

Data: 30/10/22

INICIATIVA 5 - NO MUNDO EM PANDEMIA, INFORMAÇÃO É VIDA

1. HISTÓRICO DO PROJETO

- A. País: Brasil
- B. Nome do Proponente: GRIOT CONSULTORIA EM PROJETOS CULTURAIS E EDUCACIONAIS LTDA
- C. Nome da proposta: NO MUNDO EM PANDEMIA, INFORMAÇÃO É VIDA
- D. Integrantes: 8
 - i. 1 supervisor de ensino;
 - ii. 2 diretores de escola;
 - iii. 2 professores;
 - iv. 2 educadores;
 - v. 1 atriz e diretora de teatro;

2. JUSTIFICATIVA DO PROJETO

O projeto justificou-se pela vulnerabilidade individual e social dos diferentes grupos abordados, assim como comportamentos de risco e suas capacidades de enfrentamento e os nossos conhecimentos da Griots Assessoria e Formação Humana sobre a realidade das periferias do Brasil e de São Paulo, consideram fundamental tornar o Guia da OPAS mais conhecido e mais acessível por meio de uma abordagem mais direta e menos técnica das orientações nele contidas, relacionando as demais dificuldades para a implementação das medidas do Guia com o problema das fake news e da infodemia.

3. POPULAÇÃO FOCO DA CAPACITAÇÃO

O foco da capacitação foram os Membros de entidades sociais e escolas;

4. GRUPOS EM SITUAÇÃO DE VULNERABILIDADE FOCO DA INICIATIVA

O foco foram os grupos formados por crianças, adolescentes, jovens e adultos, migrantes e mulheres que moram em comunidades da periferia de São Paulo com grandes concentrações de pessoas em condições precárias de habitação.

5. OBJETIVO GERAL

Promover informações e orientações sobre a importância do cumprimento das medidas do Guia, usando diferentes recursos e multilinguagens para chamar a atenção, seduzir e engajar, visando à superação dos obstáculos e resultados indesejados.

6. OBJETIVO ESPECÍFICOS

- i. Oferecer cursos com informações de qualidade e o combate às fake news, utilizando estratégias de leitura e análise de matérias impressas e digitais sobre a COVID-19;
- ii. Reforçar a importância do uso da máscara e da vacinação, com exemplos concretos e linguagens acessíveis;
- iii. Promover fonte de renda comprando e incentivando a compra de máscara nas próprias comunidades atendidas;
- iv. Distribuir material didático impresso e digital para todos os participantes.

7. METODOLOGIA UTILIZADA NA CAPACITAÇÃO

- i.
 - A. Metodologia
 - ii. Perspectiva freiriana, partindo do potencial de cada educando.
 - i. Aulas presenciais e remotas síncronas.
 - B. Ações de capacitação
 - i. A partir da realidade de cada turma e por meio do diálogo com as pessoas participantes, desenvolvemos diferentes estratégias de abordagem do conteúdo da formação em cada comunidade:
 - ii. Aulas presenciais e remotas síncronas expositivo-dialogadas com uso de material audiovisual e relatos de caso;
 - iii. Sala de aula invertida.;
 - C. Ferramentas de capacitação
 - i. Powerpoint;
 - ii. Infográficos e vídeos;
 - iii. Debate.

D. Recursos de TI utilizados na capacitação

- i. Datashow.
- ii. Material digital de informações mais completos e mais rápidos.
- iii. Compartilhamento por aplicativo de mensagem (WhatsApp)

E. Meios de divulgação da capacitação

- i. Convocação por zona da capital Paulista acessando contatos já familiares a partir de projetos desenvolvidos anteriormente
- ii. Divulgação do material produzido via smartphone.

8. MATERIAL/CONTEÚDO PRODUZIDO (PERMANENTE E TEMPORÁRIO)

iii. Material audiovisual como:

- i. Vídeos;
- ii. Apostilas;
- iii. Apresentação Power Point;
- iv. Guia Informação é vida disponibilizado impresso e online;
- v. Máscara
- vi. Apostilas
- vii. Portfólio
- viii. Tríptico (folders)

A. Critérios de avaliação dos resultados obtidos

- i. Um levantamento inicial desses impactos nas comunidades atendidas, por meio de um formulário do Google Docs. O formulário continha questões fechadas e abertas, nas quais os participantes deveriam marcar apenas um X, e outras nas quais eles deveriam escrever uma explicação, fazer uma crítica ou dar sugestão sobre o assunto tratado, conforme cada questão.

B. Quantificação dos resultados

- i. Instituições parceiras: 04;
- ii. Formadores: 06;
- iii. Turmas: 13;
- iv. Encontros: 23;
- v. Horas de formação: 184;
- vi. Participantes: 223;

- vii. Formulários de opinião sobre os vídeos: 235 preenchidos, sendo 207 pelo YouTube e 28 impressos;
- viii. Máscaras confeccionadas e distribuídas: 700;
- ix. Folders: 3 mil;
- x. Guia Informação é Vida: 300;

9. REPLICABILIDADE DA INICIATIVA

A iniciativa é perfeitamente replicável a considerar a adaptação da linguagem aos diferentes públicos da capacitação, assim como considerar os desafios e as potencialidades de cada pessoa em seu contexto.

10. INOVAÇÕES

- A. Uma abordagem para cada grupo capacitado;
- B. Na comunicação, o formato de vídeo com linguagem audiovisual simples e lúdica para levar as mensagens do guia para as comunidades da periferia de São Paulo.

11. AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS – MUDANÇA EFETIVA DAS CONDIÇÕES DAS POPULAÇÕES VULNERÁVEIS

- B. Mais de 70% terminaram o processo mais informados sobre os assuntos abordados e mais de 60% consideraram muito importantes os vídeos produzidos.

12. FACILITADORES

- A. Linguagem mais informal.
- B. Execução de 2 projetos complementares pela mesma equipe: capacitação e comunicação.
- C. O fato de ter contato com os grupos que tinham participado de formação em projeto anterior, assim como a validação dos produtos por outras pessoas que tiveram a primeira vez o contato com a equipe produtora dos vídeos.
- D. Considerar para a participação no projeto o público já vinculado às instituições.

13. BARREIRAS E DESAFIOS

- A. Barreira idiomática com imigrantes;
- B. Baixo letramento alfabético e digital de parte do público;
- C. Dificuldades no acesso à água potável;
- D. Necessidade de combater fake news sobre a pandemia;

- E. Dificuldade na mobilização das pessoas;
- F. Prazo encurtado para a realização do projeto.

14. RECOMENDAÇÕES

- A. Compreender um pouco mais sobre a gravidade e complexidade do problema da pandemia de COVID-19, por conta do nosso pouco conhecimento sobre o coronavírus e das várias implicações da crise sanitária que vão muito além do âmbito da saúde, sob orientações da OPAS;
- B. Sobre a necessidade de informar mais e melhor a grande maioria das populações mais pobres e marginalizadas de todas as partes do mundo;
- C. Tornar as produções mais acessíveis e atraentes, com legendas, interpretação em LIBRAS, utilização de memes, vídeos mais curtos, dentre outros.
- D. Sobre a necessidade de construirmos um mundo com menos desigualdades sociais, culturais e humanitárias;
- E. A importância da universalização da educação básica sobretudo em momentos gravíssimos como este no qual ainda estamos inseridos por conta da pandemia;
- F. A importância de mais empatia por parte das nações, principalmente as mais ricas, e entre as pessoas, com menos ganância, sobretudo dos mais ricos, e mais e solidariedade;
- G. Sobre a necessidade de mais atuação junto às comunidades das periferias do Brasil e de São Paulo, de modo particular, e contribuir com mais ações sociais junto a essas populações que vivem em situação de vulnerabilidade;
- H. Da necessidade de mais cursos de formação de leitores de diferentes gêneros discursivos, com ênfase nos gêneros impressos e digitais que circulam nos grandes meios de comunicação e na internet, numa perspectiva crítica e humanista;
- I. A importância de um trabalho mais sistemático sobre as fake news e a infodemia com cursos, palestras, seminários, círculos de cultura, rodas de conversa sobre esses assuntos;
- J. Estabelecer canais de comunicação com a comunidade com materiais adaptados a diferentes públicos de maneira a facilitar em iniciativas futuras.
- K. Trabalhar com menos tempo para realização de todo processo de formação. Havíamos previsto 3 meses de trabalho. Tivemos que fazer tudo em apenas 2 meses. Foi uma grande dificuldade e uma aprendizagem o que tivemos de fazer conseguir os prazos estabelecidos pela OPAS;
- L. Trabalhar em equipe num projeto de dimensão internacional e importância fundamental, articulando ações da educação e da saúde numa perspectiva social e humanitária que envolve empatia e solidariedade.

M. Aprendizados obtidos:

- i. Linguagem mais acessível nas comunicações através de tríptico e vídeos com caráter lúdico e cômico.
- ii. Estabelecer canais de comunicação com a comunidade com materiais adaptados a diferentes públicos.
- iii. Importância de contar com ajuda de profissionais da área de comunicação para elaboração de materiais para a capacitação

2. 14. ENTREVISTAS

Luiz Marine José do Nascimento¹ - Brasil - 27/10/22

¹ Representante da Griots Assessoria e Formação Humana