



COMUNICA
COM ENERGIA

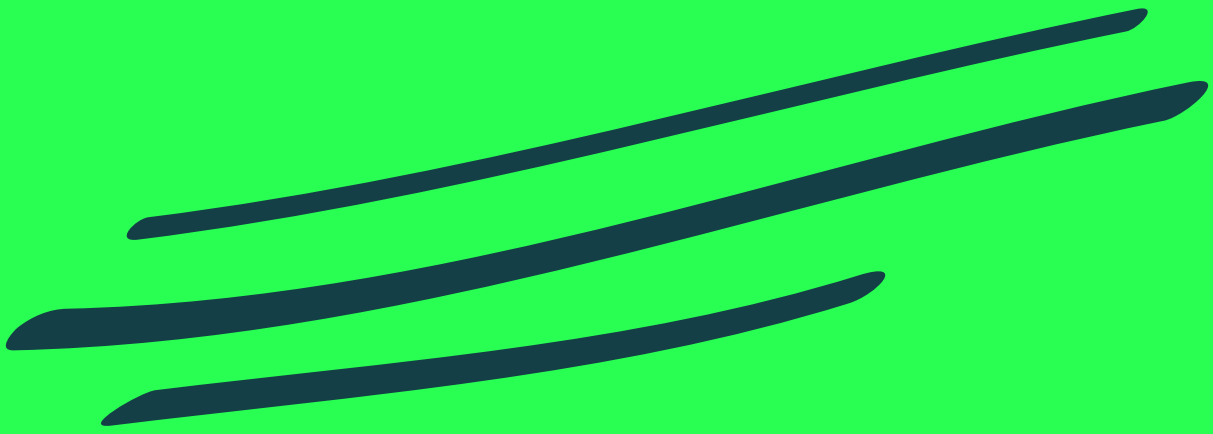
PELA CIDADANIA
AMBIENTAL



Em colaboração com:

U. PORTO
FLUP FACULDADE DE LETRAS
UNIVERSIDADE DO PORTO

**CADERNO DE
ATIVIDADES**
ORIENTAÇÕES E FICHAS DE TRABALHO



CADERNO DE ATIVIDADES

COMUNICA COM ENERGIA
PELA CIDADANIA AMBIENTAL

ATIVIDADE 1

Desenha uma casa



Instruções para o quebra-gelo

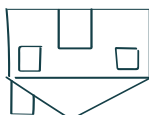
Peça aos alunos para desenharem de acordo com as instruções abaixo e **não refira** que se trata do desenho de uma casa.

O objetivo é que os alunos escutem as instruções e as interpretem individualmente sem conhecerem o objetivo final.

1. Desenhe um retângulo
2. Por cima desse retângulo, desenhe um triângulo
3. Junto ao lado esquerdo do retângulo desenhe um quadrado
4. Desenhe um segundo quadrado igual ao primeiro
5. Coloque um segundo retângulo em cima do primeiro
6. Entre os dois quadrados desenhe um terceiro retângulo.

No final peça aos alunos para mostrarem os seus desenhos.

Solução



Para ver e ouvir na totalidade:

[vídeo](#)

Excerto do discurso de Leonardo DiCaprio na ONU na Cúpula do Clima de 25-09-2014

Obrigado, Sr. Secretário-Geral, Vossas Excelências, senhoras e senhores e distintos convidados. Sinto-me honrado por estar aqui hoje.

Apresento-me perante vós não como um especialista, mas como um cidadão preocupado, uma das 400 mil pessoas que marcharam pelas ruas de Nova Iorque no domingo passado e de milhares de milhões de outras por todo o mundo que querem resolver a nossa crise climática.

Como ator, eu represento para viver. Interpreto personagens fictícias que resolvem problemas muitas vezes fictícios. Eu acredito que a Humanidade tem olhado para as mudanças climáticas da mesma forma: como se se tratasse de ficção, como se fingir que as alterações climáticas não são reais as fizesse, de alguma forma, desaparecer. Mas penso que agora todos sabemos que não é assim.

As secas estão a aumentar, os nossos oceanos a acidificar-se, com gases de metano a emergir das profundezas do mar. Estamos a assistir a eventos climáticos extremos, calotas de gelo do Oeste da Antártida e da Gronelândia a derreter a uma velocidade sem precedentes, antecipando-se em décadas às projeções científicas.

Meus amigos, talvez mais do que em qualquer outro encontro na História da Humanidade, enfrentamos agora esta tarefa difícil, mas alcançável. Vocês podem fazer História... ou ser vilipendiados por ela.

Este não é um debate partidário, é um debate humano. Ar limpo e um clima habitável são direitos humanos inalienáveis. E resolver esta crise não é uma questão política, é da nossa própria sobrevivência que se trata.

Este é o mais urgente dos momentos e esta é a mais urgente das mensagens.

Delegados de honra, líderes mundiais, eu represento para viver. Mas vocês não.

As pessoas fizeram ouvir as suas vozes no domingo, por todo o mundo, e o impulso não vai parar.

E agora é a vossa vez. O tempo de responder ao maior desafio da humanidade... é agora.

Pedimos-vos que o enfrentem com coragem. E honestidade. Obrigado.

ATIVIDADE 2

Organização de um discurso eficaz



FICHA DE EXERCÍCIOS

Ficha de interpretação do discurso

Este exercício está dividido em duas partes.

A primeira relaciona-se com o contexto de um discurso e a segunda foca-se na estrutura do discurso.

Lê previamente as questões a que terás de responder.

Escuta com atenção o texto que vai ser lido e **responde às perguntas**.

Boa sorte!

PARTE I - Contexto

1. Qual é o assunto do discurso?

2. Qual é o objetivo do discurso?

3. Quem é o público-alvo do discurso (a quem se destina)?

PARTE II - Estrutura

a) Introdução

1. Onde começa e onde acaba a introdução do discurso?

2. Qual(is) a(s) ideia(s)-chave aí apresentadas?

ATIVIDADE 2 (cont.)

Organização de um discurso eficaz



FICHA DE EXERCÍCIOS

b) Desenvolvimento

3. Onde começa e onde acaba o desenvolvimento do discurso?

4. Qual(is) a(s) ideia(s)-chave aí apresentadas?

c) Conclusão

5. Onde começa e onde acaba a conclusão do discurso?

6. Qual(is) a(s) ideia(s)-chave aí apresentadas?

FICHA DE EXERCÍCIOS

Ficha de interpretação do discurso

PARTE I - Contexto

1. Qual é o assunto do discurso?

O discurso tem como temática a crise climática, provocada essencialmente por eventos climáticos extremos, e o modo como isso pode implicar a sobrevivência da espécie humana.

2. Qual é o objetivo do discurso?

Sensibilizar, consensualizar e apelar à ação dos participantes na conferência para encontrarem soluções, nomeadamente políticas, que respondam à crise climática com que a humanidade se depara, e a qual poderá ter consequências desastrosas na vida do ser humano.

3. Quem é o público-alvo do discurso (a quem se destina)?

O discurso é dirigido aos representantes da ONU e convidados.

PARTE II - Estrutura

a) Introdução

1. Onde começa e onde acaba a introdução do discurso?

“Obrigado, Sr. Secretário-Geral”; “resolver a nossa crise climática”.

2. Qual(is) a(s) ideia(s)-chave aí apresentadas?

O orador apresenta-se como um elemento da sociedade, preocupado e refere não ser um especialista na matéria. Evidencia a crescente preocupação mundial para a necessidade de resolver a questão da crise climática.

FICHA DE EXERCÍCIOS

b) Desenvolvimento

3. Onde começa e onde acaba o desenvolvimento do discurso?

“Como ator, eu represento para viver”; “é da nossa própria sobrevivência que se trata”.

4. Qual(is) a(s) ideia(s)-chave aí apresentadas?

O orador começa por referir que, apesar de existir consciência sobre o assunto, grande parte da Humanidade vê as alterações climáticas como sendo ficção e não realidade.

Este apresenta um conjunto de eventos reais, conseqüentes das alterações climáticas, que antecipam as previsões científicas.

Por fim, reconhece que travar as alterações climáticas é uma tarefa muito difícil, exigindo por isso o envolvimento de todos.

c) Conclusão

5. Onde começa e onde acaba a conclusão do discurso?

“Este é o mais urgente dos momentos”; “E honestidade. Obrigado.”

6. Qual(is) a(s) ideia(s)-chave aí apresentadas?

O orador pretende mostrar que é urgente agir para encarar este desafio mundial e nesse sentido, apela à ação dos membros da ONU e convidados.

Guião de preparação de um discurso

Neste exercício deves incluir as ideias essenciais que queres salientar num discurso.

Opta por palavras ou ideias-chave: um dado estatístico relevante, um termo técnico, o nome de um conceito ou uma expressão de que não te podes mesmo esquecer.

Para a resolução do exercício, define o assunto sobre o qual vais falar.
Podes seguir o guião abaixo e fazer uma apresentação sobre ti.

Se preferires, podes escolher outros assuntos, tais como:

- tema de conversa recente com amigos
- algum artigo/notícia que leste
- a tua experiência numa determinada área; algum *hobby* que queiras partilhar
- sugestão de melhoria de alguma coisa.

O discurso deve durar ser cerca de um minuto.

Guião – Apresentação individual

Regista estas informações ou, caso escolhas outro tema, elabora uma lista semelhante com os tópicos principais do teu tema.

1. Nome

2. Idade

3. Onde moras

4. Hobbies/passatempos

5. Constituição da família

6. Animais de estimação

7. Descrição do dia a dia

Manhã

Tarde

Noite

8. Disciplinas favoritas

9. Ambições profissionais

10. Quem é o teu herói

11. Identifica cinco adjetivos que te caracterizem (por exemplo: simpático, curioso, distraído, etc.)

12. Que farias se ganhasses o Euromilhões

13. Onde gostavas de viver

Com base nestas informações, escreve o teu discurso organizando as ideias de acordo com as orientações seguintes.

ATIVIDADE 3 (cont.)



Guião de preparação de um discurso

PARTE I - Contexto

- Qual é o assunto do teu discurso?
- Qual é o objetivo do teu discurso?
- Quem é o teu público-alvo (a quem se destina o discurso)?
- Qual é a duração do discurso? (um discurso de um minuto terá cerca de 120 palavras)

PARTE II - Estrutura

a) Introdução

Serve para captar a atenção e suscitar curiosidade da audiência:

- pode ser uma frase interessante ou uma pergunta
- deve incluir a identificação do tema e do objetivo do discurso.

(abertura) _____
(tema) _____
(justificação) _____

b) Desenvolvimento

Serve para dar informações, apresentar pontos de vista e fundamentá-los.

- escolhe duas ou três ideias fundamentais, em função do tempo
- aqui deves explicar a tua introdução
- junta as ideias de forma lógica, para conduzir a audiência para a conclusão
- usa transições adequadas (“seguidamente”, “por outro lado”).

(ideia n.º1) _____
(ideia n.º2) _____
(ideia n.º3) _____

ATIVIDADE 3

(cont.)



Guião de preparação de um discurso

c) Conclusão

Serve para reforçar a ideia que queres transmitir:

- apela à ação, no caso de um discurso destinado a motivar ou influenciar o público
- faz um resumo de toda a apresentação, no caso de um discurso informativo.

(apelo à ação)

(resumo da apresentação)

ATIVIDADE 4 (cont.)

Conceitos de comunicação eficaz



Jogo de conceitos



Divide-se a turma em quatro a seis grupos, consoante o número de alunos (cerca de quatro a cinco alunos por grupo).

Há dois conjuntos de cartas: num dos conjuntos, estão os conceitos; no outro, estão as definições de cada conceito.

O exercício consiste em pedir aos alunos para fazerem a correspondência entre os dois conjuntos de cartas.

-  **Comunicação eficaz (A) - (4)** Quando o que dizemos ou escrevemos é entendido pelo recetor
-  **Comunicação verbal (B) - (1)** Toda a mensagem transmitida através de palavras (linguagem falada e escrita)
-  **Comunicação não verbal (C) - (6)** Ocorre por meio de gestos, códigos sonoros, sinais, expressões faciais ou corporais, imagens ou códigos
-  **Voz (D) - (8)** Componente essencial para a linguagem verbal (adequada, sonoridade, audível, respiração controlada, pausas)
-  **Âncoras (E) - (2)** Palavra ou imagem que ajuda a comunicação, fazendo-nos lembrar da mensagem/ideia que queremos transmitir
-  **Apresentação (F) - (7)** Como nos devemos apresentar e comportar perante o público, independentemente do conteúdo
-  **Canal de comunicação (G) - (5)** Meios utilizados para que exista comunicação entre emissor e recetor (ex: telefone, e-mail, sites, blogues, redes sociais, ...)
-  **Barreiras (H) - (9)** Obstáculos a uma comunicação eficaz
-  **Muletas verbais (I) - (3)** Uso frequente de uma palavra que serve de suporte ao orador na ligação de duas partes da frase, quando a sua construção não sai fluente (ex: aaah, pá, portanto, enfim, ...)
-  **Muletas não verbais (J) - (10)** Uso frequente/repetido de expressões corporais (ex: movimentos pendulares, mexer no cabelo, na roupa, em objetos, agarrar as mãos, acessórios: anéis, pulseiras, ausência de contacto visual...)



Comunicação eficaz

Comunicação verbal

(A)

(B)



Comunicação não verbal

Voz

(C)

(D)



Âncoras

Apresentação

(E)

(F)



Canal de comunicação

Barreiras

(G)

(H)



Muletas verbais

Muletas não verbais

(I)

(J)



Toda a mensagem transmitida através de palavras (linguagem falada e escrita)

(1)



Palavra ou imagem que ajuda a comunicação, fazendo-nos lembrar da mensagem/ideia que queremos transmitir

(2)



Uso frequente de uma palavra que serve de suporte ao orador na ligação de duas partes da frase, quando a sua construção não sai fluente (ex: aaah, pá, portanto, enfim, ...)

(3)



Quando o que dizemos ou escrevemos é entendido pelo recetor

(4)



Meios utilizados para que exista comunicação entre emissor e recetor (ex: telefone, e-mail, sites, blogues, redes sociais, ...)

(5)



Ocorre por meio de gestos, códigos sonoros, sinais, expressões faciais ou corporais, imagens ou códigos

(6)



Como nos devemos apresentar e comportar perante o público, independentemente do conteúdo

(7)



componente essencial para a linguagem verbal (adequada, sonoridade, audível, respiração controlada, pausas)

(8)



Obstáculos a uma comunicação eficaz

(9)



Uso frequente/repetido de expressões corporais (ex: movimentos pendulares, mexer no cabelo, na roupa, em objetos, agarrar as mãos, acessórios: anéis, pulseiras, ausência de contacto visual...)

(10)

Comunicação verbal e não verbal

Excerto 1

Discurso do Papa Francisco na conferência sobre “Mudanças climáticas e novas evidências da ciência, engenharia e política”

Ilustres Senhores e Senhoras!

Saúdo cordialmente cada um de vós hoje aqui presentes: o Presidente da Assembleia Geral das Nações Unidas e os Ministros das Finanças de diversas nações. Estou grato por terdes vindo ao Vaticano, para debater sobre um tema de grande importância para a Humanidade e para a criação inteira. No nosso tempo parece que os lucros e as perdas são mais considerados do que as vidas e as mortes, em que o património líquido de uma empresa tem precedência sobre o valor infinito da Humanidade.

As consequências da inação global são surpreendentes. Há cerca de duas semanas, alguns centros de pesquisa científica verificaram que a concentração de gás carbónico na atmosfera, entre as principais causas do aquecimento global relacionadas com atividades humanas, chegou a 415 partes por milhão, o nível mais elevado até agora. Observando o mundo, vemos vagas de calor, secas, incêndios florestais, inundações e outros eventos meteorológicos extremos, subida dos níveis do mar, emergência de doenças e de ulteriores problemas que são apenas duras advertências para algo muito pior que poderá estar a chegar, se não agirmos com urgência.

Sois os responsáveis das finanças dos vossos países, tendes os livros contábeis dos vossos respetivos governos. Contudo, em primeiro lugar devemos reconhecer o “livro de contabilidade” da própria vida, da dignidade humana, da sobrevivência, pois que vantagem tem o homem se ganhar o mundo inteiro e depois perder a própria vida? Sim, estamos diante de uma matéria de cálculo, o cálculo de salvar o nosso mundo da indiferença e da idolatria do dinheiro.

Comunicação verbal e não verbal

Excerto 2

Notícia de apresentação do Plano Estratégico da EDP

A EDP apresentou hoje a atualização do seu plano estratégico para o período 2021-2025, reforçando a sua posição de líder na transição energética com um plano de investimento sem precedentes: em quatro anos, serão investidos 24 mil milhões de euros na transição energética. Oitenta por cento deste valor será investido em energias renováveis, através de várias tecnologias eólica, solar, hidrogénio verde e armazenamento de energia, com o desenvolvimento de 4GW por ano e duplicando a capacidade solar e eólica da empresa até 2025.

Este novo plano vai abrir caminho para que a empresa se torne neutra em emissões de carbono até 2030.

“Este plano é um compromisso forte e ambicioso da EDP e inclui uma aceleração sem precedentes do nosso crescimento em renováveis, suportado pela nossa história de sucesso. O desafio inédito que as alterações climáticas nos impõem requer uma mudança de mentalidade e de ambição e, acima de tudo, uma ação mensurável. Não se trata apenas de levar energia às comunidades, mas sim de contribuir para que estas comunidades possam ter vidas mais sustentáveis”, destaca Miguel Stilwell d’Andrade, CEO da EDP.

Através de um crescimento acelerado e sustentável, a EDP continuará a diversificar o seu portefólio de ativos, ao mesmo tempo que assegura um perfil de baixo risco: a empresa pretende investir 24 mil milhões de euros até 2025: 80% em energias renováveis, 15% em redes e 5% em soluções para clientes e para gestão de energia.

Esta ambição suportará os compromissos de deixar de produzir a partir do carvão em 2025 e de ser totalmente verde em 2030, antecipando em 20 anos a meta de ser uma empresa sem impacto nas emissões de carbono.

O plano mantém o foco em investimentos que reforcem o cariz digital e inovador da EDP: serão investidos dois mil milhões de euros em inovação e na transformação digital até 2025, para fornecer novas soluções em hidrogénio, armazenamento de energia, redes inteligentes, comunidades de energia e mobilidade elétrica, e para reforçar a ligação de uma equipa já global, talentosa e flexível.

Comunicação verbal e não verbal

Excerto 3

Apresentação do programa do Governo – Assembleia da República – outubro de 2019

Senhoras e senhores deputados,

Nem sempre sabemos o que nos espera quando falamos de certos fenómenos. Mas sabemos bem o que nos espera quando falamos de alterações climáticas. Sabemos bem da necessidade de mudança de hábitos que, como cidadãos, temos de levar a cabo. E sabemos bem da necessidade de liderança política para atingirmos os nossos objetivos.

É de ambição que se trata quando se fala em reduzir em 55% as nossas emissões, até 2030, em ser neutro em carbono, em 2050, em acabar, durante esta legislatura, com a produção de eletricidade a partir do carvão.

Todos os setores terão de contribuir para a redução de emissões, mas é sobretudo nas áreas da produção de eletricidade e da mobilidade que maiores e mais rápidos avanços terão de ser realizados.

Para ser neutro em carbono, em 2050, o país terá de investir mais dois mil milhões de euros por ano do que num cenário corrente.

Portugal vai ser, para setores como o da construção, do uso dos plásticos, da limitação do descartável, um exemplo no mundo – e isso está no nosso programa.

Foi claro, em nossa opinião, o trabalho desenvolvido pelo Governo anterior em relação às redes que constroem o território. Esse trabalho irá intensificar-se, mas agora acompanhando a relevância que a promoção da biodiversidade e do capital natural terão na construção de um Portugal mais justo, mais coeso e mais sustentável.

Comunicação verbal e não verbal

Excerto 4

Discurso do secretário-geral da ONU, António Guterres, na abertura da Assembleia Geral da ONU em 2020 – setembro de 2020

Excelências,

Num mundo virado de cabeça para baixo, este *hall* da Assembleia Geral é uma das visões mais estranhas de todas.

A pandemia da COVID-19 mudou o nosso encontro anual, mas tornou-o mais importante do que nunca. Em janeiro, dirigi-me à Assembleia Geral e identifiquei “quatro cavaleiros do apocalipse” entre nós – quatro ameaças que colocariam em risco o nosso futuro comum. Primeiro, o aumento das tensões geoestratégicas globais em anos. Segundo, a crise climática existente. Terceiro, a crescente e profunda desconfiança global. E quarto, o lado negro do mundo digital. Mas um quinto cavaleiro estava a esconder-se nas sombras.

A COVID-19 desnudou as fragilidades do mundo. Pela primeira vez em 30 anos, a pobreza está a aumentar.

É necessário agir em solidariedade.

Peço a todos os países que considerem seis ações positivas de clima enquanto se recuperam, reconstróem e recomeçam suas economias – resiliência; empregos verdes e crescimento sustentável; resgate da indústria, aviação e transporte deve estar condicionada ao alinhamento com os objetivos do Acordo de Paris; o fim dos subsídios ao combustível fóssil; ter em consideração os riscos climáticos em todas as tomadas de decisão políticas e financeiras; e por fim trabalhar juntos, não deixando ninguém para trás.

Precisamos de integrar os princípios do desenvolvimento sustentável em todas as tomadas de decisão, para mudar o fluxo de recursos rumo ao verde, ao sustentável e ao justo.

E vamos derrotar os cinco cavaleiros e construir o mundo de que precisamos: pacífico, inclusivo e sustentável.

A pandemia tem-nos ensinado que as nossas escolhas importam.

Enquanto olhamos para o futuro, vamos ter a certeza de que escolhemos sabiamente.

Comunicação verbal e não verbal

Excerto 5

Discurso de Greta Thunberg nas Nações Unidas, sobre mudança climática a 23 de setembro de 2019

A minha mensagem para os líderes internacionais é que nós estaremos a vigiar-vos.

Isto está completamente errado. Eu não deveria estar aqui. Eu deveria estar na minha escola, do outro lado do oceano. E vocês vêm até nós, jovens, para pedir esperança. Como ousam?

Vocês roubaram os meus sonhos e a minha infância com as vossas palavras vazias. E, ainda assim, eu tenho de dizer que sou uma das pessoas com mais sorte (nesta situação). As pessoas estão a sofrer e estão a morrer. Os nossos ecossistemas estão a morrer. Nós estamos a vivenciar o começo de uma extinção em massa. E tudo o que vocês fazem é falar de dinheiro e de contos de fadas sobre um crescimento económico eterno. Como se atrevem?

Por mais de 30 anos, a ciência tem sido muito clara. Como se atrevem a continuar a ignorar isto?

E como se atrevem a vir aqui dizer que estão a fazer o suficiente? Quando sabemos que as políticas e as soluções necessárias não são sequer consideradas? Vocês dizem que nos estão a escutar e que compreendem a urgência [deste tema]. Mas não importa o quão tão triste e furiosa eu possa estar, eu não quero acreditar no que dizem. Se realmente entendem o que está a acontecer e continuam a não agir, vocês são um mal. E eu recuso-me a acreditar nisso.

A proposta de cortar as nossas emissões pela metade em dez anos apenas nos dá uma possibilidade de 50% de ficar abaixo da marca de, 1,5 °C e existe um risco de desencadear reações irreversíveis em cadeia que fogem do controlo humano. Cinquenta por cento pode ser aceitável para vocês. Mas estes números não incluem outros pontos como *feedback*, lacunas e um aquecimento adicional causado pela poluição tóxica do ar ou aspetos de equidade e justiça climáticos. Estes números também fazem com que a minha geração seja obrigada a ter de retirar centenas de milhares de milhões de toneladas de dióxido de carbono do ar, causadas por vocês, e usando tecnologia que nem sequer existe. Então, 50% simplesmente não são aceitáveis. Nós teremos de viver com as consequências.

Para ter uma possibilidade de 67% de continuar abaixo da marca de 1,5 °C do aumento global temperatura, no melhor cenário do (relatório) do IPCC, o mundo teria ainda 420 gigatoneladas de emissões de dióxido de carbono para emitir, em 1 de janeiro de 2018. Hoje, este número já caiu para 350 toneladas giga.

Como se atrevem a pensar que isto pode ser resolvido sem mudar nada? Ou através de algumas soluções técnicas? Com os níveis atuais de emissões de hoje, o orçamento de emissões de dióxido de carbono acabaria inteiramente em apenas oito anos e meio. Não haverá nenhuma solução ou planos apresentados com base nestes números que trago aqui hoje. Porque estes números são bem desconfortáveis e vocês não têm a maturidade suficiente para abordar este tema como ele realmente é.

ATIVIDADE 6 (cont.)

Comunicação verbal e não verbal



Vocês estão a falhar para conosco. Mas os jovens já começaram a entender a vossa traição. Os olhos de uma geração futura inteira estão sobre vocês. E, se vocês escolherem fracassar, eu garanto-vos: nós jamais vos perdoaremos. Nós não vamos deixar que vocês façam isso. É aqui e agora que nós colocamos um limite.

O mundo está a despertar. E a mudança está a chegar, quer vocês queiram quer não.

Obrigada.

Ficha de avaliação do aluno

Comunica com energia - avaliação dos discursos

Orador:

Avaliador:

Data:

O objetivo do discurso é que o orador organize as suas ideias numa sequência lógica, conduzindo a audiência a uma conclusão clara e bem definida. Encoraja-o indicando pontos básicos de melhoria!

		Insatisfatório	Pode ser melhor	Satisfatório	Bom	Excelente
Estrutura do discurso	O discurso tinha introdução, desenvolvimento e conclusão bem definidos					
	A introdução foi cativante					
	O desenvolvimento foi fluente e explicou a introdução					
	A conclusão foi memorável					
Oralidade	O orador falou de forma clara e audível					
	O orador preparou-se adequadamente					
	O orador falou com ritmo adequado					
	O orador utilizou corretamente a língua portuguesa					
	Exemplos:					
				Sim	Não	
	O orador usou muletas verbais					
	Quais?					
O orador usou muletas não verbais						
Quais?						
Pontos fortes:	Aspetos a melhorar:					

Ficha de avaliação do professor

Este guião ajuda o professor a analisar e avaliar os vários alunos. Pretende-se que o *feedback* dado aos alunos cumpra o método *sandwich*, explicado no início do manual do professor.

Relembra-se que os alunos devem avaliar os colegas também segundo o método *sandwich*, com base nas fichas de avaliação que lhes foram fornecidas.

Os vários critérios devem ser **avaliados de 1 a 5**, em que **1 significa insuficiente e 5 muito bom**.

	Aluno A	Aluno B
Discurso	Discurso bem estruturado (introdução, desenvolvimento e conclusão)	
	Conteúdo do discurso (organização de ideias, mensagem a transmitir com substância, fio condutor)	
	Credibilidade do conteúdo (fontes de informação)	
	Enumerar factos	
	Perguntas retóricas	
	Apresentar exemplos	
	Discurso não deve ser memorizado (apenas ideias chave). O discurso deve fluir	
	O discurso deve ser treinado, fluir naturalmente	
	Humor forçado	
Voz	Projeção de voz é audível	
	Discurso não monocórdico	
	Ritmo adequado (não falar nem muito rápido nem muito lento)	
	Fazer pausas, respiração controlada	
	Momentos de silêncio desajustados	

ATIVIDADE 6 (cont.)

Ficha de avaliação do aluno



		Aluno A	Aluno B
Contacto visual	Estabelece contacto visual com toda a plateia		
	Manter de preferência uma relação frontal com a plateia		
	Mostra empatia		
	Sorri para a plateia		
Barreiras verbais	Repete expressões/palavras "Ah", "ok", "e", "então"...		
	Linguagem técnica		
	Nível de conhecimento do tema		
	Falta de clareza na expressão		
	Pendular, estático		
Barreiras não verbais	Mexe-se ou gesticula demasiado		
	Uso de gestos que distraem a plateia (mexer no cabelo, mexer na roupa, clicar na caneta)		
	Emoções fortes (nervosismo, ansiedade, agressividade)		

Encontra as barreiras

Ficha de identificação de barreiras



A distribuir pelos alunos.

Com base nos vídeos que vais visualizar de seguida, **assinala na tabela abaixo as barreiras que identificas.**

	Vídeo A	Vídeo B
Barreiras verbais		
Repetição de expressões/palavras “Ah”, “ok”....		
Linguagem técnica/estrangeirismos		
Características linguísticas culturais		
Nível de conhecimento do tema		
Falta de clareza na expressão		
Excesso de informação. Muitos detalhes, retira foco do objetivo da mensagem		
Saltar para as conclusões (desrespeito da estrutura do discurso)		
Barreiras não verbais		
Pendular, ou muito estático		
Mexer-se ou gesticular demasiado		
Uso de gestos que distraem a plateia (Mexer no cabelo, mexer na roupa, clicar na caneta)		
Equipamentos inadequados		
Emoções fortes (nervosismo, ansiedade, agressividade)		
Estereótipos e diferenças culturais		
Contacto visual com toda a audiência		
Portador de deficiência física (surdo/mudo/invisual)		

Encontra as barreiras

Ficha de identificação de barreiras



A distribuir pelos alunos.

Com base nos vídeos que vais visualizar de seguida, assinala na tabela abaixo as barreiras que identificas.

	Vídeo A	Vídeo B
Barreiras verbais		
Repetição de expressões/palavras “Ah”, “ok”....		
Linguagem técnica/estrangeirismos		
Características linguísticas culturais	X	
Nível de conhecimento do tema		
Falta de clareza na expressão	X	
Excesso de informação. Muitos detalhes, retira foco do objetivo da mensagem		
Saltar para as conclusões (desrespeito da estrutura do discurso)		
Barreiras não verbais		
Pendular, ou muito estático		
Mexer-se ou gesticular demasiado		
Uso de gestos que distraem a plateia (Mexer no cabelo, mexer na roupa, clicar na caneta)		
Equipamentos inadequados		X
Emoções fortes (nervosismo, ansiedade, agressividade)	X	
Estereótipos e diferenças culturais		X
Contacto visual com toda a audiência		
Portador de deficiência física (surdo/mudo/invisual)		X

Prepara o teu discurso

Guião de preparação de um discurso

Chegou o momento de preparares o teu discurso.

Segue as recomendações abaixo.

Utiliza o **guião**.

O tema deverá incidir, preferencialmente, sobre a cidadania ambiental.

Sugerimos os seguintes temas:

1. Ambiente
2. Alterações climáticas
3. Consumo sustentável
4. Cidadania
5. Reciclagem
6. Direitos humanos

Dicas:

- tema de conversa com amigos que tiveste recentemente
- algum artigo/notícia que leste
- a tua experiência numa determinada área
- algum *hobby* que queiras partilhar
- sugestão de melhoria sobre alguma coisa

Não escolhas um tema muito geral, pois podes perder-te na organização e no tempo do discurso.

Recomendações:

- deves treinar várias vezes o discurso, idealmente em frente a um espelho. Podes gravar para reveres os pontos a melhorar.
- se costumas ficar com a boca seca, mantém um copo de água perto de ti.
- utiliza roupas confortáveis.
- evita muletas/elementos que possam distrair a audiência (ex. objetos/adornos que causem ruído, cabelo solto, bolsos, clique da caneta na mão).
- podes socorrer-te de elementos que diminuam o stresse, desde que não distraiam ou perturbem o público (ex. ter algo na mão).

ATIVIDADE 9

(cont.)

Prepara o teu discurso



Guião

Escreve o teu discurso organizando as ideias de acordo com as orientações abaixo.

Contexto

- Qual é o assunto do teu discurso?
- Qual é o objetivo do teu discurso?
- Quem é o teu público-alvo (a quem se destina o discurso)?
- Qual é a duração do discurso? (um minuto corresponde a cerca de 120 palavras)

Estrutura

a) Introdução

Serve para captar a atenção da audiência e suscitar curiosidade:

- pode ser uma frase interessante ou uma pergunta
- deve incluir a identificação do tema e do objetivo do discurso.

(abertura)

(tema)

(justificação)

b) Desenvolvimento

Serve para dar informações, apresentar pontos de vista e fundamentá-los.

- Escolhe duas ou três ideias fundamentais, em função do tempo
- Aqui deves explicar a tua introdução
- Junta as ideias de forma lógica, para conduzir a audiência para a conclusão
- Usa transições adequadas (“seguidamente”, “por outro lado”).

(ideia n.º 1)

(ideia n.º 2)

(ideia n.º 3)

Biodiversidade

(A)

Ecosistema

(B)

Consumo sustentável

(C)

Fontes de energia renováveis

(D)

Efeito de estufa

(E)

Cidadania

(F)

ATIVIDADE 11



Comunicação

(G)

ATIVIDADE 11



Educação ambiental

(H)

Consumo insustentável

(I)

Fontes de energia não renováveis

(J)

Habitat

(K)

Património natural

(L)

Alterações climáticas

(M)

Gases com efeito de estufa

(N)

Clima

(O)

Tempo meteorológico

(P)

Os 3 R: reduzir, reutilizar e reciclar

(Q)

Reduzir

(R)

ATIVIDADE 11



Reutilizar

(S)

ATIVIDADE 11



Reciclar

(T)

Economia circular

(U)

Obsolescência programada

(V)

ATIVIDADE 11



Obsolescência percebida

(W)

ATIVIDADE 11



Consumismo

(X)

Compulsão, geralmente por influência dos *media* e da publicidade, que leva o indivíduo a comprar de forma ilimitada e sem necessidade bens, mercadorias e/ou serviços.

(1)

Possibilidade dada a um cidadão de participar de forma ativa, organizada e consciente na vida coletiva.

(4)

ATIVIDADE 11



As suas reservas são limitadas, ou seja, diminuem à medida que as consumimos. Podem ser de origem fóssil ou de origem mineral. São responsáveis pela emissão de gases com efeito de estufa.

(5)

ATIVIDADE 11



Uma comunidade de organismos vivos que ocupam uma determinada área e interagem continuamente entre si e com o ambiente físico.

(6)

ATIVIDADE 11



Modelo de produção e de consumo que envolve a partilha, a reutilização, a reparação e a reciclagem de materiais e produtos existentes, alargando o ciclo de vida dos mesmos.

(7)

ATIVIDADE 11



Aquisição de bens e serviços sem considerar os seus impactos no meio ambiente.

(8)

ATIVIDADE 11



Não havendo possibilidade de evitar a produção do resíduo nem de reutilizar o produto, deve-se separar o material para reciclagem. Desta forma, procura-se reaproveitar a energia e as matérias-primas gastas nesse produto transformando-as num novo produto, cujo fabrico terá um menor impacte ambiental do que a produção de um produto de raiz.

(9)

ATIVIDADE 11



Conjunto de medidas de ação adotadas na Cimeira da Terra realizada no Rio de Janeiro em 1992 que se aplicam a todo o tipo de resíduos/efluentes sólidos, líquidos e gasosos e cujo cumprimento deve ser feito precisamente por esta ordem, de modo a evitar ao máximo a produção de resíduos.

(10)

ATIVIDADE 11



A variedade dos organismos no Mundo e as relações complexas entre os seres vivos e entre estes e o ambiente. Suporta o ambiente em que vivemos, do qual as nossas vidas e as de outros seres vivos dependem.

(11)

ATIVIDADE 11



Estado da atmosfera (pressão, temperatura, humidade, etc.) em certo local e num dado momento.

(12)

O consumidor considera o produto que tem em casa “velho” porque são constantemente lançados novos modelos.

(13)

Estado médio da atmosfera (temperatura, precipitação, vento, etc.) em dada região durante um período de, no mínimo, 30 anos.

(14)

ATIVIDADE 11



O lugar ou estrutura física no qual um dado organismo vive. O planeta Terra alberga diferentes *habitats* nos quais se instalaram diversos organismos vivos que a eles se foram adaptando, ao longo do tempo e no decurso da sua evolução.

(15)

ATIVIDADE 11



Trata-se de uma estratégia de empresas que programam o tempo de vida útil dos seus produtos para que durem menos do que a tecnologia permite. Assim, tornam-se ultrapassados em pouco tempo, levando o consumidor a comprar um novo modelo.

(16)

Nem todos os gases presentes na atmosfera contribuem da mesma maneira para o efeito de estufa. Os que efetivamente contribuem para o aquecimento da Terra é que são denominados gases com efeito de estufa (GEE). Estes existem em reduzida quantidade na atmosfera (cerca de 1%).

(17)

Monumentos naturais, formações geológicas, *habitats* de espécies ameaçadas e zonas naturais, com valor universal excecional do ponto de vista estético ou científico.

(18)

ATIVIDADE 11



As suas reservas são inesgotáveis, ou seja, podemos utilizá-las de forma permanente. Têm um impacto ambiental nulo na emissão de gases que provocam o efeito de estufa.

(19)

ATIVIDADE 11



A interação entre indivíduos que permite tornar comum uma mensagem ou informação.

(20)

ATIVIDADE 11



Há muitos resíduos que simplesmente não conseguimos deixar de produzir. No entanto, podemos dar-lhes novas utilizações de forma a evitar que tenham de ir para reciclagem ou pelo menos retardar o seu envio para reciclagem.

(21)

ATIVIDADE 11



Promoção de comportamentos responsáveis e conscientes dos mais jovens para com o ambiente e a preservação da natureza.

(22)

ATIVIDADE 11



Alterações observadas desde o início do século XX pela comunidade científica que não podem ser apenas atribuídas a causas naturais, parecendo estar antes relacionadas com as atividades humanas. Estas alterações incluem o aumento significativo da temperatura da Terra, o aumento do nível do mar, e a ocorrência mais frequente de tempestades fortes e secas.

(23)

ATIVIDADE 11



Escolhas ambientalmente conscientes na aquisição de bens e serviços.

(24)

ATIVIDADE 11



O primeiro passo para resolver o problema da gestão dos resíduos é reduzir a quantidade de lixo produzido.

(25)

ATIVIDADE 11



É um processo natural responsável pela regulação da temperatura na Terra, mantendo-a numa média de 15 °C, temperatura ideal para vida.

(26)

CLASSIFICAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO



Quadro-resumo dos critérios de classificação dos conteúdos

Tipos	Objetivos	Indicadores	Utilização	Exemplos
Informação	Informar	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de linguagem neutral • Apresentação de factos 	Notícias, relatórios, artigos científicos	Informar <u>exemplo</u>
Opinião	Argumentar, defender um ponto de vista	<ul style="list-style-type: none"> • Podem ser usados factos mas de forma menos neutral • É possível identificar juízos de valor 	Artigos de opinião, manifestos políticos	Opinião <u>exemplo</u>
<i>Infotainment</i>	Entreter	<ul style="list-style-type: none"> • Podem ser usados factos, mas sem a preocupação de informar 	Programas de humor, <i>cartoons</i>	Entretenimento
Marketing	Convencer	<ul style="list-style-type: none"> • Sempre que há uma competição pela nossa atenção, apoio ou investimento 	Todo o tipo de anúncios	Marketing <u>exemplo</u>
Propaganda	Manipular	<ul style="list-style-type: none"> • A informação, não sendo falsa, é distorcida e usada para nos manipular; muitas vezes, são misturados factos com ideias falsas para transmitir uma ilusão de veracidade; quando o conteúdo parece ter sido preparado para nos assustar ou indignar 	Alguns discursos políticos	Propaganda
Notícias falsas e fraudes	Desinformar, ludibriar	<ul style="list-style-type: none"> • A informação é falsa, sendo usada para nos enganar, com o objetivo do lucro, por exemplo, ou da manipulação política 	Conteúdos falsos com origem em fontes com agendas políticas ou comerciais	Fake news <u>exemplo</u>

CLASSIFICAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO

Como identificar “notícias falsas”?

- 1 Verificar o conteúdo**
Os *media* credíveis mantêm as opiniões no espaço dos artigos de opinião e não no espaço reservado às notícias.
- 2 Verificar o órgão de comunicação**
Se ouviu falar dele?
Verifique a secção “Sobre nós” e outras fontes credíveis.
- 3 Verificar o autor**
Se o nome não é mencionado ou é inventado, é provável que o resto também seja falso.
- 4 Verificar as fontes**
Se a história utiliza fontes anónimas (ou mesmo nenhuma), poderá ser falsa.
- 5 Verificar as imagens**
Pesquisar as imagens para perceber se foram utilizadas anteriormente noutro contexto.
- 6 Pensar antes de partilhar**
A história pode distorcer acontecimentos reais ou antigos. Se for verdade, os *media* credíveis dar-lhe-ão cobertura.
- 7 Questionar os seus próprios preconceitos e estereótipos**
Por vezes, uma história é demasiado boa para ser verdadeira. Verificar a história em fontes credíveis.
- 8 Ajudar a descobrir informações falsas**
Manter-se a par dos últimos truques usados para propagar a desinformação.

O fenómeno *deepfake*

Estes critérios também são úteis para outro fenómeno cada vez menos incomum: o *deepfake*. Trata-se da produção de conteúdos em vídeo que recorre à inteligência artificial para sobrepor imagens e sons, conseguindo, de forma muito verosímil, modificar a aparência de personalidades reais ou colocá-las a produzir afirmações falsas. Esta ferramenta é utilizada para fins humorísticos mas também para produzir notícias falsas. Um exemplo famoso é o vídeo no qual o ator Bill Hader se transforma em direto em Arnold Schwarzenegger.

CLASSIFICAÇÃO DAS FONTES DE INFORMAÇÃO



Desenvolvimento do exemplo sobre notícias falsas

Esta notícia falsa foi publicada em 30 de agosto de 2019 no *site* americano Natural News. Trata-se de um *site* dedicado à comercialização de suplementos alimentares, fazendo alegações nutricionais e de saúde tendenciosas, publicando notícias falsas e adotando várias teorias da conspiração. Infelizmente, esta notícia foi depois republicada noutros *sites*, tendo ampla divulgação. A notícia foi investigada por uma agência de verificação de notícias brasileira, a LUPA, que concluiu que a informação veiculada não é verdadeira.

Mas como foi possível verificar que a notícia é falsa?

A NASA defende a posição consensual entre os cientistas de que a atividade humana é a causa principal das alterações climáticas, hospedando até uma página sobre o tema. O que o *site* de notícias falsas fez foi utilizar uma referência feita no *site* da NASA, em 2000, a uma teoria de 1920, de um cientista sérvio chamado Milutin Milankovitch, que defendeu que as variações da posição do Sol em relação à órbita da Terra afetam a sua temperatura de forma cíclica. Mas isto não significa que esses ciclos sejam o único fator nas variações de temperatura da Terra ao longo do tempo, não sendo por isso correta a afirmação difundida pela notícia. Ou seja, o *site* de notícias falsas utilizou uma informação verdadeira para produzir uma notícia falsa.

Fontes de verificação:

- notícia falsa no *site* [Natural News](#)
- republicação num *site* em língua portuguesa
- relatório da [agência LUPA](#)
- página sobre alterações climáticas no [site da NASA](#)
- referência a [Milankovitch no site da NASA](#).

Avaliação da credibilidade das fontes de informação

Regras de pesquisa



Questões para reflexão:

- quando queres saber mais sobre um determinado tema, como procuras a informação? Onde? Como avalias os resultados da pesquisa?
- há alguma fonte a que gostasses de ter acesso e que não consigas?
- usas as redes sociais, lês jornais ou revistas?
- sabes quem publica aquilo que lês, vês ou ouves?
- como avalias se a informação que recolhes é fidedigna?

Regras de pesquisa

Se não filtrarmos os resultados, os motores de busca incluem nos resultados da pesquisa que realizamos todo o tipo de conteúdos que de alguma forma estejam relacionados com as palavras que escolhemos como termos de pesquisa, independentemente do tipo de conteúdo. Para além disso, a concorrência na Internet pelos primeiros lugares nos resultados de uma pesquisa é enorme. Isto faz com que as entidades que usam a internet com fins comerciais ou políticos recorram a diferentes estratégias de otimização dos motores de busca para garantirem a presença nos primeiros lugares dos resultados. Por estes motivos, os resultados de pesquisa poderão ser otimizados se seguirmos algumas regras básicas de pesquisa e utilizarmos as ferramentas de pesquisa avançada que os motores de busca geralmente oferecem. Incluímos aqui apenas algumas das regras mais importantes. Mais informação pode ser encontrada nas instruções de pesquisa avançada fornecidas pelos motores de busca.

A primeira regra de pesquisa eficaz é escolher bem o termo ou os termos de pesquisa. Se estamos interessados em informação sobre incêndios ocorridos na Austrália, não devemos usar, por exemplo, apenas o termo “incêndios” ou o termo “Austrália”, pois obteremos, resultados que têm que ver com incêndios noutros locais ou resultados relacionados com a Austrália mas não necessariamente com o tema dos incêndios. Assim, incluir as palavras “incêndios” e “Austrália” no campo de pesquisa é fundamental. Colocar os termos de pesquisa entre aspas permite-nos também selecionar apenas resultados nos quais aparecem aquelas palavras exatas e na sequência desejada, e não resultados em que as diferentes palavras usadas na pesquisa apareçam em diferentes locais da publicação. Assim, poderemos, por exemplo, pesquisar usando a expressão “incêndios na Austrália”. Podemos ainda selecionar publicações apenas em língua portuguesa ou noutros idiomas.


Avaliação da credibilidade das fontes de informação

O asterisco (*) pode ser utilizado como substituto de uma palavra que desconhecemos ou que pode variar. Continuando no mesmo exemplo, se substituímos a preposição “na” na expressão de pesquisa, substituindo-o por um asterisco, poderemos obter como resultados publicações que incluam “incêndios” e “Austrália” separados apenas por uma palavra que poderá ser outra preposição ou um verbo, por exemplo. Se, por outro lado, quisermos garantir que uma determinada palavra não consta dos resultados, devemos usar um hífen antes dessa palavra. Assim, por exemplo, se, no campo de pesquisa incluirmos a expressão “incêndios - Austrália”, vamos excluir os resultados que refiram este país.

Também é possível delimitar o tipo de conteúdo a pesquisar, selecionando-o no separador “notícias”, por exemplo, se procuramos apenas informação jornalística, ou o separador “imagens”, se pretendemos encontrar imagens relacionadas com os termos de pesquisa introduzidos.

Outro filtro dos resultados relaciona-se com a data da publicação. Por exemplo, se sabemos que a vaga de incêndios na Austrália que nos interessa conhecer melhor aconteceu em 2019, faz sentido delimitar temporalmente os resultados de pesquisa, restringindo-os às publicações do último ano ou identificando mesmo um determinado intervalo de tempo.

Se quisermos ter acesso, por exemplo, a imagens de utilização livre, podemos filtrar os resultados em função dos direitos de utilização. Assim, teremos a garantia de que o uso das imagens resultantes da pesquisa não depende de licenças autorais.

Por último, se selecionarmos a opção “pesquisa segura”, teremos a garantia de que a ligação a um *site* é segura. Mesmo que não o façamos, é importante sabermos que, quando uma ligação é segura, o símbolo  aparece na barra de endereços, antes do endereço do *site*.

Ao clicar no cadeado, acedemos a um painel de informações sobre o *site* e a segurança da ligação.

Ficha de classificação e avaliação dos conteúdos

Identificação e classificação do conteúdo

Ligação

Fonte

Tipo de conteúdo

Fundamentação

Exemplos

Lista de questões para avaliar a credibilidade do conteúdo	Resposta
O(s) autor(es) estão identificados?	
Quais as credenciais dos autor(es) (formação, experiência, etc.)?	
Qual o objetivo da publicação? É possível identificar quem patrocina o <i>site</i> /publicação?	
O conteúdo está datado? É recente ou foi atualizado recentemente?	
O conteúdo está bem redigido (sem erros ortográficos e de construção frásica)?	
As fontes do conteúdo estão identificadas através de citações ou hiperligações?	
São apresentadas ideias novas?	
É possível corroborar aquilo que é apresentado através de outras fontes?	
Se for um <i>site</i>, considera estas questões adicionais:	
Está bem organizado (por exemplo, em blocos temáticos)?	
Os conteúdos publicados estão datados? Foi atualizado recentemente?	
Os autores são identificados?	
As hiperligações estão ativas?	
Inclui um mapa do <i>site</i> ?	
É possível pesquisar?	
Inclui contactos? É possível contactar os responsáveis?	

Ficha de classificação e avaliação
dos conteúdos

Grelha de apoio ao preenchimento: classificação de fontes/conteúdos

Tipos	Objetivos	Indicadores	Exemplos
Informação	Informar	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de linguagem neutral • Apresentação de factos 	<ul style="list-style-type: none"> • Notícias • Relatórios • Artigos científicos
Opinião	Argumentar, defender um ponto de vista	<ul style="list-style-type: none"> • Podem ser usados factos mas de forma menos neutral • É possível identificar juízos de valor 	<ul style="list-style-type: none"> • Artigos de opinião • Manifestos políticos
<i>Infotainment</i>	Entreter	<ul style="list-style-type: none"> • Podem ser usados factos, mas sem a preocupação de informar 	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de humor • <i>Cartoons</i>
<i>Marketing</i>	Convencer	<ul style="list-style-type: none"> • Sempre que há uma competição pela nossa atenção, apoio ou investimento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Todo o tipo de anúncios
Propaganda	Manipular	<ul style="list-style-type: none"> • A informação, não sendo falsa, é distorcida, sendo usada para nos manipular • Quando o conteúdo parece ter sido preparado para nos assustar ou indignar 	<ul style="list-style-type: none"> • Alguns discursos políticos
<i>Fake news</i> e fraudes.	Desinformar, ludibriar	<ul style="list-style-type: none"> • A informação é falsa, sendo usada para nos enganar, quer com o objetivo do lucro, quer da manipulação política 	<ul style="list-style-type: none"> • Conteúdos falsos com origem em fontes com agendas políticas ou comerciais

Ficha de classificação e avaliação dos conteúdos

Avaliação da credibilidade das fontes/conteúdos

Critérios	Exemplos de indicadores		
Autoria	O autor está identificado?	• Quais as suas credenciais?	• Qual o grau de intervenção de quem assina (editor, jornalista, investigador)?
Atualidade	Está datado?	• Foi atualizado recentemente?	• Se tiver hiperligações, elas estão ativas?
Redação	Contém erros ortográficos?	• A construção gráfica é correta?	• O vocabulário é rico ou rudimentar?
Originalidade	Identifica as fontes?	• Apresenta uma perspetiva pessoal?	• Reformula com o seu próprio vocabulário?
Corroboração	Menciona outras fontes?	• Faz citações?	• Inclui bibliografia? As hiperligações remetem para conteúdos fiáveis?
Estrutura (se for um site)	É possível pesquisar?	• Está organizado em blocos temáticos?	• É possível contactar os seus autores?

Caça às fake news ^oresolução dos exercícios

Exemplo 1



O inferno desceu à terra ... (foto da Nasa tirada do espaço)

152

5 comentários

121 partilhas

Gosto Comentar Partilhar

Gorete Cavaleiro Que tristeza tão grande meu Deus 🤔🙏

Gosto · Responder · 1 dia(s)

Ana Maria Ps Vieira Pois é . Está escrito na Bíblia Sagrada ainda não acreditam ? É o princípio do fim ...Leiam a Bíblia !

Gosto · Responder · 1 dia(s)

Sandra Cabete Muito triste 🙏🙏🙏🙏🙏

Gosto · Responder · 1 dia(s)

Maria José Nabais É o fim de um continente... Será o princípio do fim?

Gosto · Responder · 1 dia(s)

Figura 3. Exemplo de notícia falsa publicada no Facebook.

Análise:

Publicação nas redes sociais de uma imagem apresentada como sendo uma fotografia dos incêndios na Austrália tirada pela NASA a partir do espaço.

É uma imagem publicada e republicada em diferentes redes que apresenta alguns **indícios de se tratar de uma notícia falsa**:

- não identifica o autor da foto
- refere uma entidade que é uma referência imediata de credibilidade, mas sem nomear a origem exata da foto
- parece ter o objetivo claro de promover o medo, a reação e a replicação da notícia.

Avaliação da credibilidade das fontes de informação

Caça às *fake news*: resolução dos exercícios

A sua veracidade foi analisada pelo Polígrafo, um jornal *online* de verificação de factos português, que concluiu tratar-se de facto de uma notícia falsa. O próprio autor declarou isso mesmo quando se apercebeu da utilização indevida da sua foto.

A imagem em causa não é sequer a uma fotografia. Trata-se de uma visualização em 3D criada por um artista visual, Anthony Hearsey, a partir de dados de satélite da NASA recolhidos ao longo de um mês. Ou seja, não são incêndios ativos num dado momento, mas uma composição de imagens recolhidas em momentos diferentes.

Fontes de verificação:

Polígrafo

Site do autor da composição original

Exemplo 2



The screenshot shows a website with a search bar at the top right containing the text 'Google Pesquisa personalizada'. The main content area features a central image of a woman holding a plate of fruit, with the title 'O Perigo da Cebola' and the author 'por Linda Ostjen'. Below the title, there is a paragraph of text: 'Então eu vivi uma vida inteira e só agora soube disso. Leia atentamente e cuide de sua família: * Em 1919, a gripe matou 40 milhões de pessoas * Um médico visitou os agricultores que tiveram o ataque para ver se ele poderia ajudá-los a combater a gripe. Muitos dos agricultores e suas famílias que haviam contraído a gripe morreram.'

On the right side, there is a 'Continue lendo' section with four article thumbnails and titles: 'O ópio do povo', 'Efeito luz, efeito sombra', 'Energias negativas não entram nas pessoas por acaso', and 'Ano novo, vida nova?'.

Figura 4. Site que contém informações falsas.

Avaliação da credibilidade das fontes de informação

Análise:

O perigo da cebola é um artigo publicado num *site* na Internet.

Algumas **pistas** de análise:

- a autora não apresenta as suas credenciais nem é reconhecida como especialista na área.
- é possível avaliar o conteúdo, que foi classificado por três leitores com uma pontuação média de duas estrelas. Esta página foi atualizada em 2018.
- não indica fontes nem referências bibliográficas (refere um “amigo de Oregon”).
- o *site* dedica-se à divulgação da astrologia e outras pseudociências.
- o *site* está organizado em temas, é possível pesquisar e os autores estão identificados, mas não é possível contactar os editores ou responsáveis pelo *site*.
- o jornal Observador, por exemplo, verificou e fundamentou a falsidade desta informação amplamente divulgada.

Fontes de verificação:

Observador

Exemplo 3

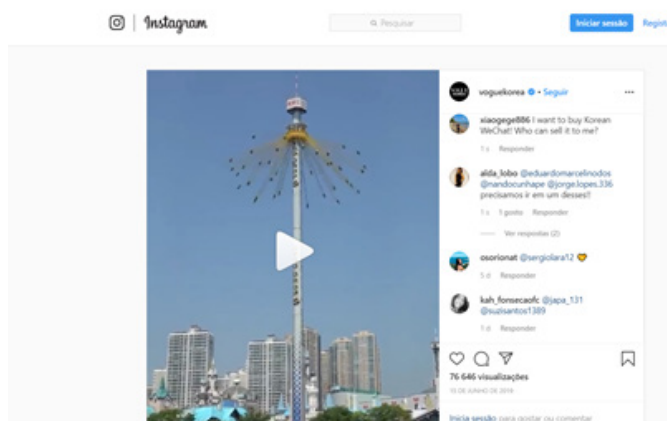


Figura 5. Vídeo falso publicado no Instagram.

Avaliação da credibilidade das fontes de informação

Análise:

Publicação nas redes sociais do que parece ser um vídeo de um carrossel com centenas de metros de altura, em funcionamento, com utilizadores a serem largados a grande velocidade.

Instagram Vogue Korea

Este vídeo tornou-se viral nas redes sociais mas apresenta alguns indícios de se tratar de uma notícia falsa:

- a improbabilidade de um carrossel daquela dimensão
- o facto de não identificar a fonte
- não sendo fornecida grande informação sobre as imagens, causa um efeito de surpresa e espanto que promove a replicação da notícia.

Trata-se afinal de um vídeo promocional produzido pela Lotte World, um parque de diversões em Seul, na Coreia do Sul, que realizou uma montagem de um carrossel existente no parque. Trata-se da torre “Gyro Drop” que tem “apenas” 70 metros de altura e as pessoas não estão suspensas por cabos mas sentadas numa estrutura fixa.

Tratou-se assim de uma montagem em vídeo conseguida com a ajuda do computador. É por isso uma “imagem falsa” criada com objetivos de *marketing*.

A origem do vídeo foi averiguada por meios de comunicação social, como a CNN, que denunciaram a sua falsidade.

Fonte de verificação:

CNN

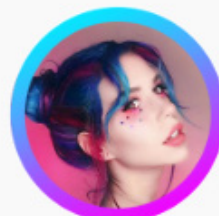
criação de vídeos

COMUNICA COM ENERGIA
PELA CIDADANIA AMBIENTAL

Exemplos de *youtubers* portugueses



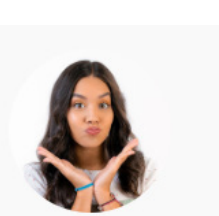
SirKazzio ✓
5,08 M subscritores



SEA3PO ✓
803 mil subscritores



D4rkFrame ✓
4,89 M subscritores



Mafalda Creative ✓
366 mil subscritores

SirKazzio e D4rkFrame são *youtubers* muito populares, com milhões de seguidores. Os seus temas habituais são “Pokémon” e “como pregar partidas aos amigos”.

SEA3PO e Mafalda Creative são também *youtubers* muito populares, produzindo vídeos sobre diversos temas (como moda, cinema e humor).

Estilo comunicativo de vídeo do youtuber

Video:

A maquiagem que brilha no escuro - SEA3PO



- imagens do próprio
- câmara à mão vs câmara num tripé (por exemplo, vlogs)
- muitos movimentos de câmara
- uso de recursos como cortes na imagem principal e animações para enfatizar a mensagem e criar ritmo.

Video:

Super laser vs airpods! (Did they explode?)



- gestos enérgicos, convidativos
- comunicação adaptada ao público-alvo (ter em atenção qual é a mensagem e o objetivo do vídeo)
- imagética (estilo de roupa, de acessórios, etc.)
- publicidade jovem, pedido de subscrição dos canais (receitas para os autores).

Fases de produção de um vídeo



Fase 1 Pré-produção:

- pesquisa
- planificação
- escrita.



Fase 2 Produção:

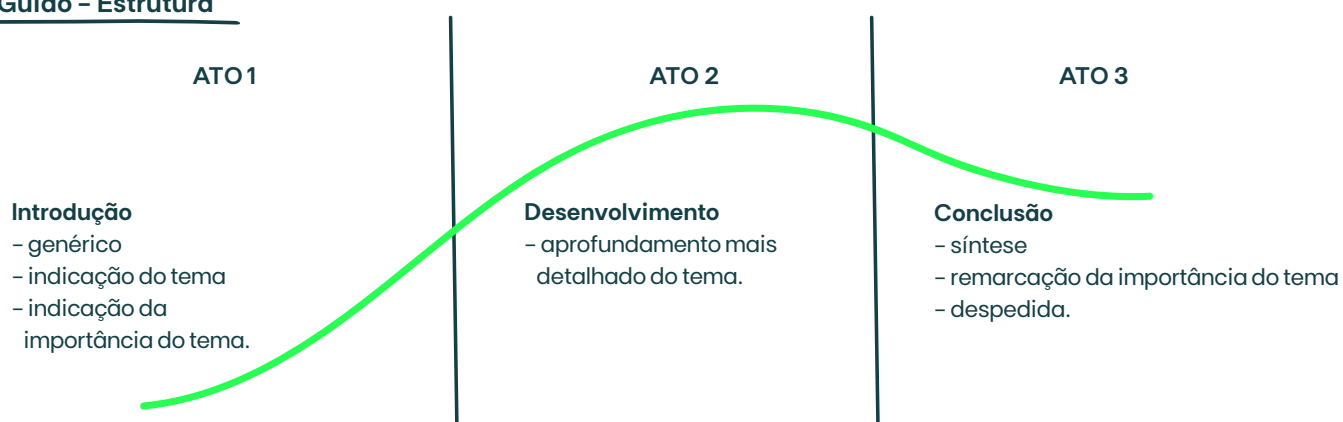
- materiais
- imagens
- sons.



Fase 3 Pós-produção:

- edição
- revisão
- validação.

Guião - Estrutura



Fases de produção:

Pré-produção

- Pesquisa (em manuais, na Internet, através da realização de entrevistas exploratórias)
- Criação do guião
- Planificação da produção (escolha dos locais de filmagem, marcação com a equipa e com os entrevistados ou atores e outras atividades de preparação).

Produção

- Filmagens (e toda a logística associada ao momento de filmagem)

Pós-produção

- Edição de imagem
- Edição de som, música
- Efeitos especiais

ATIVIDADE 21

Guião para vídeo



Tema / Título:

Autor(es):

Duração total (min.):

Data (dd / mm / aa):

Imagem	Voz off / Ao vivo	Pós-produção	Duração	Ref. / Obs.
Para cada trecho de texto, devem ser pensadas as imagens que o acompanharão. No estilo <i>youtuber</i> , à partida, a maior parte das imagens será a figura dos próprios <i>youtubers</i> . Também podem ser considerados grafismos (textos ou outro tipo de animações a inserir no vídeo).	Tudo o que é texto, mesmo que seja uma entrevista, deve sempre haver pelo menos uma ideia do que pode ser dito. Isto permite calcular a duração do vídeo, as imagens necessárias e o encadeamento das ideias.	Banda sonora (música e outros sons), cortes, transições, efeitos de imagem e som, etc.	Pode ser medida pela cronometragem da leitura do texto.	Informação complementar, por exemplo: questões a resolver na produção.

Genérico

Introdução

Desenvolvimento

Conclusão

Ficha técnica

nomes dos autores do trabalho, créditos de possíveis imagens utilizadas e da música – se aplicável

ATIVIDADE 21

Criação de vídeos ao estilo youtuber



Orientações para escolha do tema que será trabalho no vídeo final

Temas escolhidos pela turma:

- ambiente
- direitos humanos
- cidadania
- alterações climáticas.

Critérios para escolha do tema para vídeo:

- atualidade (um tema discutido recentemente nos *media* tradicionais e digitais)
- pertinência (um tema que seja importante, nomeadamente para os mais jovens)
- credibilidade da informação disponível
- acessibilidade (possibilidade que o público-alvo tem de agir e promover a mudança).

Exemplos de subtemas:

1. Dentro do tema ambiente:

1.1. Um exemplo do trabalho de uma instituição para atuar sobre o ambiente

Fontes possíveis:

Natgeo

Quercus

Zero

Lpn

1.2. Algumas ideias para melhorar o ambiente

Fonte possível:

Iberdrola

ATIVIDADE 21 (cont.)

Criação de vídeos ao estilo youtuber



2. Dentro do tema direitos humanos:

2.1. Direitos humanos e sustentabilidade (por exemplo: a questão de os mais desfavorecidos terem maior dificuldade em praticar uma alimentação sustentável devido ao preço dos produtos; os países menos desenvolvidos não terem sistemas de gestão de resíduos; países sem saneamento básico, etc.).

Fontes possíveis:

Nações Unidas Brasil

Nações Unidas

Ambiente magazine

Iberdrola

2.2. Os refugiados do clima (por exemplo: populações obrigadas a abandonar as suas terras por causa das inundações).

Fontes possíveis:

Público

Aministia

3. Dentro do tema cidadania:

3.1. Ativismo ambiental

3.1.1. Campanhas contra o uso de amianto nas escolas

Fontes possíveis:

Zero

Expresso

3.1.2. Caso de Marinel Ubaldo sobrevivente de um tufão nas Filipinas

Fontes possíveis:

Amnistia

Youtube

ATIVIDADE 21 (cont.)

Criação de vídeos ao estilo youtuber



3.2. Greves climáticas:

Fonte possível:

Observador

3.3. Gestão de resíduos

Fonte possível:

Tearfund

3.4. Consumo sustentável

Fontes possíveis:

Deco jovem

Associação Mutualista Montepio

DN Life

4. Dentro do tema alterações climáticas:

4.1. Principais causas e consequências das alterações climáticas

Fontes possíveis:

Comissão Europeia

Público

4.2. Medidas do Estado português para enfrentar as alterações climáticas

Fontes possíveis:

TVI notícias

Cofina Media

ATIVIDADE 21 (cont.)

Criação de vídeos ao estilo youtuber



4.3. medidas individuais para enfrentar as alterações climáticas

Sites de interesse

Organismos e estratégias oficiais:

- [Estratégia Nacional de Educação Ambiental](#)
- [Agência Portuguesa do Ambiente](#)
- [Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas](#)
- [Painel intergovernamental sobre alterações climáticas \(IPCC\)](#) (sem versão portuguesa)

Projetos:

- clima@edumedia

Associações ambientalistas:

- [Quercus](#)
- [Zero](#) Associação Sistema Terrestre Sustentável
- [Lpn](#) Liga para a Proteção da Natureza

Links úteis para pesquisa de conteúdos na Internet

ATIVIDADE 21

(cont.)

Criação de vídeos ao estilo youtuber



Ficha de orientação da pré-produção

Pesquisa:

1. Qual é o assunto que quero abordar?
2. Que informação preciso de recolher sobre o tema?
3. O que é que os meus colegas, professores, familiares e amigos gostariam de saber?
4. Onde vou procurar a informação? Os sítios onde pesquisei são credíveis?

Planificação:

5. Quem vai falar / quem vai ser filmado / quem vai filmar / quem vai redigir o texto / diálogo / quem vai selecionar imagens e sons / quem vai editar / quem vai rever e tomar decisões?
6. Onde e quando vão decorrer as filmagens e como posso marcar com antecedência?
7. Que cenários preciso de preparar? De que adereços irei precisar?
8. O local tem luz suficiente e ausência de ruído?
9. A informação será passada por *voz-off*, voz ao vivo ou ambos?

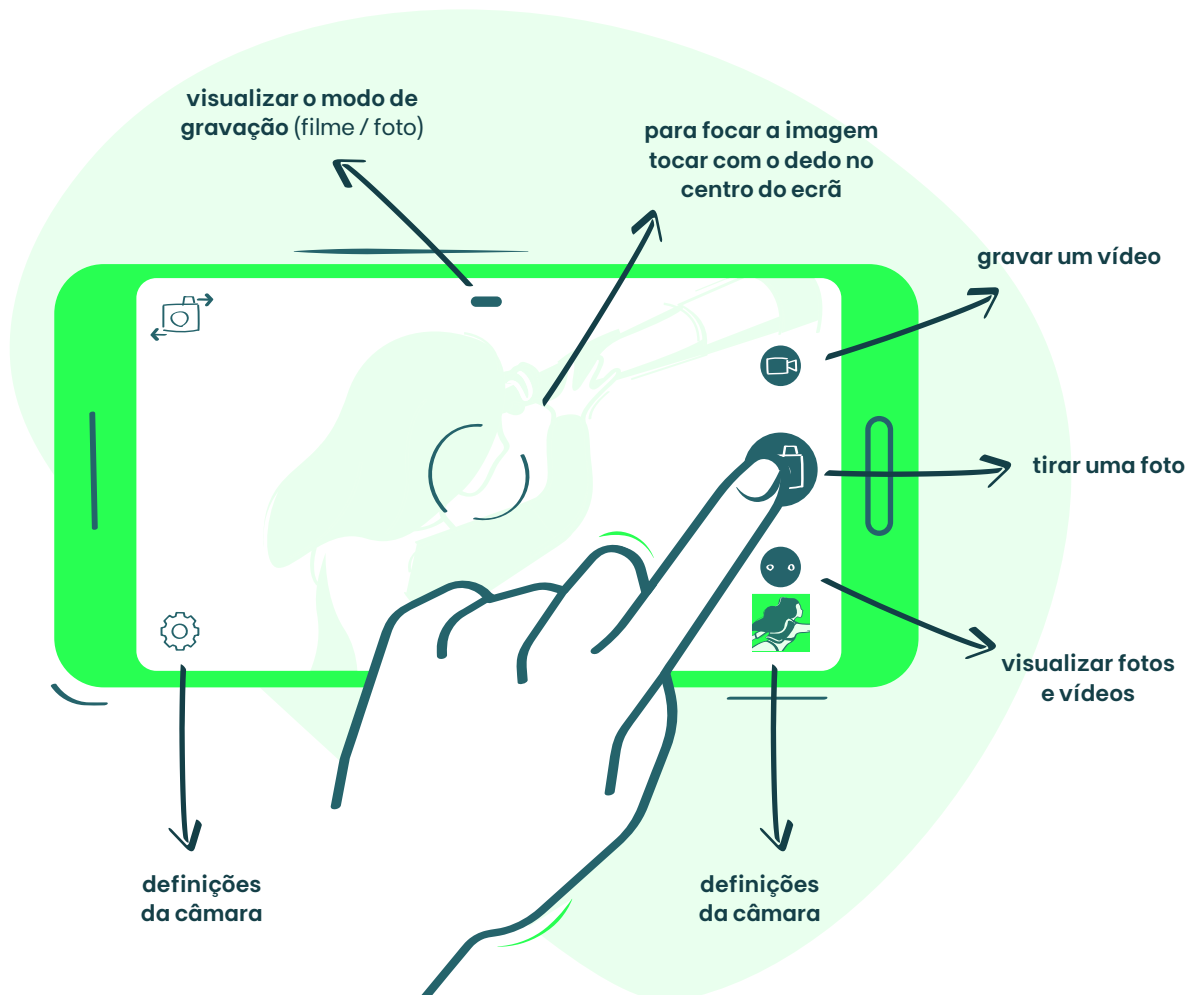
Escrita:

10. A introdução da narração é rápida e concisa, de forma a captar a atenção da minha audiência?
11. O desenvolvimento da narração é feito de forma simples, fluida e natural?
12. A conclusão permite que a audiência retire significado da informação?
13. A duração total é adequada? Preciso de cortar ou adicionar informação?
14. A introdução e a conclusão duram menos do que o desenvolvimento?
15. Quando lido em voz alta, o guião parece natural e conciso?
16. O meu guião é detalhado o suficiente?

Técnicas de filmagem

Ambiente câmara

(Android)



Definições de câmara

(Android)

WB: ajuste da temperatura de cor (interior/externo)

HDR: permite melhorar a exposição da luz

ISO: controla a sensibilidade da câmara à luz; valores baixos são para motivos estáticos ou com luzes brilhantes; valores altos são para motivos com movimentos rápidos ou com pouca luz; contudo, definições de ISO mais altas podem resultar em ruído visual nas fotografias

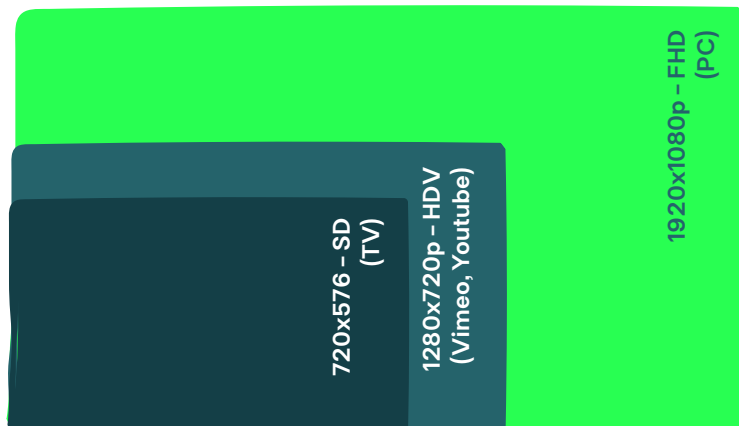


alterar o valor de exposição; para condições de pouca luz deve-se utilizar uma fonte de luz externa



ativar ou desativar o *flash* ou luz de vídeo; de preferência evitar disparar com o *flash*, usando em vez disso a luz de outro *smartphone*

Tamanho



A filmagem deverá ser feita sempre na horizontal.

Aspeto



O **4:3** está associado ao formato analógico dos registos fotográficos de 35 mm e televisivos.



O **16:9** é o aspeto das TV digitais e têm uma proporção associada ao modo como vemos cinema.

Enquadramento



Plano geral

O sujeito ocupa o enquadramento total.



Plano médio

Mostra parte do sujeito em mais detalhe; normalmente utilizado durante uma conversa.



Plano de conjunto

Enquadramento médio de dois sujeitos, por exemplo, entre entrevistado e entrevistador.

Mais dicas sobre a recolha de imagens:

- cada plano deve ter a duração aproximada de 10 a 15 segundos
- filma mais do que aquilo que pensas ser necessário, porque no momento da edição é preferível ter material a mais do que a menos
- pôr o telemóvel em modo de voo para que não haja interrupções
- verificar a bateria e o armazenamento do telefone para ver se há espaço suficiente
- acompanhar estes fatores e fazer *upload* para um *drive* na nuvem, para não correr o risco de perder o trabalho; pode-se “mandar um *e-mail* para si mesmo”, por exemplo.

Luz



Filmar em interiores:

- verificar se há iluminação suficiente para ter uma boa exposição, evitando filmar em contraluz
- evitar posicionar o(s) sujeito(s) atrás de uma janela, dado que a câmara vai ter dificuldade em equilibrar a luz exterior
- escolher cores claras que ajudem na iluminação.

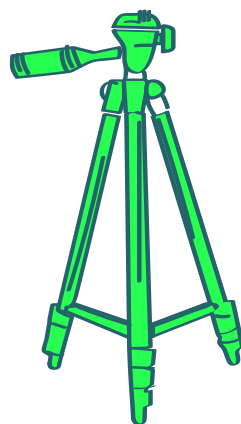


Filmar em exteriores:

- não posicionar o(s) sujeito(s) contra o sol, caso contrário ele(s) tenderão a fechar os olhos durante a gravação
- pode-se aplicar o efeito de silhueta, balanceando a exposição para o céu durante o momento do pôr do sol.

Acessórios: estabilização

Para gravações com estabilização da imagem, recomenda-se aquisição de um acessório como um tripé para *smartphone* que possa acoplar num tripé de vídeo, para ter mais opções de filmagem.



Tripé standard de vídeo



Tripé para *smartphone*:
Sony SPA-MK20M
(Compatível-Android / Iphone)

Som

Para além do microfone embutido na câmara de filmar, é recomendável ter outro microfone para ter a melhor qualidade de som possível. Pode ser outro telemóvel a gravar o som. Para sincronizar o som com a imagem, deve ser produzido um ruído (que deve ser audível nos dois telemóveis, de preferência) associado a um movimento que deve ser visível pelo menos no telemóvel que capta a imagem. A combinação do movimento e do som é que permite sincronizar os dois registos.

Teste

Antes de gravarmos tudo, devemos fazer um teste. Depois de gravarmos um pouco da intervenção, revemos a filmagem, para garantirmos que se ouve tudo muito bem.

Devemos utilizar os auscultadores para verificar o volume e a qualidade do som.



Recolha de imagens:

- quando nos enganamos, devemos recomeçar desde o início da frase ou da ideia, para podermos usar todo esse trecho
- cada plano de corte deve ter a duração mínimo de cinco segundos (podendo ser mais longo), para podermos depois escolher o melhor bocado
- pode ser mais interessante recolher imagens de corte em que há ação, em vez de imagens em que nada acontece



Plano de corte

É um plano que mostra um aspeto em detalhe da ação (gestos, por exemplo) e enfatiza uma emoção ou uma ideia a transmitir. Geralmente é utilizado na edição de entrevistas, quando não nos interessa mostrar o entrevistado (por exemplo, a coçar o nariz) ou então quando fazemos um corte na entrevista e precisamos de o “tapar” para que não se note.



Tipos de planos para o estilo youtuber



Plano médio

plano que enquadra o sujeito da cintura para cima. É o plano habitualmente usado em entrevistas, nos *pivots* de telejornal ou nos *youtubers*



Plano de conjunto

enquadramento médio de dois sujeitos, também pela cintura (no caso de serem dois intervenientes).



Plano ao nível do olhar (ângulo)

Nos conteúdos jornalísticos e nos vídeos dos *youtubers*, o ângulo do plano, ditado pela posição da objetiva da câmara em relação ao sujeito, situa-se quase sempre ao nível do olhar do entrevistado.

É o tipo de plano mais habitual e o mais indicado para os *youtubers*.



Plano picado

A câmara está situada acima do nível do olhar do sujeito.

Filmar o sujeito em plano picado pode ser interpretado como querendo transmitir a ideia de superioridade ou de desprezo do espectador em relação ao sujeito filmado.



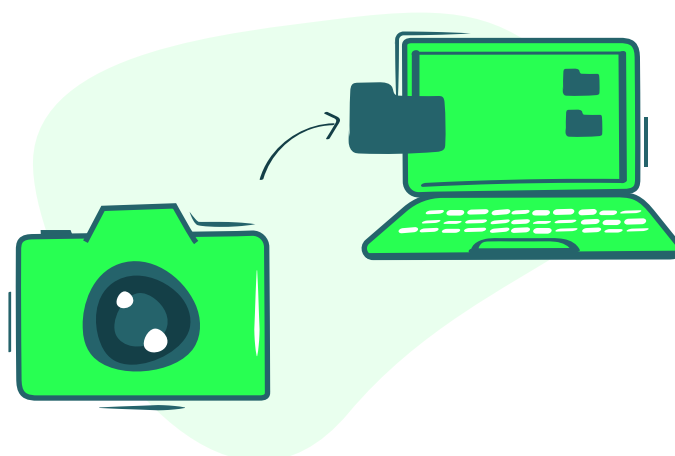
Plano contrapicado

A câmara está situada abaixo do nível do olhar do sujeito.

Filmar o sujeito em plano contrapicado pode ser interpretado como subordinação ou adoração do sujeito, por parte do espectador, que tem o sujeito da imagem como que num pedestal.

No fim das filmagens

Copiar todos os materiais recolhidos para o computador da escola ou para o computador do aluno, bem identificados por pastas e grupos de alunos.



ATIVIDADE 21

Criação de vídeos ao estilo youtuber



Ficha de orientação da produção

Materiais:

1. A câmara de filmar ou o telemóvel possui boa qualidade, bateria suficiente e memória considerável?
2. O tripé encontra-se posicionado de forma a estabilizar a imagem durante a gravação?
3. Os auscultadores funcionam?
4. Tenho um bloco de notas/caderno e canetas para o caso de necessitar apontar algo?
5. O telemóvel/gravador para gravação da voz-off tem bateria e cartão de memória?
6. Posso os cabos necessários para passar as gravações todas para o computador?

Imagens:

7. Os cenários estão preparados como planeado?
8. Que tipo de imagens podem complementar a minha informação?
9. O que preciso de filmar e onde para mostrar ao longo da narração?
10. Tenho planos gerais e planos do cenário suficientes?
11. Tenho imagens dos intervenientes?
12. Que imagens não consigo filmar?
Consigno encontrar estas imagens na internet que sejam de acesso livre?

Sons:

13. Que sons preciso de recolher ao vivo?
14. Que sons posso gravar previamente?
15. Que sons de acesso livre preciso de recolher na internet?

ATIVIDADE 21 (cont.)

Criação de vídeos ao estilo youtuber

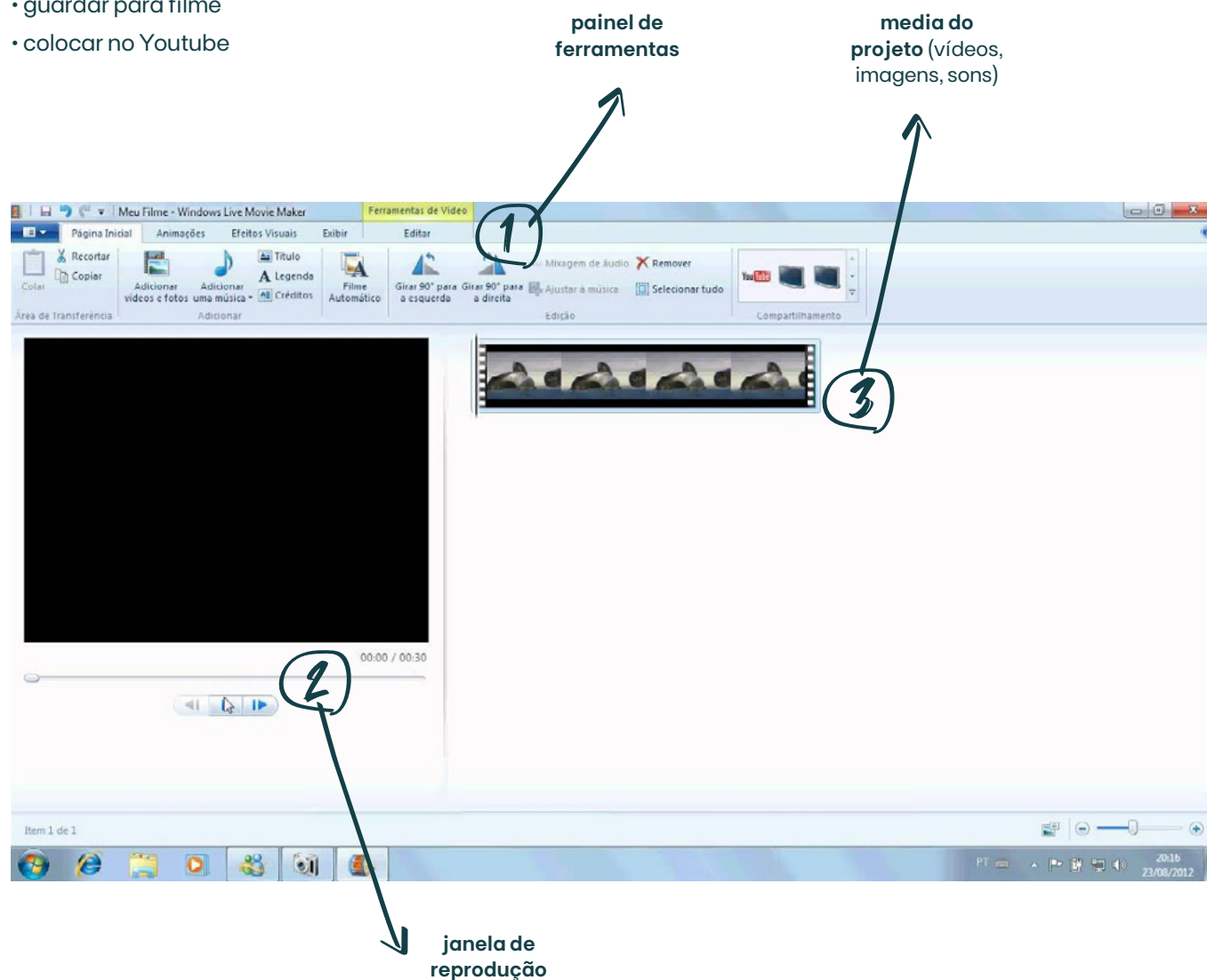


Conceitos base de edição de vídeo

O Windows Movie Maker é um software de edição de vídeo da Microsoft.

Neste módulo vamos abordar:

- layout
- adicionar vídeos | imagens | som
- cortar | copiar | colar | apagar | mover
- controlar sons | efeitos
- títulos | ficha técnica
- transições | efeitos
- guardar para filme
- colocar no Youtube



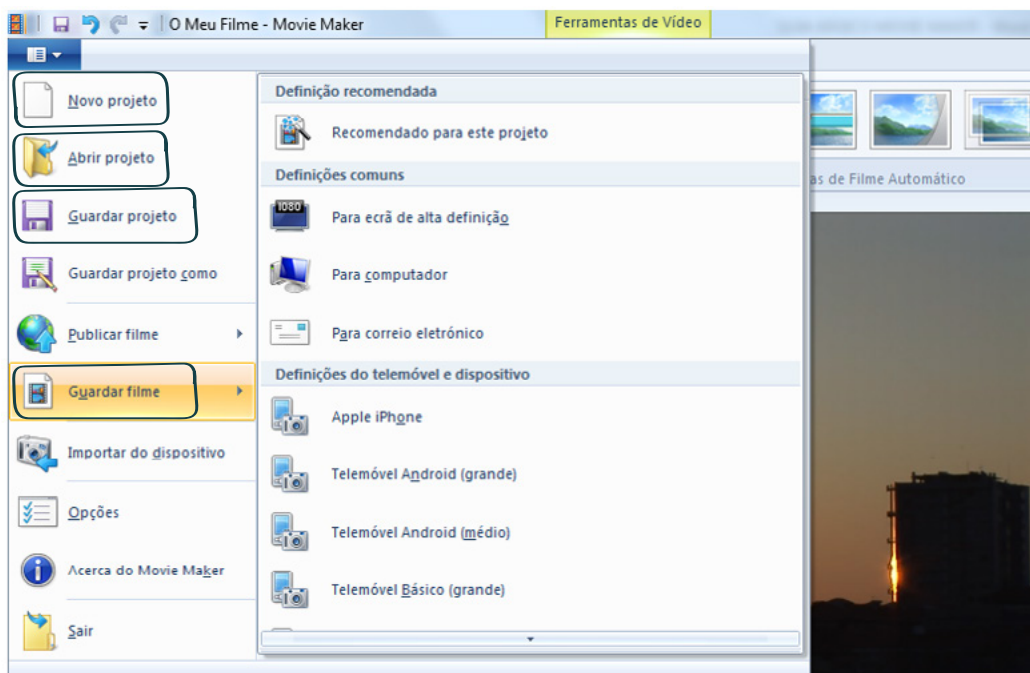
ATIVIDADE 21 (cont.)

Criação de vídeos ao estilo youtuber

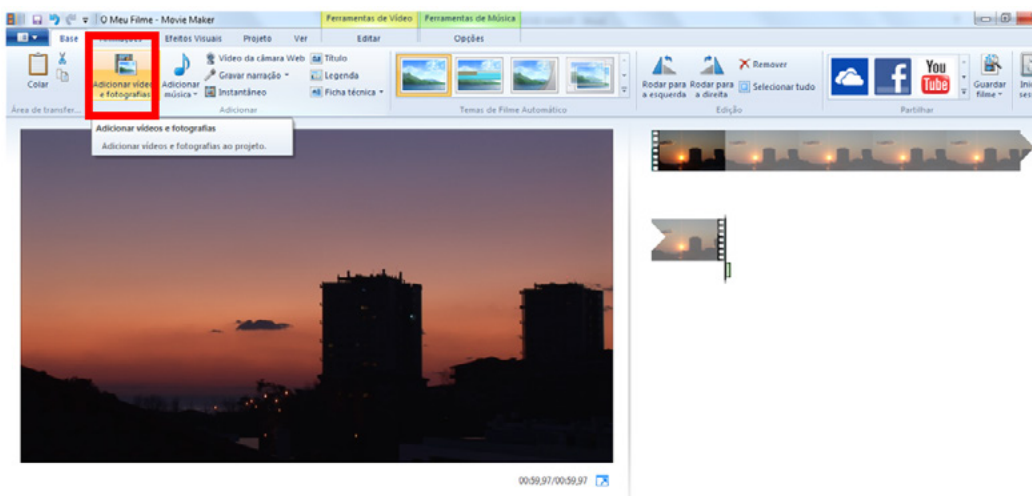


Layout

Menu principal



Adicionar vídeos/imagens



ATIVIDADE 21 (cont.)

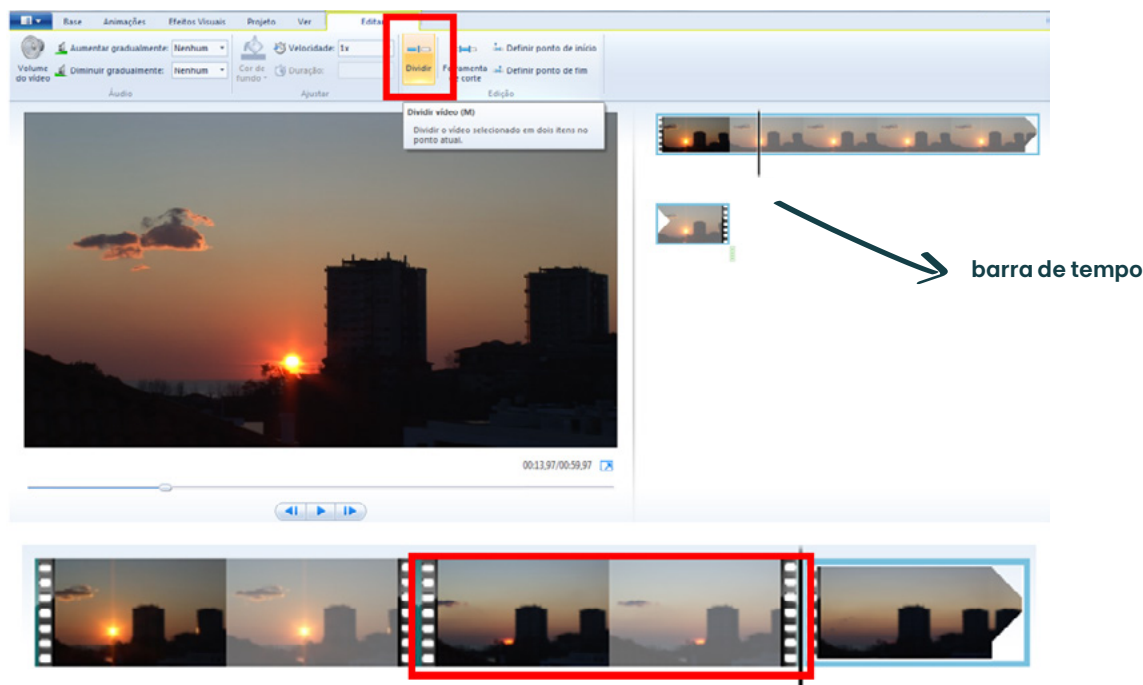
Criação de vídeos ao estilo *youtuber*



Copiar, colar e cortar vídeo

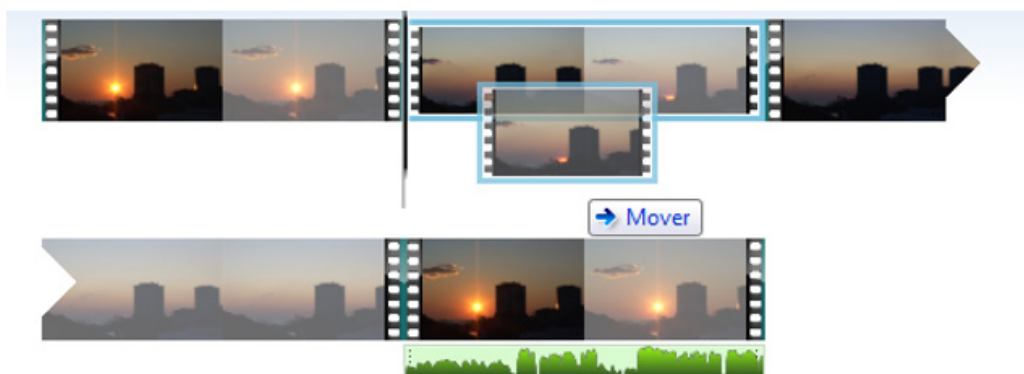
Quando editamos o nosso vídeo, surgem partes que não pretendemos incluir. Uma das formas de as excluir será cortar essas mesmas partes.

Procuramos a parte inicial que se quer cortar com a barra do tempo e clicamos no botão **Dividir**. Repetimos este método. Com a parte final do corte obtemos assim o nosso corte de vídeo, que depois podemos copiar, colar ou apagar.



Apagar e mover *clips* de vídeo

Para apagar um *clip* de vídeo que pretendemos excluir, basta selecionar o *clip* de vídeo e carregar na tecla **DELETE**. Para **mover**, arrastamos o *clip* de vídeo para a posição desejada.



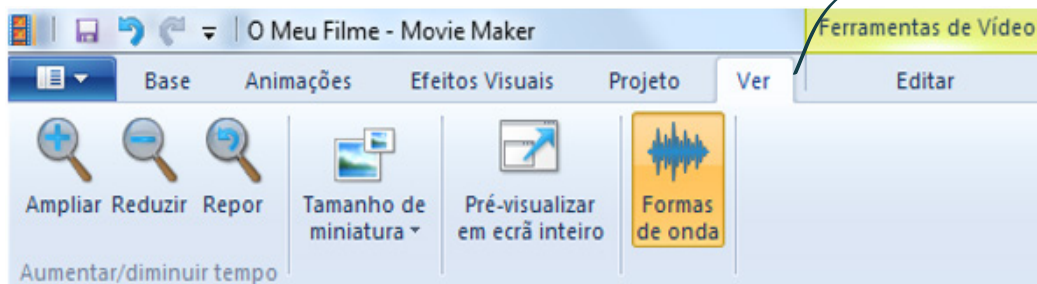
Atividade 21 (cont.)

Criação de vídeos ao estilo youtuber

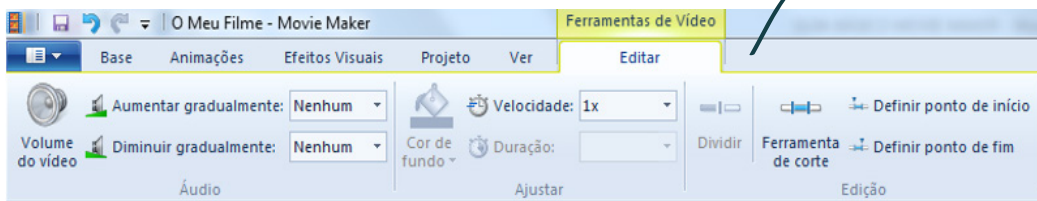


Apagar e mover clips de vídeo

permite aceder às ferramentas de zoom e visualização

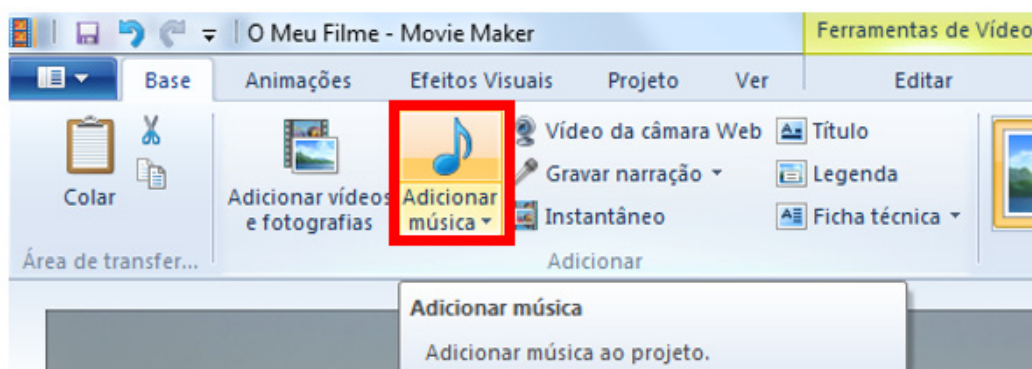


fornece diversos recursos de áudio para além de outros ajustes



Adicionar outros sons ao vídeo

Podemos tornar o nosso filme mais atrativo e mais interessante adicionando música de fundo.

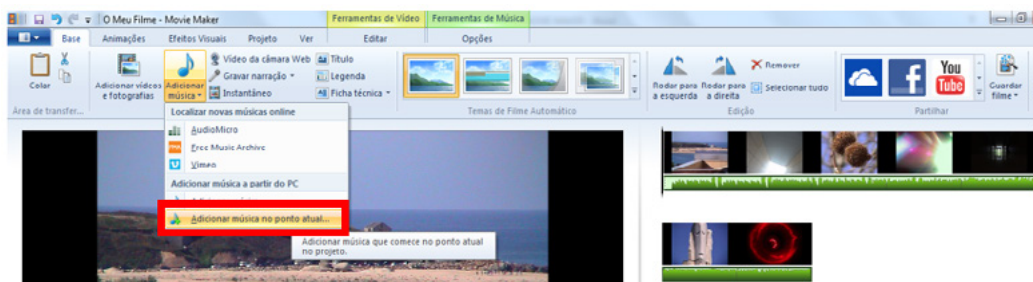


ATIVIDADE 21 (cont.)

Criação de vídeos ao estilo youtuber



Vamos ao painel **Base** e clicamos em **Adicionar música do ponto atual**. Neste caso, tratando-se de fotografias, a duração da música ajusta-se ao número de imagens que tivermos.

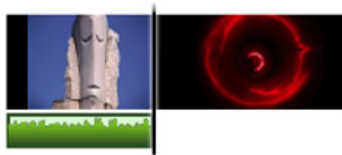
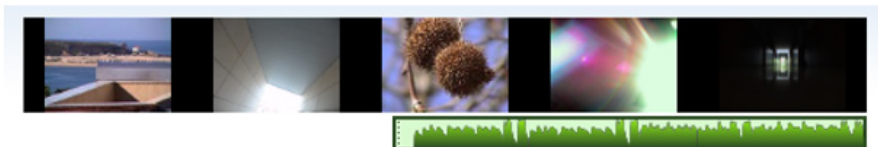
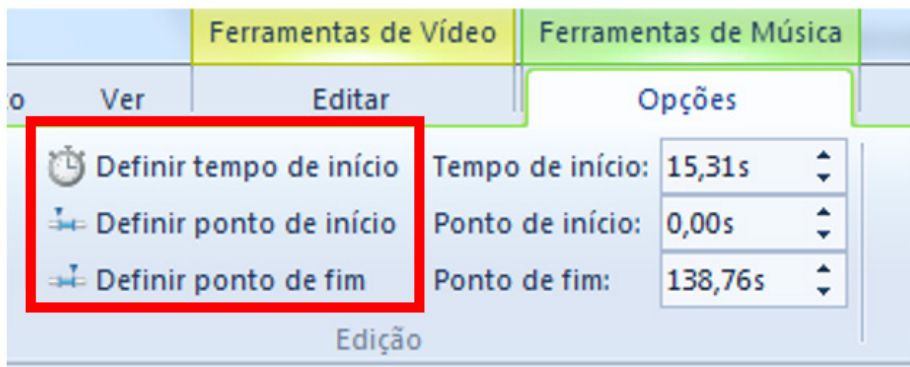


Editar início e fim do som

Existem duas formas de definir o início da faixa sonora. A primeira será arrastando a faixa para a posição de imagem desejada. A segunda será arrastando a barra de tempo para a posição de início do som e clicar em **Definir tempo de início**.

Para cortar a faixa sonora, posicionamos a barra de tempo na posição desejada e aplicamos **Definir ponto de início**.

Da mesma forma, conseguimos terminar a nossa faixa sonora aplicando **Definir ponto de fim**.



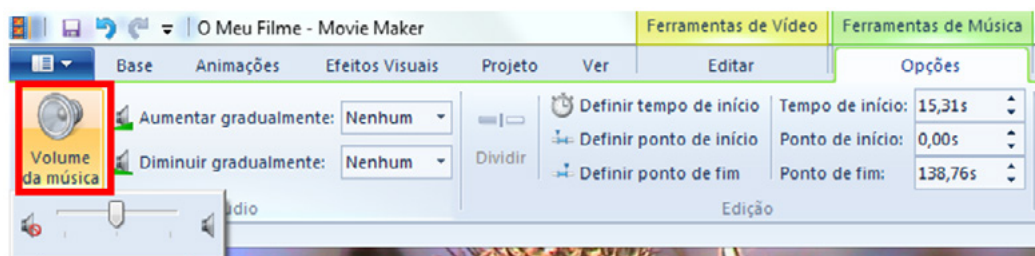
ATIVIDADE 21 (cont.)

Criação de vídeos ao estilo youtuber



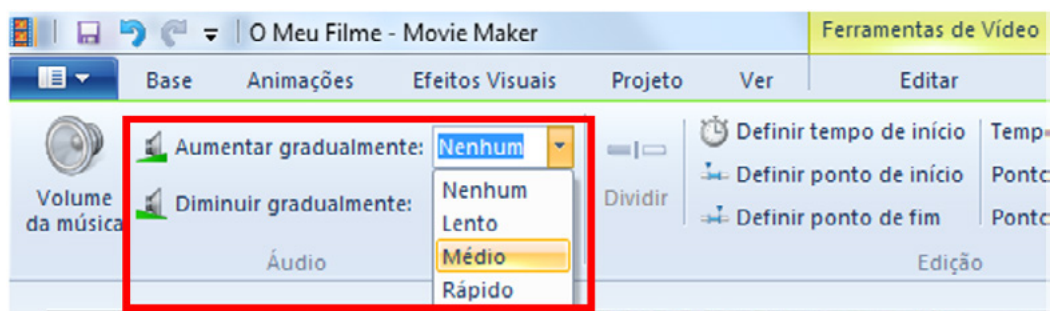
Controlar volume do som

Após termos inserido uma música no nosso filme, podemos controlar o volume da música acedendo ao painel **Ferramentas de Música**. O recurso **Volume da música** (marcado a vermelho) vai permitir ajustar o volume consoante aquilo que acharmos necessário.



Transição gradual do som

O Movie Maker permite aplicar efeitos de aumento e diminuição gradual da faixa sonora. O aumento gradual será sempre feito no início da faixa sonora, permitindo a transição do volume 0 ao volume original. No caso da diminuição gradual, será aplicado no final da faixa sonora, do volume original ao volume 0. Temos a possibilidade de controlar a velocidade da transição de volume entre **Lento, Médio e Rápido**. Seleccionamos o início ou o fim da nossa faixa sonora e aplicamos o efeito de transição de volume.



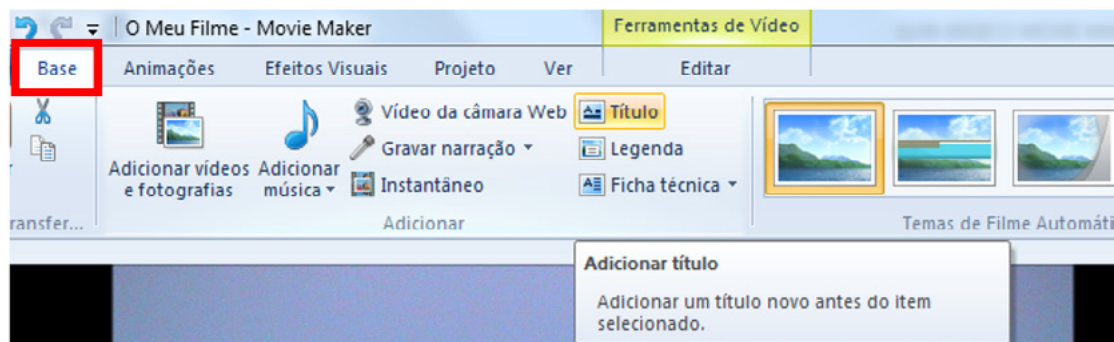
ATIVIDADE 21 (cont.)

Criação de vídeos ao estilo youtuber



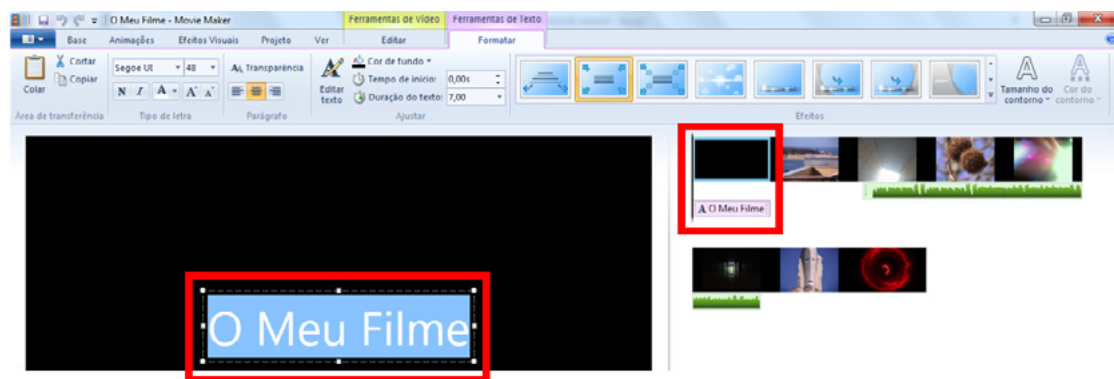
Adicionar títulos

É possível adicionar títulos aos nossos filmes. Colocamos o cursor da barra de tempo na posição desejada e no painel **Base** aplicamos **Adicionar título**.



Editar títulos

Para escrever no campo de texto, clicamos duas vezes sobre o texto.



O próximo passo é formatar o nosso título. Deveremos selecionar o texto para aplicar a formatação.

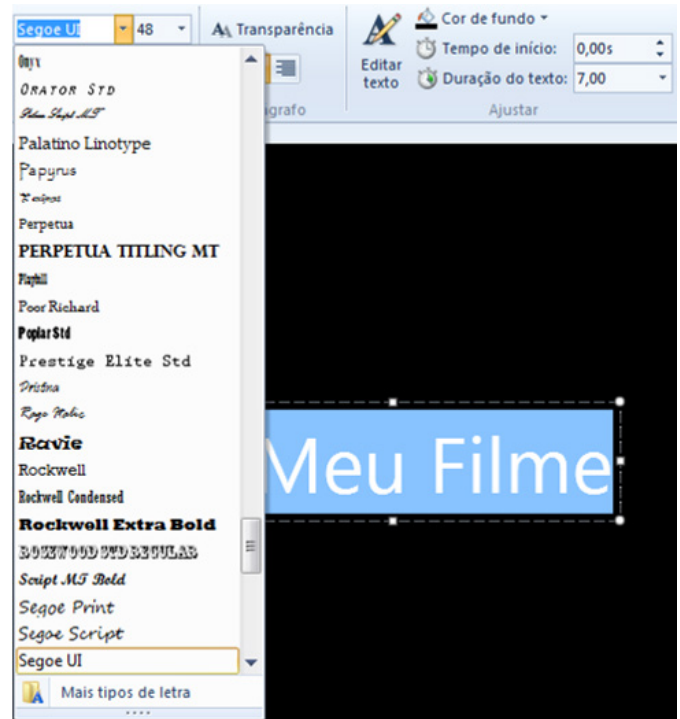
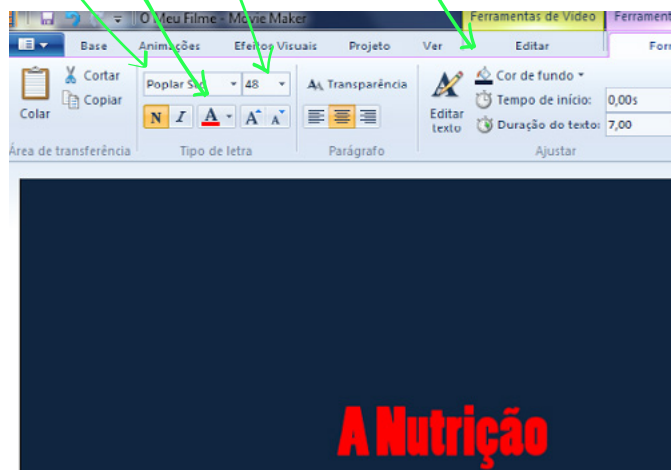
ATIVIDADE 21 (cont)

Criação de vídeos ao estilo youtuber



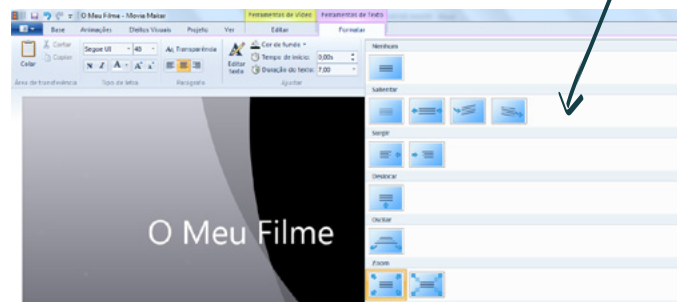
Formatar títulos

Temos várias opções de formatação do texto: tipo de letra, cor e tamanho do texto, cor do fundo



Efeitos de movimento

Clicando no botão de **expansão de efeitos**, temos acesso a todos os efeitos.



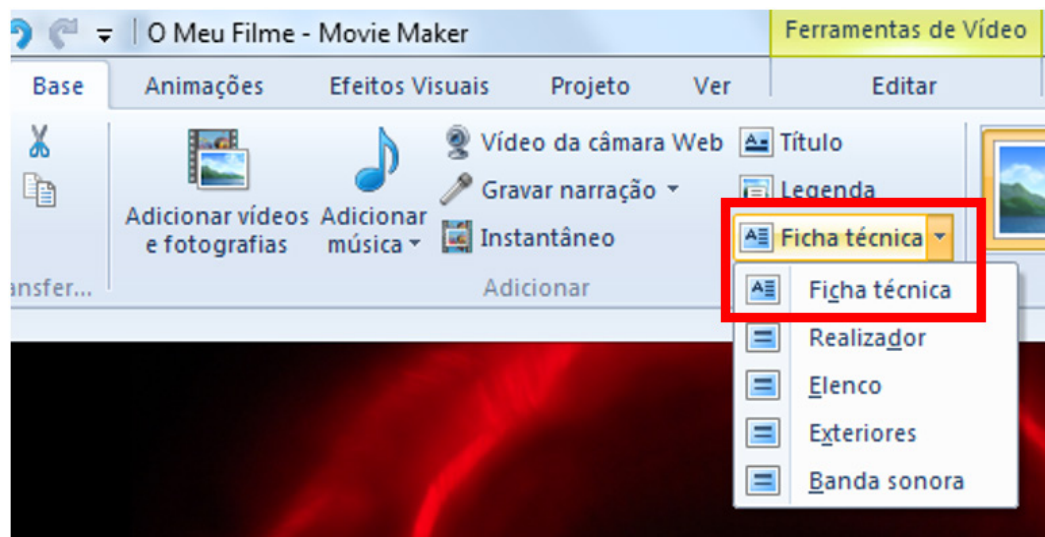
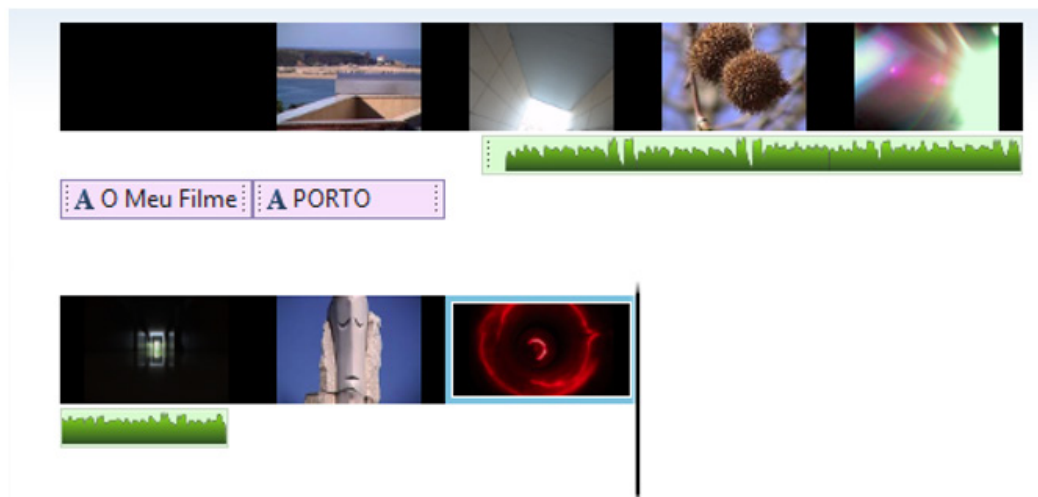
ATIVIDADE 21 (cont.)

Criação de vídeos ao estilo youtuber



Adicionar ficha técnica

Vamos colocar o cursor de barra de tempo no final do nosso filme; clicamos depois em **Ficha técnica**. Temos várias opções; escolhemos primeira opção.



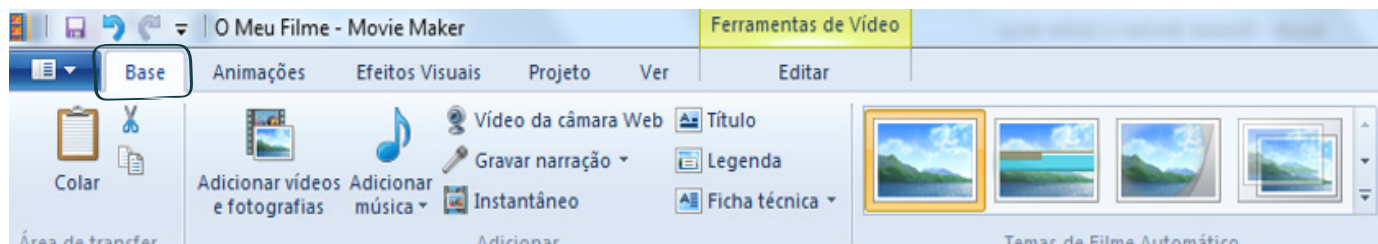
Atividade 21 (cont)

Criação de vídeos ao estilo youtuber

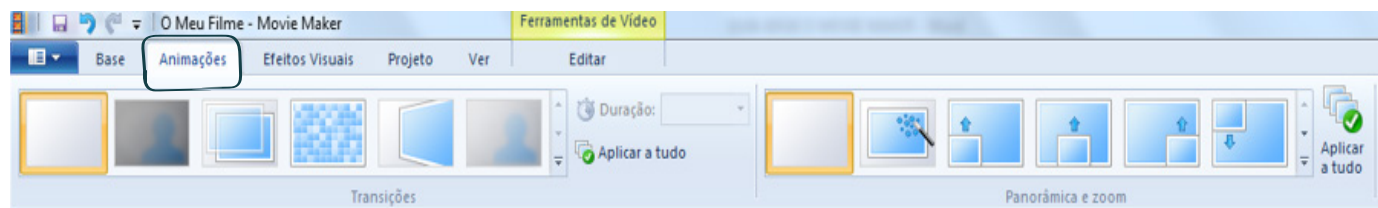


Outras funcionalidades: animações

Permite editar, inserir e capturar.

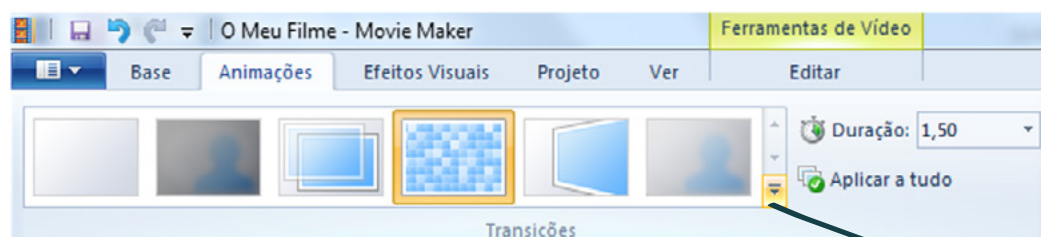


Permite aplicar transições e efeitos de panorâmica e zoom.



Outras Funcionalidades: transições

Podemos aplicar transições a partir do painel **Animações**.



Se clicarmos na opção de expansão de transições, temos acesso a mais tipos de transição. Podemos definir a duração da transição e aplicá-la a uma só imagem ou a todas.

ATIVIDADE 21 (cont.)

Criação de vídeos ao estilo *youtuber*

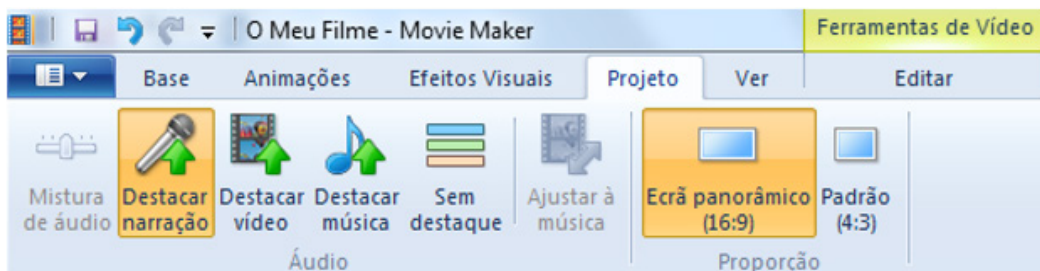


Outras funcionalidades: efeitos visuais/projeto

Permite editar, inserir e capturar.

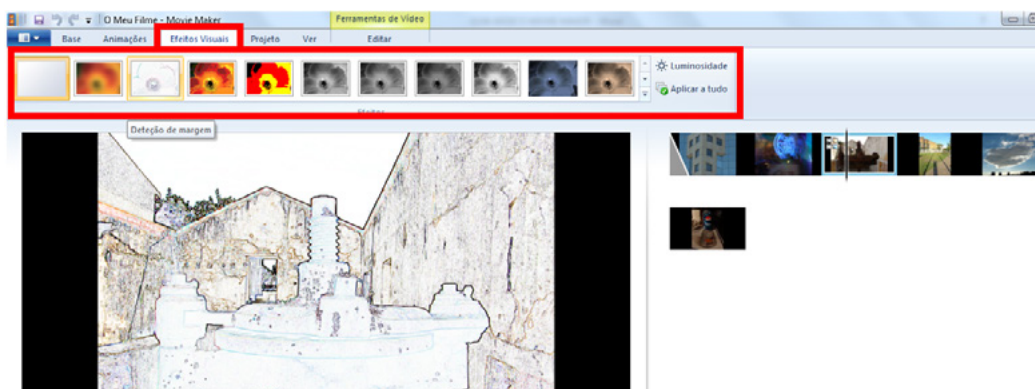


Permite configurar a mistura de áudio e o aspeto do vídeo.



Outras funcionalidades: efeitos visuais

Para aplicar efeitos visuais nas imagens, acedemos ao painel **Efeitos Visuais**; podemos ver os efeitos na imagem passando com o rato sobre os diferentes efeitos e aplicar clicando no efeito pretendido.



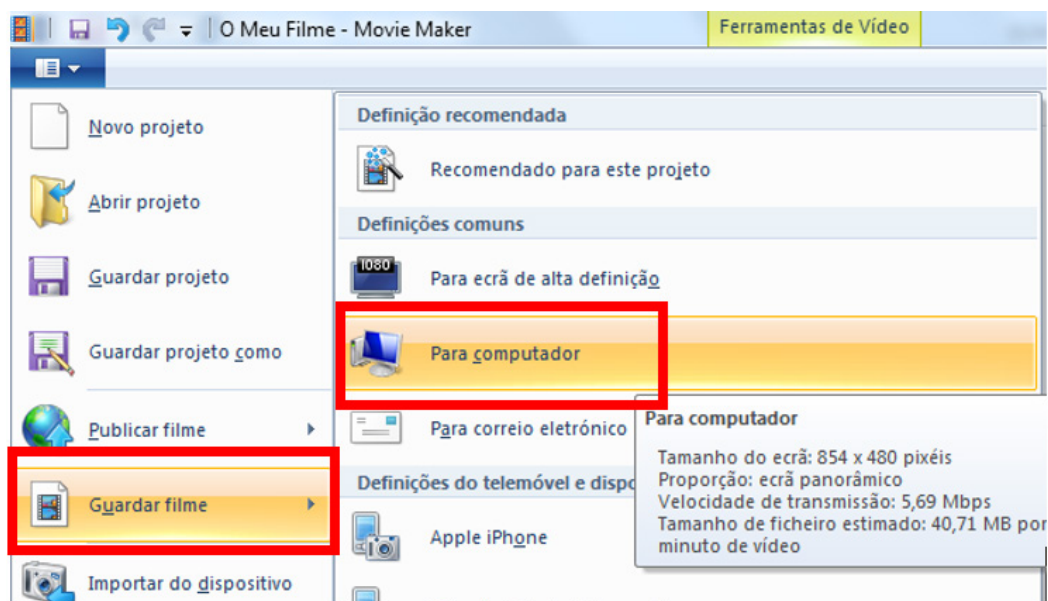
ATIVIDADE 21 (cont.)

Criação de vídeos ao estilo youtuber



Guardar para filme

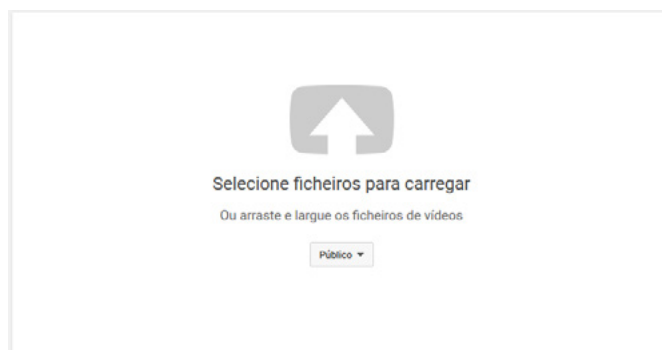
Depois de terminarmos a nossa edição, vamos guardar o filme no formato adequado à visualização final. É aconselhável guardarem o projeto de edição, para o caso de mais tarde quererem fazer alterações (**CTRL+S**). Vamos guardar o nosso filme com boa qualidade.



Exportar o nosso filme (Youtube)



Para carregar o nosso filme para o Youtube, acedemos à nossa conta de Youtube e clicamos no botão **Carregar**. Depois, selecionamos o ficheiro ou ficheiros a carregar e carregamos.



ATIVIDADE 21

(cont.)

Criação de vídeos ao estilo youtuber



Fichas de orientação da pós-produção

Edição:

1. Tenho o *software* de edição de vídeo instalado e pronto a utilizar?
2. A escrita da *voz-off* encontra-se em conformidade?
3. As imagens encontram-se organizadas na *timeline* de forma a formarem uma narrativa coesa?
As cores das imagens são adequadas e agradáveis?
4. Preciso de repetir imagens ou devo recolher outras?
5. A *voz-off* e os restantes sons encontram-se colocados no tempo certo e de acordo com as imagens?
6. A *voz-off* encontra-se audível e sem ruído ou preciso de editar ou voltar a gravar?

Revisão:

7. A duração é a estipulada? Preciso de cortar algo ou reorganizar algo?
8. Existem planos demasiado longos que tenha de rever?
9. Existe uma variedade suficiente de planos?
10. Preciso de acrescentar ou retirar pausas na *voz-off*?
11. A narrativa é fluida e simples ou devo acrescentar mais texto ou animações de suporte?
12. Todas as imagens e sons encontram-se associados de forma correta?

Validação:

13. Qual será o grau de satisfação da audiência ao ver o vídeo?
14. Quem poderá rever o vídeo antes da sua publicação?
15. A narrativa faz sentido para quem não a conhece?

Elaboração de um plano de comunicação

Tabela do plano de comunicação

Público-alvo	
Objetivos	
Mensagem	
Recursos	
Calendarização	
Divulgação	
Resultados	



FICHA TÉCNICA

COMUNICA COM ENERGIA PELA CIDADANIA AMBIENTAL

COORDENAÇÃO

José Azevedo
André Soeiro

AUTORES

Ivone Neiva Santos
Daniela Ferreira Silva
Adriana Fogel
Ana Isabel Ferreira
Maria João Tavares
Rita Moura

©2023, EDP Produção e Faculdade de Letras da Universidade do Porto

TÍTULO

Comunica com Energia pela Cidadania Ambiental

EDIÇÃO

EDP Produção

DESIGN E PAGINAÇÃO

Flúor Studio Design Advisors

PROPORÇÃO

210 x 297 mm

TIPOS DE LETRA

FT Base, Takota

FOTOGRAFIA

Fontes diversas
Arquivo Fotográfico dos autores dos textos

IMPRESSÃO E ACABAMENTO

Flúor Studio Design Advisors

2.ª edição: janeiro de 2023

ISBN: 978-989-33-3102-6

Reservados todos os direitos

Publicado por:



