresponde ao objetivo deste manual.

Especial atenção deve ser dada ao fenómeno da eco-ansiedade, que afeta, cada vez mais, as gerações mais jovens, conscientes de que os efeitos das alterações climáticas as atingirão ao longo das suas vidas, à medida que envelhecem. A eco-ansiedade refere-se a preocupações persistentes sobre o futuro da Terra e da vida no planeta, as quais se manifestam com frequência em sintomas que vão para além dos sintomas de ansiedade. É, portanto, muito importante prestar atenção às mudanças no humor e emoções dos/as participantes que podem ser causadas pela ansiedade ecológica. Por conseguinte, deve enfatizar-se repetidamente o papel da sensibilização (tanto do próprio como dos outros) e da mudança de hábitos na luta contra as alterações climáticas, assim como o papel da coletivização - a mesma coletivização que se pratica neste workshop. Caso os/ as formadores/as ou participantes do workshop não consigam lidar intuitivamente com esta situação, existem já vários manuais gratuitos publicados que explicam como reduzir facilmente os efeitos da eco-ansiedade.

3.5 PERGUNTAS DE AVALIAÇÃO

Com vem sendo referido nos capítulos anteriores, é crucial fazer uma avaliação no final de cada workshop, a fim de identificar as lições aprendidas e tê-las em linha conta na fase seguinte, de acompanhamento.

As perguntas abaixo são exemplos e podem ser adaptadas por cada formador/a de acordo com a situação de cada workshop, grupo de participantes e experiência vivida durante os dias do workshop.

Para jovens participantes:

- O que aprendeu nestes dois dias de workshop?
- Sente que as suas opiniões e ideias ficaram bem representados na peça de arte criada?
- Incentivaria outros/as a criar a sua própria obra performativa? Gostaria de continuar a desenvolver a sua criatividade no sentido de aumentar a consciencialização em torno das questões climáticas e dos desafios ambientais locais?
- Vê a sua peça como um possível meio para chegar a um/a decisor/a local ou a um/a representante do seu município e incentivar a mudança?
- Sente-se empoderado para usar a sua peça enquanto ferramenta representativa da sua opinião e para se fazer ouvir?
- Que recomendações faria, ou que experiências gostaria de partilhar com futuros/as jovens participantes europeus/europeias em workshops de artes performativas?
- Gostaria de partilhar a sua história?

Para formadores/as:

- Atingiu os seus objetivos para o workshop?
- De acordo com a sua experiência em workshops de performance, é possível juntar o tema das alterações climáticas à participação ativa dos/as jovens na sociedade civil?
- O que gostaria de compartilhar com outros/as formadores/as ou técnicos/as de juventude que organizem este tipo de workshops?
- Sente-se motivado a realizar mais workshops e interligar diferentes desafios artísticos? Se sim, por qual optaria?

3.6 DIVULGAÇÃO

Ao promover uma peça de arte performativa, devem privilegiar-se ao máximo os meios simples e acessíveis como o YouTube, as redes sociais (Facebook, Instagram, TikTok) ou ações de guerrilha no espaço virtual (trolling). É igualmente possível realizar uma campanha de divulgação a título individual, através de curtas atuações em praças centrais da cidade, no metro ou noutros locais de passagem. Este tipo de publicidade também se pode fazer através de vox populi, em que os artistas abordam diretamente quem passa, pedindo opinião, perguntando se as pessoas têm conhecimento sobre o problema do plástico e das mudanças climáticas, ou pedindo comentários sobre a sua atuação. Esta ação, por sua vez, também pode ser apresentada enquanto atividade, por exemplo, com uma atuação mais pequena.

As atividades de divulgação devem ser consideradas tão vitais para o processo como a própria receção pública ao espetáculo. O tema das alterações climáticas ocupa cada vez mais a nossa vida quotidiana e integra as políticas da UE e de outros países. Este contexto acaba por ser uma vantagem para o processo de divulgação.

Assim, o objetivo é a sensibilização dos/as cidadãos/ãs para que se vejam como intervenientes na luta contra as mudanças climáticas. Seguramente que o vídeo do espetáculo terá um forte impacto, nomeadamente visual, tirando partido do uso de desperdícios na confeção da máscara e do fato, e do facto de se realizar em locais pouco usuais. A publicação do vídeo nas redes sociais e a obtenção de um número suficiente de “gostos” e comentários desencadeará a divulgação da atuação. Outra possibilidade é gravar conversas entre os/ participantes no decorrer do workshop, e ir fazendo posts das mesmas nas redes sociais, no próprio dia. É também aconselhável ir monitorizando os posts e perceber qual a melhor hora do dia para publicar em cada rede social e assim maximizar a divulgação da iniciativa. A experiência designada como “em tempo real” é uma forma de os/as jovens se comunicarem. Por conseguinte, acompanhar as mensagens diárias é uma prova da sua existência no mundo virtual.

Para a geração atual de jovens, os meios analógicos não são a melhor opção sobretudo quando falamos de atividades promocionais. Por este motivo não é recomendável a publicação em jornais impressos ou o uso de cartazes; em vez disso, um/dos participantes pode criar curtas intervenções artísticas de rua. Materiais naturais, que possam depois ser retirados das fachadas, podem igualmente ser usados nas atuações. Além de anunciar a performance ou o vídeo, transmitem uma clara mensagem de luta pelo desenvolvimento sustentável e para a tomada de consciência para as mudanças climáticas. Para a divulgação, é importante que os/as participantes do workshop usem o formato de “história” do WhatsApp, Facebook ou Instagram, para assim informar diariamente os/as amigos/as e seguidores/as sobre desenvolvimentos interessantes no workshop. A partilha destes posts nas redes sociais garantirá a viralidade do espetáculo antes da sua realização. É claro que esta dinâmica também cria uma certa expectativa em relação à performance, ao mesmo que coloca o foco também no público e não apenas nos/as profissionais da cultura e ativistas ambientais.

3.7 DICAS E TRUQUES

O ponto mais importante deste workshop é a capacidade de dotar os/as participantes de competências básicas e familiarizá-los/as com ferramentas fáceis de usar (criação de uma máscara e fato de mutante usando papel, têxteis, materiais de desperdício encontrados ou materiais orgânicos; design do cenário; uso do telemóvel e câmeras digitais). Para a parte do workshop que envolve a construção da máscara de mutante, devem usar-se técnicas simples, que os/as participantes possam aprender num dia. Primeiramente é necessário criar o esboço do rosto do mutante, tarefa que pode ficar a cargo da pessoa mais artisticamente dotada do grupo. O mesmo deve então ser moldado colando os materiais de desperdício ou materiais orgânicos sobre o modelo de máscara desenhado no papel. A modelagem da máscara é muito simples: colocar um cartão flexível sobre o rosto do/a participante e traçar os contornos. Em seguida, recortar as aberturas para os olhos e boca. O procedimento é semelhante se a máscara for feita de papel ou têxteis. Se não estiver a usar roupas que sejam suficientemente ilustrativas para o conceito projetado, devem então coser-se pedacos dos materiais de desperdício e materiais naturais a peças de roupa recuperadas do lixo, feitas à medida ou já existentes.

Para o cenário, use painéis ou materiais que encontrem que possam servir para construir uma superfície de fundo plana. O mesmo para a criação dos adereços que possam ser aplicados no corpo dos/as participantes, ou seja, dos/as atores/atrizes e intérpretes. Na confeção, sempre que possível, use técnicas simples como costurar ou atar usando pedaços descartados de madeira ou corda.

Se os/as participantes no workshop precisarem de aprender formas de gravar o espetáculo com smartphone, faça essa explicação usando as aplicações móveis mais simples disponíveis nos sistemas Android e iPhone. É também recomendável uma explicação sobre alguns programas de computador simples como o Video Editor; de forma alguma se devem usar programas profissionais como o Premiere.

Na parte do workshop dedicada às bases das artes performativas, apresente aos/às participantes os princípios básicos, como entrar e sair de cena, tomar consciência do corpo, do movimento, do diálogo, do espaço e do palco. Esta é talvez a parte mais especializada do workshop e será bom incluir eventuais participantes com experiência em teatro amador ou qualquer outro tipo de arte performativa. Neste caso, o/a participante apenas terá de mostrar a sua atuação numa peça de teatro, a cantar, ou num espetáculo de dança e falar um pouco do seu processo de aprendizagem naquilo que são os conceitos básicos acima mencionados. É claro que muitos/as jovens têm experiência em aulas de dança e dança não-profissional, e essas competências podem ser aplicadas no workshop. Depois disso, os/as participantes devem replicar a performance que viram e melhorá-la se tiverem mais experiência ou inspiração para tal.

Também é importante ter um ensaio geral do espetáculo, que inclui uma apresentação com máscara, com guarda-roupa, com o cenário e frente a um público, neste - os/as participantes no workshop. Esta experiência do ensaio geral ajudará a finalizar os detalhes da apresentação pública frente a uma plateia. A discussão construtiva e a participação devem ser encorajadas, para que nenhum/a dos/as participantes seja um elemento passivo no workshop.

4. CANÇÕES & MÚSICA

A música, ou linguagem universal como é frequentemente designada, tem enorme potencial e benefícios, em particular quando se trata de **desenvolvimento pessoal, educação, empoderamento e divulgação de ideias.**

Quando se trata de fazer música e de autoexpressão através da mesma, a experiência do projeto Songs for Rights do YEPP EUROPE, já realizado numa grande variedade de cenários e com diferentes grupos-alvo demonstrou que as crianças e os/as jovens não só se sentem capacitados através de métodos participativos de workshops, mas também através da aquisição de conhecimentos, novas competências e do processo criativo de composição, escrita e gravação de canções, aumentando a sua confiança e auto-estima. O facto da sua criação - uma canção ou vídeo clip - ser divulgada no YouTube e noutras plataformas de Social Media, funciona muitas vezes como motivação e estímulo empoderador para as crianças e jovens. Adicionalmente, a aprendizagem através da música, a experiência do processo de composição e produção de canções a expressar os seus próprios pontos de vista, opiniões e criatividade sobre temas como direitos humanos ou ação climática, capacita crianças e jovens, tornando-os/as conscientes da sua responsabilidade e possibilidades de fazer a diferença e lutar ativamente por uma mudança positiva.

Como a pesquisa e muitos exemplos do uso da música demonstram, a música está ligada ao nível emocional das pessoas constituindo, portanto, uma ferramenta muito poderosa para comunicar e promover ideias, ideologias, valores e causas. Expressar pensamentos e opiniões através de melodias e letras permite abordar todos os tópicos, por vezes mesmo aqueles com os quais o ouvinte não se identifica. Mas a música é também amplamente usada para promover a paz, o amor, a igualdade, a solidariedade, os direitos humanos e a justiça. Alguns exemplos notáveis são a angariação de fundos para a fome na Etiópia através do concerto da LiveAid em 1985, e os concertos de paz de Barenboim para a paz entre palestinianos e israelitas - e inúmeros outros exemplos. O que importa são as letras das canções e a intenção que está por detrás da música no sentido de chegar à cabeça e ao coração das pessoas ou para influenciar a ação.



A MÚSICA ENQUANTO MEIO DE PROMOÇÃO DA AÇÃO CLIMÁTICA NO PROJETO COMMUNITY CHALLENGERS É INTERESSANTE POR TRÊS RAZÕES: PRIMEIRA - ESTÁ CIENTIFICAMENTE PROVADO QUE A MÚSICA TEM UM EFEITO POSITIVO NO DESENVOLVIMENTO INTELLECTUAL, SOCIAL E PESSOAL DOS/AS JOVENS; SEGUNDA - A MÚSICA É PARTICULARMENTE APELATIVA PARA OS/AS JOVENS, POR DESEMPENHAR UM PAPEL IMPORTANTE NAS SUAS VIDAS. PARA A MAIORIA DOS ADOLESCENTES, A MÚSICA É UM ESCAPE SURPREENDENTE PARA O DESENVOLVIMENTO E EXPRESSÃO DA IDENTIDADE PESSOAL. A MÚSICA PODE AJUDAR OS JOVENS A RELAXAR E GERIR O SEU HUMOR E A PROPORCIONAR FORMAS DE LIGAÇÃO COM OS SEUS PARES (ERIN WALSH, 2011). E A TERCEIRA - O FACTO DAS CANÇÕES E VÍDEOS SEREM FACILMENTE PARTILHÁVEIS NAS REDES SOCIAIS TRADUZ-SE NUM ENORME POTENCIAL EM TERMOS DE ALCANCE E IMPACTO NOS/AS JOVENS.

Um exemplo é: Erin Walsh (2011), Influence of Music on Youth, Spark & Stitch Institute
<https://sparkandstitchinstitute.com/influence-of-music-on-youth/>

** Source: Susan Hallam (2010), The power of music: its impact on the intellectual, social and personal development of children and young people, International Journal of Music Education 28(3):269-289
https://www.researchgate.net/publication/242560857_The_power_of_music_its_impact_on_the_intellectual_social_and_personal_development_of_children_and_young_people

4.1 DEFINIÇÃO DO CONTEÚDO

No Song Challenge, os/as jovens escolhem uma ou várias questões ambientais e climáticas para a escrita, produção e promoção da sua canção. O tema pode ser em torno de uma ou várias questões particulares que sejam importantes para a sua vida. Por exemplo, a poluição do ar causada pela indústria, o excesso de automóveis, consumo excessivo, consumo de carne ou moda efémera, todos relacionados com a emergência climática.

Ao tentar definir o tópico para a música, a primeira tarefa do grupo é encontrar um tópico ao qual os membros do grupo se sintam emocionalmente ligados. Embora nem todos/as possam sentir exatamente o mesmo, estabelecer uma ligação emocional com o assunto é uma parte essencial do processo de IDEIAÇÃO da canção. O processo de ideação, definido abaixo, identifica o tema antes de se começar a pensar em rimas e letras de música. Durante este processo, a ligação emocional torna-se algo muito poderoso e normalmente, no passo seguinte, a letra flui facilmente de forma espontânea.

Tenha em mente que o objetivo final da música a criar é a defesa da ação climática e o seu uso enquanto ferramenta para a mudança e para influenciar outros a refletir e tornarem-se ativos/as em relação a uma determinada questão ambiental ou climática. Uma vez definido o tema chave, é importante estabelecer os objetivos da canção e responder à seguinte pergunta: "PORQUE é que estamos a fazer esta canção?" e "O QUE queremos alcançar com a nossa canção?". Este objetivo deve estar visível por escrito (por exemplo, num flipchart/papel na parede) para todo o grupo durante o processo criativo da canção.

4.2 PRODUÇÃO DE CANÇÕES

Há muitas maneiras diferentes de escrever e produzir uma canção com um grupo de jovens. Cada músico facilitador aborda o processo de composição e produção de uma canção de forma diferente. Alguns conduzem o grupo acompanhando ao piano, outros à viola ou com outros instrumentos, e outros ainda utilizam abordagens focadas em rimas e batidas. O processo criativo tem de se adequar ao/à artista que orienta o grupo, à sua forma de trabalho e, claro, ao grupo de participantes. Os seus antecedentes musicais, idades e origens sociais ou culturais devem ser tidos em conta.

A estrutura de uma canção

Dependendo da idade das crianças (com crianças mais novas, não entrar muito em detalhes), pode explicar ao grupo a base da estrutura de uma canção. Embora possa haver variações na estrutura, aqui estão alguns elementos básicos:

INTRODUÇÃO: capta atenção do ouvinte e apresenta a canção

VERSO: conta a história

PRÉ-REFRÃO: Constrói a antecipação para o refrão

REFRÃO: A mensagem ou tópico principal da canção que se repete várias vezes.

PONTE: Liga duas partes de uma canção (por exemplo, verso ao refrão) e cria uma pausa ou um contraste com o resto da canção

CONCLUSÃO OU CODA: Termina a canção com um desvanecimento ou variação

Estes elementos da canção podem ser combinados em diferentes comprimentos e sequências para diferentes efeitos. Afinal, a composição de canções é um processo livre e intuitivo.

Não há regra de ouro para escrever canções. No entanto, quando se trabalha com crianças ou jovens com pouca ou nenhuma experiência em fazer música, é recomendada uma abordagem em 4 etapas:

- 1 - PROCESSO DE IDEIAÇÃO
- 2 - ESCRITA DA LETRA
- 3 - COMPOSIÇÃO
- 4 - GRAVAÇÃO

4.2.1 PROCESSO DE IDEIAÇÃO

Este primeiro passo do processo de IDEIAÇÃO e recolha de ideias consiste num género de brainstorming sem filtro, em que o/a facilitador/a vai acompanhando tudo o que os/as participantes dizem e vai tomando notas num flipchart. Embora esta seja uma ainda uma versão simples e de rascunho da ideia, alguns/algumas participantes podem já querer expressar o que sentem sobre a ideia de uma forma musical (por exemplo, cantando algumas linhas, tocando com instrumentos, etc.).

O segundo passo será começar a selecionar e a agrupar algumas das frases, palavras, desenhos e sentimentos expressos. Colocá-los em famílias ou grupos pode dar aos/às participantes a oportunidade de rever o que já contribuíram para o grupo, editar certos textos e palavras, inclusivamente colocar elementos visuais, figuras ou sons em certas palavras ou frases.

Este processo resulta em materiais, como texto, elementos visuais e musicais, que podem ser usados na canção. Há muitos métodos e técnicas de facilitação para definir o tema e criar uma conexão emocional com o tema:

WrEscrever frases num quadro

Que frases ou palavras lhe vêm à cabeça quando pensa nas questões climáticas que temos discutido e/ou que existem na nossa comunidade?

Desenhos

Faça um desenho sobre a sua experiência, sobre o que aprendeu, ou sobre o que discutimos em relação a um problema climático ou ambiental local.

Sons

Que sons lhe vêm à mente quando pensa nos assuntos que discutimos (usando a sua voz, o seu corpo (percussão corporal) ou instrumentos na sala)?

Exercício de uma palavra

Escreva uma palavra que ilustre o que pensa acerca das questões ambientais ou climáticas que discutimos hoje.

Poesia de Haiku

Escreva um poema Haiku sobre o que aprendemos ou discutimos. Tradicionalmente uma poesia Haiku versa sobre temas abstratos ou relativos ao mundo natural, incluindo estações, meses, animais, e até mesmo elementos da natureza mais pequenos como, uma erva, ou uma gota de orvalho.

É uma forma bela de poesia descritiva de três linhas para se ler de uma só vez. Se lida em japonês, a maioria dos haiku tradicionais tem cinco sílabas, ou sons, na primeira linha, sete na segunda, e cinco na última linha*.

EXEMPLOS HAIKU NO CONTEXTO DA AÇÃO CLIMÁTICA:

Lágrimas correm pelo rosto.
O rio castanho cheira mal.
Os peixes já não vivem aqui, apenas resíduos plásticos e tóxicos.

Havia raiva nas ruas.
Muita conversa, mas nenhuma ação na COP26.
Entretanto, o nosso planeta está a morrer.

* Regras para Escrever Haiku: <https://grammar.yourdictionary.com/style-and-usage/rules-for-writing-haiku.html>

Brainstorming através da visualização

Sente-se em círculo e ponha a tocar música de meditação. Peça aos/às participantes que fechem os olhos e se concentrem na sua respiração. Inspire ... expire ... Peça ao grupo para pensar no tema escolhido para a sua canção e convide-os a imaginar uma imagem ou uma cena. O que vêem? Quem surge no pensamento? O que está a acontecer? Etc. Pode ser uma pessoa, uma paisagem, um lugar, tudo é válido.

O grupo responderá, então, a perguntas simples, como:

- Está sol ou a chover?
- Há movimento? É lento ou rápido?
- Escolha três cores para descrever a imagem
- Há uma pessoa? Como está vestida?
- Onde está a pessoa?
- Qual o seu estado de espírito?

Enquanto os/as diferentes participantes do grupo descrevem alguns dos elementos que veem, o/a formador/a anota-os (num flipchart). Mais tarde, na fase de escrita da letra da canção, pode incentivar os/as participantes a dizer mais acerca as imagens que surgiram durante o brainstorming, e a criar metáforas visuais (Mostre, não diga!). Um exemplo típico de uma metáfora visual frequentemente usada no contexto das mudanças climáticas é uma imagem de um globo num cone de sorvete, com o globo a derreter e pingar ao longo do cone.

* Uma metáfora visual é a representação de uma pessoa, lugar, coisa ou ideia por meio de uma imagem visual que sugere uma determinada associação ou ponto de semelhança. É também conhecida como metáfora pictórica e justaposição analógica. (Fonte: Richard Nordquist (2018) Visual Metaphor Glossary of Grammatical and Rhetorical Terms <https://www.thoughtco.com/visual-metaphor-1692595>)

4.2.2 ESCREVER LETRAS DE MÚSICAS

Agora que se dá início ao processo de escrita da música escrevendo a letra, pode já ter selecionado algumas frases fortes para um refrão ou pré-coro do passo anterior. É importante notar que ao fazer canções sobre mudanças climáticas e/ou questões ambientais, é melhor colocar o foco naquilo que as pessoas sentem em relação a estas questões, e não colocar o foco no seu enquadramento teórico comum.

Há várias maneiras de escrever uma letra em grupo. Os métodos dependem do músico orientador/a (guitarrista, pianista, artista de hip-hop, etc.), da experiência (musical) do grupo, da quantidade de material reunido na etapa anterior (ideação), etc. Se o seu grupo for grande, pode dividir o grupo e escrever a canção em grupos mais pequenos.

Trabalho em pequenos grupos

Poderá dividir o grupo em grupos pequenos, de 3 a 5 participantes e cada grupo escreve um verso da canção.

O pré-refrão e o refrão da canção podem ser escritos entre todo o grupo. Além de que, algumas frases para o refrão (pré-coro) podem já ter saído do processo de ideação.

A ponte, a introdução, e a conclusão são menos importantes em comparação com o verso e o refrão. Podem ser adicionados mais tarde, surgem espontaneamente durante o processo, e em algumas estruturas de canção, pode não haver introdução, conclusão ou ponte.



IMPORTANTE CONSIDERAR:



DIFERENTES PESSOAS TÊM DIFERENTES COMPETÊNCIAS E DIFERENTES PREFERÊNCIAS E NEM TODOS/AS SE SENTEM CONFORTÁVEIS PARA ESCREVER LETRAS OU A CANTAR. PORTANTO, OUTRA FORMA DE DIVIDIR O GRUPO É CRIAR SUBGRUPOS QUE SE CONCENTREM EM DIFERENTES PARTES DA MÚSICA, COMO LETRAS, DANÇA, FILME (SE QUISER PRODUZIR UM VIDEOCLÍPE PARA A SUA MÚSICA) E, CLARO, A MÚSICA, COM AS PESSOAS QUE SAIBAM TOCAR UM INSTRUMENTO.

4.2.3 COMPOSIÇÃO DA MÚSICA

A composição da música para a canção, pode ser feita de diferentes formas. Uma é o formador/ facilitador musical dar diferentes ideias de melodias enquanto toca um instrumento (guitarra, piano, etc.) e canta alguns dos versos e/ou refrão. Muitas vezes, os/as participantes já criaram uma melodia que se enquadra na letra da música. Nesse caso, o/a formador/a/ facilitador/a musical deve tentar não impor um estilo ou ritmo, mas manter um papel externo, de supervisão e só ajudar se necessário. Neste processo criativo, o/a facilitador/a musical também pode ajudar os/as participantes em termos de ritmo, batida ou teclas (um padrão básico (agrupamentos) de um ritmo que dá a estrutura para uma canção inteira).

Se for usado o brainstorming com técnica de meditação, o/a formador/a/ facilitador/a musical e os/as participantes podem começar a tocar os seus instrumentos, tentando criar música baseada nas imagens que lhes vieram à mente durante o brainstorming e nas palavras-chave no flipchart.

Muitas vezes as pessoas já têm ou sentem algum tipo de batida ou sensação de velocidade sobre o assunto em que trabalharam durante as etapas iniciais. Pode, nesse caso, enquadrar as pessoas no estabelecimento da batida, pedindo-lhes que batam algumas palmas básicas, usando percussões ou loops de bateria na Internet (há muitas aplicações gratuitas com loops de bateria, por exemplo, Loopz, Beatmaker, etc.)

Uma vez encontrado o ritmo, pode adicionar a melodia e tentar cantar algumas partes da letra ou cantarolar para fora - "hmmhmmhmm". Trata-se de criar uma atmosfera agradável em que os/as participantes começam lentamente a chegar a uma melodia que flui com um texto.

Às vezes, uma frase já tem a sua própria melodia quando lida em voz alta. Contudo, pegar uma frase e tentar encontrar uma forma de a cantar, ou encontrar uma melodia bonita pode ser difícil. Por vezes, pode simplesmente não funcionar por haver muitas sílabas numa palavra.

É por isso que o processo de IDEIAÇÃO é tão importante. O seu tema é claro e os/as participantes sentem-se emocionalmente ligados a ele. Quando os/as participantes se sentem emocionalmente apegados ao tópico, estão menos apegados a palavras ou frases específicas e acham mais fácil ajustarem-se, encontrando novas palavras e simplesmente substituindo-as por palavras que funcionem melhor.

Em relação à composição musical, o/a formador/a / facilitador/a de música tem de ser muito flexível. Num grupo de participantes, pode haver membros que se sintam fortemente ligados a certos géneros musicais (Hip-Hop, Rock, etc.) e têm de ser tomadas as decisões quanto ao género musical. Como formador/a / facilitador/a de música, é importante manter-se aberto/a e certificar-se de que todos os membros do grupo concordam e interiorizam as escolhas feitas. Tenha também em mente que se podem misturar vários géneros numa música (por exemplo, uma balada melódica misturada com elementos ou linhas de hip-hop).

Conforme mencionado anteriormente, ao dividir o grupo em subgrupos, também é importante fazer uso dos talentos das diferentes crianças na sala. Algumas crianças podem não ser boas a dar ideias melódicas, mas serem muito boas a criar batidas. Poderá então usar esse ponto forte força para criar batidas em vez de as forçar a criar melodias ou vocais.

4.2.4 GRAVAÇÃO DE CANÇÕES

Dependendo do equipamento, a gravação da música pode ser feita num estúdio de gravação ou individualmente com equipamento de baixa tecnologia e de custo relativamente baixo. Além do equipamento a utilizar, é também crucial que o processo de gravação da música seja facilitado e/ou orientado por uma pessoa experiente e capaz de utilizar o equipamento, seja num estúdio profissional ou num estúdio doméstico com um microfone (simples) e um computador.

OPÇÃO 1: (Estúdio) Gravação com um músico

A música é gravada com um/a formador/a / facilitador/a musical com experiência suficiente e equipamento adequado para gravar a canção e misturar som. Os instrumentos (se houver músicos no grupo) são gravados separadamente, começando com uma batida ou bateria para que todos os outros instrumentos se adaptem a essa batida.

O canto da letra também é feito separadamente e no final o/a formador/a / facilitador/a musical irá juntar tudo através de um programa de edição de som.

Além dos elementos de canto em grupo, vozes boas ou excelentes também podem ser gravadas separadamente. Esta é uma técnica que pode contribuir para a qualidade da canção. No entanto, este procedimento tem de ser feito com cuidado e delicadeza, para que outros/as participantes não se sintam excluídos/as ou ciumentos/as. Se houver um bom espírito de equipa com pessoas que se conhecem entre si e a apoiar o grupo, pode funcionar. Ainda assim, é sempre importante ter em mente os potenciais ciúmes.

O elemento importante é a canção e o processo de criação em grupo, não a parte individual nele contida. A fim de evitar sentimentos de exclusão, pode colocar as vozes "boas" a cantar diferentes linhas ou partes da música, não cantadas pelo resto do grupo, talvez como backing vocals ou alguns efeitos. Outra forma de fazer com que todos/as se sintam incluídos/a é atribuir um papel específico para cada participante na canção, no momento da divisão do grupo (escrever canções, cantar, tocar instrumentos, dançar, filmar, etc.) conforme acima descrito.

Tenha também em mente que é muito útil planejar tempo suficiente para a prática do canto da letra antes de entrar um estúdio ou fazer a gravação. Esta parte ser feita previamente, podendo, por exemplo, gravar um teste com um telefone para que as pessoas possam ouvir o ritmo, a melodia e as diferentes linhas várias vezes antes de fazer a gravação oficial. Se isto não for feito e os/as participantes não tiverem praticado o suficiente antes, podem acabar numa situação em que precisam de repetir as linhas frequentemente durante a gravação oficial e isto pode tornar-se muito frustrante. Tenha também em mente que cantar para um microfone num estúdio pode deixar as pessoas nervosas.

OPÇÃO 2: Gravação com faixas pré-produzidas

Se não houver músicos no grupo e/ou o/a formador/a não for um músico com alguma experiência na composição e gravação de músicas, ainda é possível gravar uma música usando ferramentas e equipamentos de baixa tecnologia. Em vez de gravar diferentes faixas de instrumentos, pode obter faixas/cantos pré-produzidos e sem direitos autorais na internet, através de aplicativos de música.

Música sem direitos autorais

Aqui estão alguns sites onde poderá encontrar música sem direitos autorais, que pode usar:

Bensound

<https://www.bensound.com/royalty-free-music/rock>

Biblioteca de áudio do YouTube www.youtube.com

Pode simplesmente digitar "no copyright music" no youtube

Artlist

<https://artlist.io>

Free Music Archive

<https://freemusicarchive.org>

Freesound (principalmente para efeitos sonoros ou amostras)

Freesound.org

Gravação de Vozes

Depois de encontrar uma faixa de que goste, pode adaptar a sua letra à faixa e gravar a voz enquanto ouve com fones de ouvido.

Recomendamos que grave a sua voz com um microfone condensador, disponível a partir de 40 EUR. A qualidade de som que obtém é muito boa e vale a pena o investimento. Se não tiver um microfone condensador, gravar as vozes através de um iPhone também pode resultar com uma qualidade surpreendentemente boa.

Agora que tem uma faixa descarregada de um dos sites acima e os vocais gravados, já pode misturá-los recorrendo a um programa de mistura de som. Existem vários programas disponíveis. Um, muito simples é o GarageBand que é gratuito para todos os computadores Apple. Pode facilmente importar a sua faixa e voz, misturar e criar a sua canção final.

4.3 PRODUÇÃO DE CLIPES DE VÍDEO

Uma imagem vale mais que mil palavras, para aumentar o impacto da sua canção, sobretudo com o objetivo de a partilhar e divulgar nos meios (redes sociais) ou de outras formas, pode ser útil produzir um videoclipe.

Não há limites para as possibilidades e criatividade e as filmagens podem ser feitas com equipamento de baixa tecnologia, como uma pequena câmara de vídeo ou mesmo um telemóvel. Para o seu videoclipe, pode ter um guião contando uma história (fazendo mesmo um storyboard [guião com sequência de imagens e palavras]), mas também pode mantê-lo simples e gravar filmagens interessantes que podem ser usadas no processo de edição de vídeo do seu videoclipe. Se não tiver alguém na sua equipa/grupo para editar as filmagens, pode recorrer a programas gratuitos como o iMovie, muito fáceis de usar. Aqui ficam algumas sugestões de filmagens interessantes para um videoclipe da sua canção:

A criação da canção

Pode filmar o workshop, no momento em que se discutiu o tema, se escreveu a canção, praticou o canto, etc.

Gravação da canção

Filmar o processo de gravação pode resultar num vídeo muito apelativo para o seu clip. A gravação dos instrumentos e/ou das vozes pode ser muito útil. Mostrar os/as participantes a cantar o refrão da música com microfone, pode ter um forte impacto.

Dança

Como a dança pode ser um meio de visualizar a música, filmar alguns participantes do grupo fazendo movimentos de dança também pode ser um tipo de imagem que resulta muito bem.

Imagens simbólicas ou metafóricas

Pode ser uma filmagem que retrate emoções como alegria (pessoas a saltar, a sorrir, a rir, ...) raiva (rostos zangados, pessoas a discutir, ...), desespero (expressões faciais, pessoas a colocar as mãos no rosto, etc.) ou conceitos como amizade (pessoas de mãos dadas, a caminhar juntas), esperança (pessoas levantando as mãos para o céu), amor (pessoas a abraçar-se), ou qualquer outro conceito que se encaixe ou que esteja representado na sua canção.

Imagens com o tema

Se a canção for sobre questões ambientais ou climáticas na sua comunidade, pode filmar imagens relacionadas as mesmas (por exemplo, poluição do ar, resíduos (plásticos), um rio, natureza (árvores, flores, etc.).



IMPORTANTE



QUANDO FILMAR PESSOAS PARA O SEU VIDEOCLÍPE, TERÁ DE OBTER O SEU CONSENTIMENTO POR ESCRITO PARA AS FILMAR E PARA USAR AS FILMAGENS. NO FORMULÁRIO DE CONSENTIMENTO TERÁ DE EXPLICAR COMO SERÃO USADAS AS FILMAGENS (POR EXEMPLO, PUBLICAÇÃO NAS REDES SOCIAIS, ETC.). EXISTEM MODELOS DE FORMULÁRIO DE CONSENTIMENTO NA INTERNET PARA GARANTIR A CONFORMIDADE COM A RGPD (REGULAMENTO GERAL SOBRE A PROTEÇÃO DE DADOS). SE FOREM MENORES DE IDADE, PRECISA AINDA DE AUTORIZAÇÃO DOS PAIS!

Para usar a sua canção (e vídeo clip) na promoção da ação climática e defender uma mudança positiva, é aconselhável refletir sobre os objetivos da canção: que audiência pretende alcançar e influenciar (grupo-alvo) e quais os canais que pretende usar. Dependendo das respostas a estas perguntas, deve seleccionar os meios e eventos comunitários onde vai divulgar a canção.

4.4 PERGUNTAS DE AVALIAÇÃO

Como mencionado nos capítulos anteriores, é crucial fazer uma avaliação adequada após cada workshop, retirar lições de aprendizagem e tê-las em conta para os processos de seguimento. As seguintes perguntas são exemplos e podem ser adaptadas por cada formador/a de acordo com a especificidade de cada workshop, cada grupo de participantes e com a experiência dos dias do workshop.

Para jovens participantes:

- O que aprendeu nestes dois dias de workshop?
- Sente que as suas opiniões e ideias ficaram bem representados na canção criada?
- Incentivaria outros/as a criar a sua própria peça musical? Gostaria de continuar a desenvolver a sua criatividade artística no sentido de aumentar a consciencialização em torno das questões climáticas e dos desafios ambientais locais?
- Vê a sua peça musical como um possível meio para chegar a um/a decisor/a local ou a um/a representante do seu município e incentivar a mudança?
- Sente-se empoderado para usar a música enquanto ferramenta que incorpore a sua opinião e fazer-se ouvir?
- Que recomendações faria, ou que experiências que gostaria de partilhar com futuros/as jovens participantes europeus/europeias em workshops de música?
- Gostaria de partilhar a sua história?

Para formadores/as:

- Considera que os objetivos do workshop foram atingidos?
- De acordo com a sua experiência em workshops, é possível juntar o tema das alterações climáticas à participação ativa dos/as jovens na sociedade civil?
- O que gostaria de partilhar com outros/as formadores/as ou técnicos/as juventude que conduzam workshops como este?
- Sente-se motivado para realizar mais workshops e interligar diferentes desafios artísticos? Se sim, por qual optaria?

PARTE DOIS: DESAFIO DE EMPREENDEDORISMO

Há muitas maneiras de criar soluções no âmbito das mudanças climáticas nas comunidades locais. O que todas têm em comum é a sensibilização e a adoção de medidas. Neste manual de formação, tudo tem a ver com o passar à ação.

Este manual de formação visa desenvolver as competências dos/as jovens em empreendedorismo com foco na sustentabilidade, competências ecológicas e colaboração dos stakeholders (pessoas ou entidades diretamente ligadas ao tema).

O foco está no desenvolvimento do espírito empreendedor e das competências transversais ao mesmo tempo que se criam soluções alternativas com potencial para mudar a forma como estamos atualmente a tratar o nosso ambiente.

No final deste Guia, deverá ser capaz de:

- Organizar um evento para a resolução de problemas;
- Mudar as soluções existentes ou criar soluções alternativas para mudar a forma como estamos a tratar o nosso ambiente;
- Pesquisar e definir o problema que está a resolver;
- Resolver ativamente problemas através da geração de ideias;
- Testar as ideias e ajustá-las às necessidades dos/as utilizadores/as;
- Trabalhar em equipa e falar com mentores;
- Construir soluções e modelos de negócio sustentáveis;
- Apresentar as suas ideias de uma forma clara e coerente.

5.1 O QUE É UM HACKATHON?

Hackathon é um evento dedicado à resolução de problemas. Indivíduos e equipas reúnem-se online para resolver um problema específico com o qual se sentem profundamente envolvidos. O Hackathon tem por objetivo inovar, trazer novas ideias e novas práticas para a comunidade ou para ambiente de trabalho.

O que é um Hackathon de Community Challengers?

Um hackathon de Community Challengers é um evento de 2,5 dias, intensivo, interativo e altamente participativo, durante o qual os/as participantes participam numa maratona de curtas sessões de formação (workshops de empreendedorismo), sessões de mentoria e de trabalho em equipa, num formato de auto-gestão. O processo cria um ambiente envolvente e inovador que motiva os/as participantes a pensar fora da caixa, desenvolver competências de resolução de problemas, pensamento crítico, a gerar ideias, a pesquisar o problema e a solução e a pensar de forma criativa.

Ao resolver um conjunto de desafios, os/as participantes no Hackathon vão desenvolver ideias e aprender a organizar o seu tempo, a gerir o seu projeto e a trabalhar em equipa. Ao resolver problemas ambientais, tornar-se-ão agentes ativos de mudança nas suas comunidades locais, criando modelos de negócio social sustentável para suas atividades.

5.2 ESTRUTURA E PREPARAÇÃO DE EVENTOS

A Preparação e o planeamento são uma componente de peso em qualquer evento, workshop ou formação. Um Hackathon de Community Challengers não é exceção. Há vários passos a dar no sentido de garantir uma boa organização.

Um dos aspetos mais importantes é ter as pessoas certas a bordo.

Quem incluir:

- Participante: Jovem ou um grupo de jovens participativo/a, capaz de criar soluções e melhorar as suas competências.
- Formador/ Moderador: Organiza o evento e realiza workshops durante o programa.
- Mentor: Trabalha individualmente com as equipas e dá apoio quando necessário. Pode ser, por exemplo, um/a empresário/a ou uma pessoa que tenha experiência em projetos empresariais.

Participantes

Qualquer jovem se pode inscrever para participar neste evento. Não há nenhuma competência ou nível de conhecimento necessário para participar.

Os/as jovens podem recrutar participantes na sua comunidade local ou envolvê-los numa área geográfica mais ampla se o evento for online. Sugerimos o uso de um formulário simples com informações básicas para o processo de candidatura.

Dicas e truques

- Considere as candidaturas tanto em grupo como individuais. Pode sempre formar equipas a partir de inscrições individuais ou adicionar uma pessoa a uma equipa já formada que possa trazer um contributo inovador para o grupo. As equipas devem ser compostas por 2 - 6 participantes.

-
- Alguns/mas participantes já terão ideias para a solução do problema e outros não, o que é bom. O processo está desenhado para responder a ambas as situações.
 - Um grupo máximo de 30 pessoas é a recomendação para este evento, mas não há limite.

5.3 FORMADOR/A / MODERADOR/A

O/a formador/a / moderador/a é o/a gestor/a de todo o evento. Esta pessoa está a usar vários chapéus durante o evento, sendo responsável pela organização e realização de workshops, moderando todo o evento e sendo o ponto de contato para participantes e mentores/as. Esta função pode ser desempenhada por uma única pessoa ou subdividida por várias funções mais específicas.

Dicas e truques

Se o evento se realizar online, sugerimos ter uma pessoa em apoio técnico.

5.4 MENTORES

Perfil do/a mentor/a: A maioria das pessoas tem capacidade para ser mentor, mas ser um/a bom mentor/a já é outra história. Bons/as mentores/as são pessoas com um conjunto de soft skills bem desenvolvido (competências comportamentais). Têm sólidas competências na escuta ativa, em estabelecer empatia, sabem como dar feedback e conselhos. São capazes de motivar e desafiar os/as participantes a encontrar soluções e a resolver problemas e dar apoio quando necessário. Os/as mentores/as de um Hackathon de Community Challengers devem ainda ter conhecimentos e experiência ao nível da construção de um negócio ou eventos com foco na resolução de problemas, assim como na procura de soluções durante um determinado período de tempo. Devem ainda, idealmente, ter experiência em projetos ligados às mudanças climáticas.

Passos para contratar mentores/as

Passo 1: Analise a sua rede de contatos para identificar potenciais mentores/as;

Passo 2: faça o convite ao/à mentor/a e compartilhe informações básicas sobre o evento e sobre o que é esperado dele/a em termos de funções:

- Estarem presentes para dar apoio às equipas durante um evento de 2,5 dias e ajudá-las a desenvolver ideias para criar soluções sustentáveis que resolvam o problema das mudanças climáticas;
- Cada equipa definirá o problema (com foco num tema específico) que pretende resolver e passará o fim de semana/ 2 dias a criar uma solução. O/a mentor/a ajudará com penas sessões de formação e workshops, a dar apoio e aconselhamento individual através de tutoria. Há 3 sessões de tutoria.
- Participar no pitch final de apresentação de propostas, depois do evento.

5.5 ESTRUTURA DO EVENTO

Está a organizar um evento focado na solução de problemas. Conforme referido na descrição, tem de existir um problema/desafio para resolver. Pode ser específico ou não-específico. Ao definir o desafio e pode colocar um ou vários desafios.

Ao definir um desafio não específico estará a permitir que os/as seus/suas participantes decidam em que parte do desafio gostariam de se concentrar.

Exemplo de desafio não específico: Mudanças climáticas.

Ao dar um exemplo específico, estará a colocar desafios mais focados que podem abrir diferentes possibilidades de parcerias, colaboração e impacto. Ao definir o desafio/desafios específico/s, pode pensar sobre os desafios relevantes na sua comunidade local, por exemplo:

- Redução de Carbono
- Qualidade da Água
- Ar Limpo

Dicas e truques

Crie uma explicação curta e concisa do desafio de forma a que fique o mais claro possível e promova-o nas redes sociais e outros canais.

O Hackathon de Community Challengers é um evento intensivo onde mentoria, workshops e trabalho de equipa trocam a cada hora. As equipas passam 15 horas a trabalhar nas suas soluções com a ajuda de formadores/as e mentores/as; durante o evento decorrem 4 workshops, 3 sessões de mentoria e um pitch de apresentação. O conceito é aprender fazendo. Durante cada workshop, as equipas aprenderão conceitos básicos de empreendedorismo os quais aplicarão a seguir nas sessões de mentoria e no trabalho de equipa.

Workshops e sessões de mentoria não devem ter uma duração superior a 30 minutos.

O tempo deve ser gerido de forma autónoma, com cada equipa a estabelecer o seu ritmo, desenvolvendo competências, trabalho de equipa e tomada de decisão.

Exemplo de estrutura

Pré Evento	Dia 1	Dia 2	Dia 3	Pós Evento
Breve Workshop de Mentoria (30 min)	Definição da situação (10 min)	Mentoria (30 min por equipa)	Workshop sobre como fazer um pitch (30 min)	Workshop para os Próximos Passos (60 min)
	Jogo de Geração de Ideias (20 minutos)	Workshop 2 - Prototipagem/ Cliente Persona/Proposta de Valor(30 minutos)	Trabalho em equipa (120 minutos)	
	Workshop 1 - Pesquisa e Definição do Problema (20 - 30 minutos)	Trabalho em equipa (120 minutos)	Mentoria (30 minutos por equipa)	
	Trabalho em equipa (90 minutos)	Workshop 3 - Modelos de Negócio e Finanças (30 minutos)	Trabalho em equipa (120 minutos)	
		Trabalho em equipa (60 minutos)	Apresentação Pitch	
		Mentoria (30 minutos por equipa)	Encerramento do evento	
		Trabalho em equipa (60 minutos)		

A utilização de uma Folha de Processo pode ajudar a representar um conjunto de questões e desafios que permitem às equipas acompanhar o seu trabalho, alcançar metas e desenvolver o pensamento empreendedor. No início da sua jornada pelo evento, cada equipa recebe a folha de processo

Dicas e Truques

Pode usar diferentes ferramentas para criar uma folha de processo. Pode ser uma tabela básica com perguntas e desafios ou uma apresentação de PowerPoint que os participantes podem usar como um modelo. Cada slide pode ser uma pergunta/desafio.

Pode ainda usar algumas ferramentas online como o Padlet (<https://padlet.com/>) ou o quadro branco online. Estas ferramentas online vão permitir-lhe adicionar algumas informações básicas como links e folhas que os participantes podem usar. Avalie qual a melhor opção para os/as seus/suas participantes e seja criativo!

Construir equipas e fomentar o trabalho de equipa não é tarefa fácil num formato online. Adicione alguns desafios à folha de processo que ajudarão a que as equipas trabalhem melhor em conjunto. Por exemplo:

<i>Create a crazy team photo!</i>	<i>What are the aspects of a successful online team?</i>	<i>Create guidelines for working together as a team (What things do you have to be more mindful about in your team? What things should we begin to practice more together as a team?...)</i>	<i>Create a team ritual/dance/song... (create and add a video up to 30 seconds long of this activity)</i>
-----------------------------------	--	--	---

Enquadramento

O local está preparado para o trabalho em grupo. Cada grupo tem material de estacionário, papel em branco e as folhas de processo preparadas. Se possível, organize um espaço de trabalho mais silencioso para a mentoria e para ensaiar o pitch.

Online - No ambiente online tudo é organizado através da plataforma/aplicação de video. Os workshops e a mentoria são moderados na versão online.

O trabalho de equipa no espaço virtual é organizado por equipas. Podem encontrar-se presencialmente e trabalhar juntos ou organizar um canal online para comunicação.

Dicas e truques

- Presencial - Iniciar e terminar o evento com networking. Meia hora antes e depois do evento dar às pessoas oportunidade para se conhecerem. Beber um sumo/café ajuda ao arranque e a pôr as conversas a fluir.
- Presencial - Tente fazer um evento de Desperdício Zero. Use opções recicláveis e reutilizáveis ao organizar bebidas e comunique claramente com os/as seus/suas participantes sobre a redução da quantidade de lixo durante o evento. Organize estações de compostagem/reciclagem. Peça aos/as participantes que tragam computadores portáteis e tente não usar papel.
- Online - As salas de breakout são cruciais na organização da mentoria com as equipas, por isso certifique-se que escolhe uma plataforma/aplicação de comunicação em vídeo que tenha esta opção.
- Online - A criação de um canal de mensagens para a equipa tornará a comunicação em tempo real mais fácil e mais eficiente.
- Online - Fazer uma verificação técnica e explicar ferramentas e o uso da plataforma/aplicação de comunicação em vídeo no início do evento pode ser útil para os/as participantes que não tenham experiência com eventos/formações online.
- Comece os preparativos antecipadamente. Escolha e reserve um local, envie convites para os/as mentores e abra as inscrições a 30 a 40 dias do evento.
- Certifique-se que obtém a confirmação da presença dos/as mentores/as!
- Os/as jovens são a parte crucial deste evento, portanto convide outros/as jovens da comunidade para participar no processo.
- Criar uma folha de desafio é uma boa maneira de garantir que todos sabem o que têm de fazer.
- Ter um/a ou dois/duas voluntários/as para ajudar a moderar o evento. Pode também incluir um pouco de canto e atividades divertidas entre os trabalhos.

5.6 WORKSHOPS

Este manual de formação dar-lhe-á uma visão geral dos fundamentos do empreendedorismo através de uma seleção de workshops que ajudarão os/as jovens a desenvolver as suas ideias verdes.

Estes Workshops serão descritos em detalhe nas páginas seguintes:

- Enquadramento
- Jogo de Geração de Ideias
- Pesquisa e Definição do Problema
- Prototipagem
- Segmentação do Cliente / Persona
- Proposta de Valor
- Modelos de Negócio e Finanças
- Pitch
- Workshop de Próximos Passos

5.6.1 SESSÃO 0: ENQUADRAMENTO

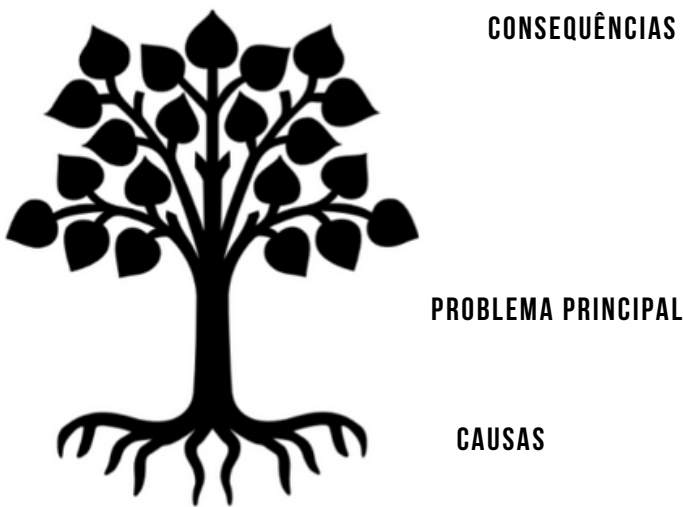
<p>Objetivo: Dar as boas-vindas a todos/as, fazer o enquadramento, informar sobre horários e método de trabalho.</p>	
<p>Resultados pretendidos: Compreensão clara do processo e das etapas</p>	
<p>Tempo: 10 a 15 minutos</p>	<p>O/a Moderador/a dá as boas-vindas aos/às participantes e apresenta a equipa, os/as mentores/as e programa do evento.</p>
<p> Materiais: Apresentação em PowerPoint, Folha de Processo</p> <p>Se online: link para a plataforma de comunicação</p>	<p>Atividades: Apresentar todos os detalhes, horários dos workshops, método de trabalho, ferramentas e folhas que serão usadas. Estabeleça as diretrizes para o trabalho conjunto.</p> <p>Online: Após compartilhar as informações básicas, os/as participantes têm a oportunidade de fazer a verificação técnica, experimentar todas as ferramentas e plataformas que serão utilizadas durante o evento.</p>
<p><i>Dicas e truques</i> <i>A orientação para o trabalho conjunto pode ser uma atividade adicional para todos/as os/as participantes</i></p>	

5.6.2 SESSÃO 1: JOGO DE GERAÇÃO DE IDEIAS

Finalidade / Meta: Estimular o pensamento criativa e a geração de ideias entre todos/as.	
Resultados desejados: Desenvolver a capacidade de resolver problemas e as competências criativas	
Tempo: 15 a 20 minutos	Atividades: Os/as participantes são divididos em equipas. Cada equipa tem a tarefa de encontrar 1 adjetivo para a sua equipa o qual devem anotar.
Material: Caneta e Papel, Apresentação em PowerPoint, Folha de Processo Se online: link para a plataforma de comunicação	Os/as participantes selecionam um membro da equipa. Essa pessoa tem a tarefa de pensar em qualquer substantivo que comece com a primeira letra do seu nome. Devem anotar o substantivo. As equipas anunciam as suas palavras e o/a moderador/a anota-as no flipchart / no PowerPoint. Estas palavras representam agora as equipas. O/a moderador/a mostra o vídeo ou uma foto do problema da mudança climática. Os/as participantes descrevem a foto/vídeo e partilham as suas ideias sobre o problema apresentado. Os/as participantes têm a tarefa de pensar numa solução criativa para o problema da mudança climática, usando duas palavras que selecionaram como equipa. Por exemplo, se selecionaram o adjetivo "verde" e o substantivo "flor", têm de pensar na solução para o problema da mudança climática que contém essas duas palavras. Essas duas palavras podem representar uma marca de produtos sem resíduos chamada flor verde ou um projeto que tenha o desafio de transformar cada aterro sanitário num parque de flores verdes ou numa série de podcasts que aumentem a consciencialização sobre as mudanças climáticas. Podem usar essas duas palavras como inspiração, nome da marca, solução. As equipas têm 5 minutos para gerar uma ideia. Após o seu trabalho, têm um minuto para apresentar as suas soluções criativas.
<i>Dicas e truques</i> <i>Incentive os participantes a pensar em soluções loucas e incomuns! Seja rápido e torne este jogo interativo. Desafie-os com menos tempo!</i>	

5.6.3 WORKSHOP 1: PESQUISA E DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Pressupostos: A maioria de nós pensa que é mais importante pensar na solução do que no problema. Mas, conhecer e definir o problema em detalhe é mais importante, pois permitirá encontrar a melhor solução possível. A pesquisa nunca para. Os empresários têm de atualizar e mudar suas soluções continuamente uma vez que o problema e o mercado estão em permanente mudança.

Finalidade/ Meta: Pesquisar e definir o problema	
Resultados desejados: Compreensão clara da Pesquisa Primária e Secundária	
Tempo: 15 a 20 minutos	<p>Pesquisa secundária - Recolha de informação já existente noutra lugar/ que outra pessoa tenha criado. Pode encontrá-la na televisão, na internet, em livros...</p> <p>Pesquisa primária: Recolha de informação que não exista noutra lugar e que tenhamos de ser nós a criar. A melhor forma de o fazer é fazendo perguntas.</p> <p>A análise de árvore de problemas ajuda a encontrar soluções mapeando a anatomia de causa e efeito em torno de um problema.</p>
<p>Materiais: Modelo de árvore de problemas, Apresentação em PowerPoint, Folha de Processo</p> <p>Se online: link da plataforma de videochama</p>	 <p>CONSEQUÊNCIAS</p> <p>PROBLEMA PRINCIPAL</p> <p>CAUSAS</p>

	<p>Atividades:</p> <p>Explicar a importância da pesquisa no empreendedorismo e os tipos de pesquisa. Peça aos/as participantes que façam uma pesquisa secundária sobre o problema escolhido. A sua tarefa é navegar na internet e encontrar o máximo de factos e números sobre o problema e anotá-los num modelo de árvore de problemas - A informação básica no tronco (quão grande é o problema, quem tem o problema, quantas pessoas são influenciadas por ele...), as causas do problema nas raízes da árvore e as consequências do problema nos ramos.</p> <p>Motivar os participantes a fazer pesquisa primária, entrevistando pessoas da sua comunidade local ou fazendo uma pesquisa nas redes sociais. Podem adicionar esta informação ao modelo de árvore de problemas.</p> <p>Depois de fazer a pesquisa de problemas, os/as participantes podem começar a pensar em algumas soluções. Podem procurar a solução fazendo pesquisas secundárias sobre o assunto e explorando quem e como outras pessoas estão a resolver o problema, como funcionam essas soluções e se são bem-sucedidas.</p>
<p><i>Dicas e truques</i></p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Certifique-se que os/as participantes interiorizam a importância de fazer uma pesquisa detalhada.</i>• <i>Alguns/mas participantes podem pensar que a definição do problema não é importante, pois têm a "solução perfeita". Explique que as soluções mudam e desenvolvem-se de acordo com o problema e conforme as mudanças no mercado e que todos devem verificar se estão realmente a resolver o problema da forma correta.</i>	


5.6.4 WORKSHOP 2: PROTOTIPAGEM

Objetivo/ Meta: Aprender o método de prototipagem, por exemplo, passar do pensamento à execução.	
Resultados desejados: Criação de um Protótipo da solução	
Tempo: 20 a 30 minutos	<p>Construir um protótipo é uma forma rápida de construir uma maquete física da sua ideia. Existem diferentes tipos de protótipos e podem ser construídos com recurso a diferentes materiais.</p> <p>Os protótipos permitem dar uma visão diferente da sua ideia. Construí-la permitirá olhar para o seu produto/serviço de outros ângulos, clarificar alguns desafios, acrescentar ou retirar alguns detalhes e perguntar aos seus clientes o que pensam sobre a solução.</p> <p>Prototipação é expressar ideias através do fazer.</p>
<p>Materiais: Apresentação em PowerPoint, Ficha de Processo, Papel reciclado, papelão, Lego, outros materiais</p> <p>Se online: link para a plataforma de comunicação</p>	<p>Atividades: Explique aos/às participantes o que é um protótipo e mostre algumas fotografias e vídeos de como fazer um protótipo.</p> <p>Exemplo de vídeo: https://www.youtube.com/watch?v=k_9Q-KDSb9o Exemplo de vídeo: https://www.youtube.com/watch?v=KjYVnBNNDrl Exemplo de vídeo: https://www.youtube.com/watch?v=y20E3qBmHpg</p> <p>Peça aos/às participantes que construam um protótipo da sua ideia (produto ou serviço) a partir de material simples. Se for um serviço, podem construir ou desenhar o ambiente ou cenários onde e como o serviço é entregue, por exemplo, um lugar, uma loja onde eles queiram oferecê-lo. Devem ser tão imaginativos quanto possível, usar imagens e trabalhar com as mãos. Ao construir um produto, têm de construir ou desenhar aspetos detalhados que permitam ilustrar as funcionalidades do produto (por exemplo, botões, luzes, interruptores, etc.)</p> <p>Depois de construir um protótipo, os participantes devem ser capazes de explicar as funcionalidades do produto ou serviço e como funciona, bem como todos os benefícios e vantagens que proporciona aos potenciais usuários.</p>
<p><i>Dicas e truques</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Esta atividade irá criar um ambiente animado e criativo na sala que poderá energizar e inspirar os/as participantes a continuar o seu trabalho. • Pode tornar este workshop verde realizando-o no exterior, usando materiais naturais ou reciclados. 	

5.6.5 WORKSHOP 2A: PROPOSTA DE VALOR

<p>Objetivo/ Meta: Aprender o que é a proposta de valor e a definir o valor e a singularidade da sua oferta.</p>	
<p>Resultados desejados: Criação de Demonstração de uma Proposta de Valor</p>	
<p>Tempo: 15 a 20 minutos</p>	<p>Atividades: Comece por desafiar todos a apresentar a sua ideia em 30 segundos, respondendo a estas perguntas: Qual é a sua ideia? Porque devo escolher o seu produto/serviço e o de mais ninguém? Este foi o primeiro passo para criar as suas declarações de proposta de valor!</p> <p>Explique que a proposta de valor é uma explicação curta e clara de como o seu produto/serviço resolve os problemas dos/as clientes e porque o devem escolher em detrimento de qualquer outro. Deve ser curta, simples, memorável e dizer-nos o quê, como e porquê. A sua explicação mostra em que é que o seu produto/serviço é diferente? Deixa clara a razão para escolher o seu produto/serviço? Mostra o valor acrescentado que aporta ao seu cliente? A proposta de valor deve explicar como o seu produto/serviço resolve os problemas ou melhora a situação dos seus clientes. Deve explicar os benefícios específicos. Deve deixar claro porque é que o seu cliente lhe deve comprar a si e não a qualquer outra pessoa.</p> <p>Não é um slogan ou uma frase de conquista. É uma afirmação clara e memorável, facilmente compreendida pelos seus clientes.</p> <p>Os/as participantes têm a tarefa de criar a sua proposta de valor e testá-la, apresentando-a às pessoas do evento/ sua comunidade. Moderem-na de acordo com o seu feedback!</p>
<p>Materiais: Apresentação Powerpoint, Folha de processo</p> <p>Se online: link para a plataforma de comunicação</p>	

5.6.6 WORKSHOP 2B: SEGMENTAÇÃO DO CLIENTE/ PERSONA

Objetivo: criar uma persona do cliente e aprender a colocar o foco no cliente ideal.	
Resultados desejados: Conceber a persona do cliente para a sua solução	
Tempo	<p>Conhecer o seu cliente ajudará a criar valor, a promovê-lo e a fazer funcionar o seu modelo de negócio.</p> <p>Atividades: Peça às equipas para descreverem os seus clientes. Peça-lhes que sejam tão específicos quanto possível.</p>
<p>Materiais: Apresentação em Powerpoint, Folha de Persona personalizada, Folha de Processo</p> <p>Se online: link para a plataforma de comunicação</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;"> <p>Estilo de vida, hobbies, o que fazem nos tempos livres, para onde vão, o que compram e onde compram, que produtos/marcas compram.</p> </div> <div style="width: 30%; text-align: center;">  </div> <div style="width: 30%;"> <p>Idade, ocupação, estado civil, habilitações, onde vivem.</p> <p>Crenças, valores, desejos, o que querem alcançar, medos...</p> </div> </div> <p>Os/as participantes têm a tarefa de preencher uma ficha da persona e descrever o seu cliente em detalhe. É homem ou mulher? O que é que tem vestido? De que cor é o seu cabelo? É alto/a ou baixo/a? Traz alguma coisa nas mãos? Qual é o nome do seu cliente - escreva-o no papel! Listar - nome, idade, profissão, estado civil, educação, onde vive. Listar - Estilo de vida, hobbies, o que fazem nos tempos livres e para onde vão, onde e o que compram, que produtos/marcas compram. Listar- crenças, valores, desejos (o que querem alcançar), medos.</p>
<p><i>Tips & Tricks</i> <i>There can be more than one customer segment and each customer segment has their perfect customer persona.</i></p>	

5.6.7 WORKSHOP 3: MODELOS DE NEGÓCIOS E FINANÇAS

<p>Objetivo/ Meta: Aprender o que é um modelo de negócio. Aprender como fazer um orçamento para a sua ideia empreendedora usando uma simples folha de cálculo com uma lista de todos os custos e receitas.</p>								
<p>Resultados desejados: Criar um modelo de negócio sustentável para a solução</p>								
<p>Tempo: 20 a 30 minutos</p>	<p>Um modelo de negócio é um plano que descreve como a empresa planeia ganhar dinheiro. Explica o que vende, como vende, a quem vende e quanto custa produzi-lo.</p>							
<p>Materiais: Modelo de Folha Financeira, Apresentação Powerpoint, Folha de processo</p> <p>Se online: link para a plataforma de comunicação</p>	<p>Dê aos/às participantes alguns exemplos de vários tipos de modelos de negócio: a Netflix ganha dinheiro através de um modelo de negócio por assinatura, a Apple ganha dinheiro através da produção e venda de produtos tecnológicos, uma Rent a Car ganha dinheiro alugando carros, um clube de futebol ganha dinheiro através da venda jogadores, de direitos de TV, da venda bilhetes para jogos, vendendo merchandise, participando da liga nacional e internacional... Pode apresentar mais do que um modelo de negócio.</p> <p>Atividades:</p> <p>Preencha a folha financeira em conjunto com os/as participantes no exemplo do Plano de Negócios da Cake Shop.</p> <p>A Cake Shop ganha dinheiro para cobrir os seus custos através da venda de bolos.</p> <table border="1" data-bbox="472 1317 1433 1935"> <tr> <td> <p>Em que é que se está a gastar dinheiro? Crie uma lista de itens e custos para a sua ideia de negócio.</p> </td> <td> <p>EUR</p> </td> <td> <p>Como é que está a ganhar dinheiro para cobrir os custos? Explique o seu modelo de negócio.</p> </td> </tr> <tr> <td> <p>Materiais para a confeção de bolos (farinha, açúcar, ovos, chocolate...) Contas de serviços públicos essenciais (eletricidade, gás...) Salários, Embalagem, Aluguer da loja ...</p> </td> <td></td> <td> <p>Venda dos bolos na loja Venda online Organização de eventos de degustação de bolos ...</p> </td> </tr> </table>		<p>Em que é que se está a gastar dinheiro? Crie uma lista de itens e custos para a sua ideia de negócio.</p>	<p>EUR</p>	<p>Como é que está a ganhar dinheiro para cobrir os custos? Explique o seu modelo de negócio.</p>	<p>Materiais para a confeção de bolos (farinha, açúcar, ovos, chocolate...) Contas de serviços públicos essenciais (eletricidade, gás...) Salários, Embalagem, Aluguer da loja ...</p>		<p>Venda dos bolos na loja Venda online Organização de eventos de degustação de bolos ...</p>
<p>Em que é que se está a gastar dinheiro? Crie uma lista de itens e custos para a sua ideia de negócio.</p>	<p>EUR</p>	<p>Como é que está a ganhar dinheiro para cobrir os custos? Explique o seu modelo de negócio.</p>						
<p>Materiais para a confeção de bolos (farinha, açúcar, ovos, chocolate...) Contas de serviços públicos essenciais (eletricidade, gás...) Salários, Embalagem, Aluguer da loja ...</p>		<p>Venda dos bolos na loja Venda online Organização de eventos de degustação de bolos ...</p>						

Peça aos participantes que preencham a folha, listem todos os seus custos e façam a explicação do seu modelo de negócio.
Peça aos/às participantes que pensem sobre o preço dos seus produtos ou serviços e anote-os também.

Em que é que está a gastar o dinheiro? Crie uma lista de itens e custos para a sua ideia de negócio.	EUR	Como está a ganhar dinheiro para cobrir os custos? Explique o seu modelo de negócio.

5.6.8 WORKSHOP 4: PITCH

Objetivo/ Meta: Aprender a fazer um pitch da sua ideia e apresentar com confiança.	
Resultados desejados: Criação de uma apresentação pitch	
Tempo: 20 minutos	<p>Um pitch é uma apresentação breve e clara com toda a informação-chave sobre um negócio ou ideia. É uma forma de descrever a sua ideia/empresa a outras pessoas. Existem vários tipos de apresentações de pitch e todas têm uma estrutura clara.</p> <p>Tanto o conteúdo quanto a forma como você apresenta são importantes.</p> <ul style="list-style-type: none">• A sua audiência é importante• A forma como apresenta é importante• A comunicação não-verbal é importante• A prática é tudo• Teste o seu pitch!
<p>Materiais: Apresentação em PowerPoint, Ficha de Processo</p> <p>Se online: link para a plataforma de comunicação</p>	<p>Atividades:</p> <p>Mostre aos participantes um vídeo de uma apresentação de negócios: Exemplo de vídeo: https://www.youtube.com/watch?v=bNhF4JKGk7A&t=1s</p> <p>Peça-lhes para partilharem os seus pensamentos. Explique o que é um pitch e a sua importância.</p> <p>Apresente aos/às participantes o conteúdo e a estrutura de uma apresentação de três minutos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Enquadramento - Apresente-se a si e à sua equipa• Problema que se propõe resolver (fatos e números)• Solução - Qual?• Como? - Como é que a solução funciona? Explique!• Em que é que é diferente? Que valor aporta ao seu cliente?• O futuro - Resultado e Impacto: Quantas pessoas vai influenciar; o que vai mudar na sua comunidade?• A pergunta - Quanto dinheiro precisa e para quê?• Porquê nós? Porque é que seremos bem-sucedidos? Porquê a nossa equipa? Paixão por detrás. <p>Os/as participantes têm a tarefa de criar uma apresentação de 3 minutos, da sua ideia.</p>
<p><i>Dicas e truques</i></p> <ul style="list-style-type: none">• <i>A estrutura de pitch é uma orientação. Não é uma regra.</i>	

5.6.9 WORKSHOP 5: OS PRÓXIMOS PASSOS - FONTES DE FINANCIAMENTO

<p>Finalidade/ Meta: Aprender a estabelecer metas SMART para o seu projeto. Aumentar o conhecimento em relação às diferentes fontes de financiamento de negócios/ projetos disponíveis.</p>	
<p>Resultados desejados: Criar objetivos SMART e transformar a sua ideia numa oportunidade</p>	
<p>Tempo: 60 minutos</p>	<p>Atividades: Peça aos/às participantes para definirem a grande meta para o seu projeto/empresa: Qual é a sua visão de mudança na sua comunidade? Quantas pessoas vai influenciar? Como vai lá chegar? Quais são os próximos passos?</p>
<p>Material:</p>	<p>Apresente o método de criação de objectivos SMART [specific, measurable, achievable, relevant, time-bound]: específicos, mesuráveis, atingíveis, relevantes, definidos no tempo.</p> <p>As equipas têm a tarefa de criar e definir objetivos SMART para os próximos 3 meses, respondendo às seguintes perguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • O que queremos alcançar? Seja específico! • Porque é que o queremos realizar? • Como vamos medir o progresso? Como saberemos se o objetivo foi alcançado? • Quais os passos que devemos dar para alcançar nosso objetivo? (Pondere: vale a pena dar este passo? Será que nos levará mais perto da meta final? Temos os recursos necessários para dar o passo?) • Quanto tempo vamos demorar a atingir o objetivo? • Quando é que vamos trabalhar nisto? <p>Depois de estabelecer os objetivos SMART e planear os 3 meses seguintes, os/as participantes estão prontos para fazer a apresentação às potenciais fontes de financiamento disponíveis na sua comunidade local. Isto motivará os/as participantes a continuar a trabalhar nos seus projetos e a transformá-los em realidade.</p> <p>Visão geral das fontes de financiamento disponíveis: Fazer da sua ideia uma realidade é um processo difícil e de longo prazo. Ter ajuda ao longo do percurso sob a forma de financiamento ou outros recursos vai ajudar no processo. Aqui está uma visão geral de diferentes fontes de financiamento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bootstrapping - desenvolver a sua ideia com pouco ou nenhum financiamento (fazer com que o seu modelo de negócio funcione desde o início do processo) • Investimentos e Patrocínios - High Net Individual, Angel Investor (Filantropia), Corporate CSR • <i>Crowdfunding</i> - Vários financiadores investem no seu projecto através de uma plataforma de <i>crowdfunding</i> [angariação de fundos]. • Doações - Organização de um evento ou campanha de angariação de fundo
<p><i>Tips & Tricks</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Use a simple example explaining how to set SMART Goals, e.g. engage participants in discussion and reflection and help them become more creative and visionary. 	

5.7 PERGUNTAS DE AVALIAÇÃO

Também no desafio de empreendedorismo, é crucial fazer uma avaliação adequada no final do workshop, identificar as lições aprendidas e considera-las nos processos de seguimento. As seguintes perguntas são exemplos e podem ser adaptadas por cada formador/a de acordo com a situação de cada workshop, grupo de participantes e experiência dos dias do workshop.

Para jovens participantes:

- O que aprendeu nestes dois dias de workshop?
- Está convicto de que as suas ideias representam soluções profundas para combater os desafios relacionados com o clima?
- Sente que as suas opiniões e ideias estão devidamente representadas na solução criada?
- Incentivaria outros/as a participar num Hackathon?
- Acha que o Hackathon é útil para gerar soluções para aumentar a consciencialização geral para os problemas climáticos e para os desafios ambientais locais?
- Sente-se empoderado/a para usar a solução criada, como forma de transmitir a sua opinião em modelos de negócio e fazer-se ouvir com soluções de empreendedoras?
- Que recomendações faria? Gostaria de partilhar a sua história?

Para formadores/as:

- Considera que atingiu os objetivos do workshop?
- O que gostaria de partilhar com outros/as formadores/as ou técnicos/as de juventude que liderem workshops deste tipo?
- Sente-se motivado/a para realizar mais Hackathons?
- Sente-se motivado/a acompanhar os/as jovens participantes na futura implementação das suas soluções de empreendedorismo?

5.8 RECURSOS

Breve Workshop de Mentoria

Objetivo: Preparar mentores e dar-lhes conselhos para o trabalho com os jovens	
Resultados desejados: Compreender o conceito e o valor da mentoria	
Tempo: 30 minutos	Atividades:
Materiais: Apresentação em PowerPoint	Convidar um grupo de mentores/as para um workshop e dar-lhes informação sucinta e orientação em relação às suas obrigações e à metodologia que irão aplicar no seu trabalho enquanto mentores/a.
Se online: link para a plataforma de comunicação	Apresentar a estrutura do evento, a faixa etária dos/as jovens a orientar e expor o problema que o grupo irá resolver. Use a apresentação de PowerPoint para explicar alguns dos principais pontos do que significa ser um/a bom/a mentor/a. Comece por fazer perguntas sobre o que significa ser-se mentor: Quais as principais qualidades de um/a bom/a mentor/a; Qual a diferença entre liderar um workshop e fazer uma sessão de mentoria.

	<p>Pratilhe dicas e linhas orientadoras:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Os indivíduos e equipas têm competências / níveis de experiência variáveis. <ul style="list-style-type: none"> • Seja desafiador/a / robusto/a, mas nunca destrutivo/a; • Seja otimista; 2. Fale menos, faça muitas perguntas, e ouça mais <ul style="list-style-type: none"> • Oriente, não controle...deixe-os decidir o que fazer. • Inspirar e estimular a criatividade quando necessário • Ajude-os a separar claramente a opinião dos factos 3. Menos é mais. Não tente ser tudo para cada equipa. <ul style="list-style-type: none"> • Dê-lhes espaço e deixe-os ser eles a pedir a sua ajuda. • Não conduza a equipa até que tenha mesmo de o fazer • Foque-se em perguntas abertas e na reflexão 4. Seja um "lembrete andante" e mantenha as equipas no caminho certo. <ul style="list-style-type: none"> • Se estiverem "encalhados", ajude-os a seguir em direção aos clientes. • Lembre-os que o tempo é o único recurso que eles possuem <p>Pergunte aos/às participantes se têm alguma pergunta adicional ou experiência que queiram partilhar.</p> <p>Explique como a mentoria vai funcionar (online - salas de breakout / videochamada / canal de comunicação / ferramentas que irá usar como padlet / folha de mentoria...) e qual a agenda do evento. Explique a folha de mentoria e como gerir o seu trabalho.</p>
<p><i>Dicas e truques</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Organizar um breve workshop de mentores/as antes do início do evento ou alguns dias antes.</i> • <i>Cada mentor/a terá cerca de 20 a 30 minutos com a sua equipa. Cada mentor/a deverá acompanhar até 3 equipas. Recomende ao mentor/a que dedique um máximo de 3 horas de trabalho durante 2,5 dias.</i> • <i>Fazer um debrief breve com mentores/as a seguir às sessões de mentoria pode ser uma boa oportunidade para obter mais informação em tempo real sobre o trabalho em equipa.</i> • <i>Mentores/as e equipas têm a flexibilidade de se reunir fora das sessões obrigatórias de acompanhamento se houver necessidade e ambas as partes assim concordarem.</i> 	

Exemplo de folha de mentoria

Nome da equipa			
Nome do/a Mentor/a			
DATA			
TEMPO (minutos)			
A EQUIPA está motivada e empenhada em resolver o problema			
A equipa é produtiva e organizada			
A equipa está a trabalhar bem com o/a mentor/a, faz escuta ativa e está aberta a sugestões e conselhos			
A equipa está a acompanhar o trabalho e compreende as tarefas			
Outros comentários			
A equipa compreende o problema e consegue defini-lo			
A solução/soluções é inovadora e tem potencial para resolver o problema			
A equipa tem uma visão clara da solução e de como funciona			
A equipa tem uma visão clara do modelo sustentável por detrás da ideia			
O que foi feito desde a última reunião?			
Qual é o plano para chegar ao próximo ponto-chave?			
O que é que a equipa precisa para chegar ao próximo ponto?			

Exemplo de folha de processo

Descreva o problema que se propõe resolver. Qual é a necessidade para esta solução?	Qual é a sua Ideia/ Solução?	Como funciona a solução?	Quem são os seus clientes e como pensa contactá-los?	Quem são os seus potenciais Parceiros?
Qual é o modelo de negócio? De que forma vai tornar a sua solução sustentável?	Valor acrescentado e impacto criado	Quanto dinheiro é necessário para a implementação?	Guião para o pitch da apresentação/defesa da ideia	



**Co-funded by
the European Union**