

#3

Coordenadas

edição nº3 / julho 2017 / trimestral

Explorar a *cidadania*

Cidadania global é estar desperto e ativar-se para a transformação social, acrescentando valor à sua comunidade.

Significa criar pontes entre o local e o global, descobrindo na cidade o que nos liga ao mundo.

É neste olhar sobre o mundo que nos rodeia e sobre a necessidade de estabelecer diálogos entre o local e o global que iremos organizar a formação “Lisboa no Mundo e o Mundo em Lisboa”. Uma formação que será uma mais-valia para todos os envolvidos pela inovação, temas e resultados que iremos atingir. A formação está organizada em 3 módulos complementares: Competências pessoais e sociais (21-22 setembro); Competências de Educação para a Cidadania Global (28 e 29 de Setembro); Competências profissionais (12 e 13 de Outubro). Módulos com momentos presenciais e online que irão decerto enriquecer processos de aprendizagem ao longo da vida e dotar os participantes de ferramentas necessárias para valorizar a sua formação pessoal, mas sobretudo para despertar a reflexão crítica dos processos de interligações locais nos temas que marcam as nossas sociedades. Através deste entendi-

mento conseguirão explorar o mundo, a sua cidade e a sua vida com um olhar mais sustentável e sustentado. Após as sessões de formação, os participantes e as organizações que representam serão convidados a participar no processo de criação de um “Mercado de Rotas”, ou seja, um conjunto de rotas turísticas pedagógicas, que aliam a cidade de Lisboa ao temas locais, permitindo colocar em prática os conhecimentos e competências desenvolvidos durante a formação.

Já imaginou o potencial de criar uma rota turística na sua cidade?



Saiba mais: www.coordenadas.pt/2017/05/12/o-coordenadas-traz-vos-uma-oportunidade-imperdivel/

Editorial

Ao fim de 10 meses de Coordenadas, qual é o ponto de situação? Três organizações diferentes numa equipa unida e única com uma mensagem inovadora e coerente em prol da cidadania global.

A Revista Coordenadas nº 3 apresenta-vos mais uma etapa percorrida e quais os nossos planos para os próximos 3 meses, agora que nos aproximamos do meio do percurso, com o final do 1º ano do projeto ao virar da esquina.

Venham connosco neste caminho!

Boas práticas Metodológicas

Coordenadas ECG pretende ser também um projecto experimental ao nível das abordagens metodológicas, ferramentas de gestão e processos de avaliação. Desta forma, a recolha de Boas Práticas assumiu-se como uma actividade estrutural do projecto.

Analisámos metodologias diversas, inovadoras e com potencial de serem cada vez mais replicadas de forma a garantir uma nova abordagem à implementação de atividades e/ou projetos de ECG.

Partilhamos convosco, nesta edição, um resumo de alguns dos resultados. O documento completo pode ser consultado em > <https://goo.gl/Q2LnLw>

#1 "Integração dos temas do Desenvolvimento Global nos ambientes de vida diários, como: Centros Comerciais, ginásios, bares, discotecas, restaurantes, aeroportos, meios de transporte..."

Projecto	Aprendizagem Casual
Objectivo	Obter a atenção do grupo-alvo e motivá-los para obter mais informações por si mesmos.
Abordagem	Utiliza a experiência do marketing e publicidade mas adapta-as à educação sobre os temas do Desenvolvimento. A Aprendizagem Casual leva a informação aos grupos-alvo em vez de forçar os grupos a chegarem à informação por si mesmos
Pontos Positivos	Baixo Custo; Atração de novos públicos; Novos espaços de intervenção; Novas parcerias
É uma Boa Prática porque...	Esta prática foi já testada em Portugal pelo IMVF e as reações junto do público-alvo e dos parceiros foram muito positivas. Já foi replicada por outras ONGD, e organismo privados. Consideramos que o seu potencial de crescimento permite a apropriação da temática do desenvolvimento pelos cidadãos e que pode contribuir para a sensibilização sobre as principais temáticas da ECG.

#2 "Integração dos temas do Desenvolvimento Global nos ambientes de vida diários, como: Centros Comerciais, ginásios, bares, discotecas, restaurantes, aeroportos, meios de transporte..."

Metodologia	Campanha de advocacia Social
Objectivo	Influenciar instituições e sistemas políticos, económicos e sociais no sentido de adotarem decisões que defendam os interesses de grupos mais vulneráveis.
Abordagem	Campanhas de sensibilização que idealmente se devem basear em esperanças e sonhos, mais do que em medos e problemas. Se queremos que as pessoas se envolvam, devemos inspirá-las e gerar entusiasmo em relação à campanha. Deverá de ser uma mensagem positiva, com respeito pelo valor da dignidade humana e coerente com os objetivos da temática que promove.
Pontos Positivos	Empatia com os cidadãos; Assentes em boas Parcerias; Facilidade em Disseminação; Foco da análise
É uma Boa Prática porque...	Os bons exemplos de campanhas já realizadas e o seu impacto junto dos cidadãos. OS Objetivos de Desenvolvimento do Milénio são o exemplo de uma campanha mundial, em que organismos e entidades públicos, privados e cidadãos se uniram na promoção de 8 objetivos que permitiram alcançar resultados positivos na área do combate à pobreza, acesso à água, saúde, ambiente ...

#3 "Em Cidadania Global quando apresentamos uma temática é impossível não estabelecer ligações para outras temáticas. Quando falamos de igualdade de género, não podemos deixar de abordar Direitos Humanos, e por vezes ligar a situações de vulnerabilidade como a pobreza e o acesso à saúde"

Metodologia	Infografias
Objectivo	Explicar conceitos de forma mais simples, mas não simplificada.
Abordagem	Representação gráfica de interligações e interdependências de temas da Educação para o Desenvolvimento Global-
Pontos Positivos	Descomplexificar : As infografias permitem apresentar informação em grandes quantidades de forma simplificada; Disseminação: As infografias são atrativas e são facilmente dissemináveis em plataformas Digitais;
É uma Boa Prática porque...	São dinâmicas. Quase todos os campos educativos podem ser abrangidos pelas infografias, de forma coerente e interessante. As ONGD e outras OSC têm utilizado cada vez mais esta ferramenta para passar as suas mensagens e devem continuar a investir neste tipo de comunicação

#4 "O processo de Storytelling pode ser resumido em sete etapas: ouvir, aprender, descobrir, explorar, criar, comunicar e encantar"

Metodologia	Storytelling
Objectivo	Criar impactos através da capacidade de contar histórias relevantes.
Abordagem	Identificar o objetivo: deixar bem claro quem é a audiência, qual é o propósito e qual é a mensagem; Incluir informação relevante: descrever circunstâncias, curiosidades, personagens, problemas a resolver; Despertar o lado emocional da audiência: as histórias são uma ótima forma de criar uma ligação emocional
Pontos Positivos	Dar voz aos beneficiários; Transparência e confiança; Disseminação; Sensibilização
É uma Boa Prática porque...	A utilização contínua de bons exemplos e maus exemplos de Storytelling; a falta de informação clara sobre o que de facto se deve comunicar e como se deve comunicar.

#5 "A Orquestra Geração é um projeto de inclusão social que aposta na aprendizagem da música a jovens e comunidades desfavorecidas que nunca tiveram contacto com a prática orquestral, reforçando as suas competências individuais, sociais e escolares. Mais do que música, tocam VIDAS!"

Metodologia	Arte para o Desenvolvimento
Objectivo	Utilização das várias expressões artísticas para dar visibilidade e trabalhar sobre os temas da educação para o desenvolvimento As artes como veículos importantes de inclusão e de inovação social.
Abordagem	Pode ter as mais variadas abordagens: Instalações artísticas ("Transforming Arms into tools"; A título de exemplo refira-se o projeto Museu Mundial que dinamizou os objetivos de desenvolvimento em Museus; actuações ao vivo (Orquestra Geração; Campanha do dia Universal da criança que visa sensibilizar para o facto de que de 3 em 3 minutos morre uma criança - https://www.youtube.com/watch?v=Dl4lHdtuizw)
Pontos Positivos	Estimulam a intervenção pública, o pensamento crítico e a cooperação; Permite associar a criatividade a inovação a temáticas apresentadas de forma tradicional e em locais formais de educação; Multidisciplinariedade; Desenvolvimento de atividades que recriem vivências emocionais; Utilização de metodologias ativas e participativas; Parcerias.
É uma Boa Prática porque...	Pelo carácter inovador que este tipo de intervenção pode trazer as práticas das ONGD e OSC.

Caminho percorrido

Os últimos três meses foram dedicados à preparação da nossa formação (<https://goo.gl/RLTQky>).

Convidámos os formadores e as formadoras que irão assegurar os diferentes momentos presenciais, criámos a nossa imagem e definimos o título – "Lisboa no Mundo e o Mundo em Lisboa".

E depois passámos para a divulgação pelos vários cantos de Lisboa, convidando técnicos de organizações da sociedade civil, representantes de autarquias e ainda agências de turismo.

Infelizmente, nestas primeiras datas não foi possível conciliar as disponibilidades de todas. Mas não desistimos! Definimos novas datas e continuamos os esforços por garantir que todos os interessados fazem parte deste processo inovador de Educação para a Cidadania Global.

Continuem a acompanhar-nos neste caminho!

Caminho a percorrer

Junho /Julho /Agosto:
Contactos estratégicos de divulgação da formação

Julho /Agosto:
Fechar escolha avaliador externo
Preparação dos momentos online da formação
Fechar materiais necessários para a formação

Agosto:
Preparar relatório do 1º ano do projeto

#3



ilustrações > Hugo Henriques

Pode copiar, fazer download ou imprimir o conteúdo desta revista [utilize papel reciclado ou certificado]. Pode incluir trechos desta publicação nos seus documentos, apresentações, blogues e websites desde que mencione a fonte.

Porque sabemos que a igualdade de género é um Direito Humano e respeitamos e promovemos a sua concretização, onde se lê "o" deve ler-se também "a" sempre que aplicável, de forma a garantir o respeito pela igualdade de género também na escrita.

Financiador:



Parceiros:

