

Guia de Defesa



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

SONGS FOR
CHANGE

Introdução	1
Como Estabelecer uma Estratégia de Defesa	4
Como Utilizar a Música para Defender os Valores da UE	12
Como Influenciar Diferentes Grupos-alvo	20
Como Interagir com o Público	24
Como Configurar uma Rádio Web	28
Conclusão	31
Contribuidores	33



SONGS FOR CHANGE

O projeto Songs for Change é um projeto cofinanciado pelo programa Erasmus+ que visa promover os valores da UE através da música. O projeto tem uma duração de dois anos (05/2022-05/2024).

O programa Songs for Change dá aos jovens e aos trabalhadores da juventude a oportunidade de aprenderem sobre os valores da UE através da música, de expressarem as suas opiniões sobre questões importantes e de se tornarem agentes de mudança ativos, produzindo canções e vídeos musicais do Songs for Change que chegam aos seus pares, às partes interessadas da comunidade e aos decisores políticos.

É desenvolvido por um consórcio de 7 parceiros de Itália, Países Baixos, Grécia, Alemanha, Bélgica, Portugal e Eslováquia, que possuem competências complementares no domínio da educação não formal, da capacitação dos jovens e da música.

O projeto baseia-se num modelo de aprendizagem que combina a música e a educação não formal, visando assim tanto o nível intelectual como o emocional. O modelo de aprendizagem utilizado baseia-se em 4 etapas: Aprender, Criar, Produzir, Defender (LCPA - Learn, Create, Produce, Advocate). Este método permite que os jovens compreendam, promovam e apliquem os valores da UE através da música e defendam a mudança.

As quatro etapas do modelo correspondem a quatro resultados do projeto - um conhecimento compacto dos principais factos e números sobre os valores e a música da UE, num estilo acessível aos jovens e disponível em diversos formatos: como um conjunto de ferramentas, um manual, uma série de webinars e tutoriais em vídeo.

APRENDER - O TOOLKIT SONGS FOR CHANGE (PR1)

CRIAR - SÉRIE DE CRIAÇÃO DE CANÇÕES (WEBINARS E WORKSHOPS) (PR2)

PRODUZIR - TUTORIAIS DE PRODUÇÃO DE VIDEOCLIPES (PR3)

DEFENDER - TRANSMISSÃO SONGS FOR CHANGE (PR4)

Este guia de defesa faz parte da transmissão Songs for Change, que é o quarto pilar (A-Advocate) do projeto e do método LCPA. Este resultado é uma combinação de ferramentas (rádio web, canções e videoclipes), canais (meios de comunicação locais, redes sociais) e atividades (eventos comunitários) em que os jovens poderão alcançar e influenciar os membros da comunidade e as partes interessadas, incluindo políticos e decisores políticos, promover e debater os valores da UE através da música.

A música e as imagens (vídeo/filme) têm um grande potencial para promover ideias e valores, para influenciar e defender, mas também para discutir determinados temas (por exemplo, através das características interativas das redes sociais).

Dêem voz às vossas opiniões e exprimam-se através da escrita, da fala, da música, da dança ou de outras formas de arte e tornem-se agentes ativos da mudança.

A música tem uma capacidade única para ultrapassar as barreiras linguísticas e ligar as pessoas a um nível emocional, pelo que a promoção dos valores da UE através da música é uma forma poderosa de promover a unidade, a compreensão e um sentido de identidade partilhada entre os diversos Estados-Membros e os seus cidadãos. A UE assenta numa base de valores partilhados, como a democracia, os direitos humanos, o Estado de Direito e a inclusão social. Através da música, os cidadãos da UE podem fomentar o intercâmbio cultural e partilhar o apreço pela diversidade, promovendo simultaneamente uma identidade europeia coletiva. A música pode ser utilizada para promover a paz e a compreensão, centrando-se em temas como a reconciliação, a tolerância, a empatia e a cooperação. É também um meio de educar sobre a história, os desafios e o percurso de cada nacionalidade.

A música tem uma forma de colmatar as lacunas entre diferentes culturas e lembra às pessoas que, apesar das diferenças, existem valores fundamentais que nos unem a todos.

INTRODUÇÃO

O programa de transmissão "Songs for Change" implica o desenvolvimento de eventos comunitários, o lançamento de uma rádio online, a produção e a criação de conteúdos para os podcasts, os espetáculos ao vivo e as campanhas nas redes sociais. Estes eventos serão liderados por trabalhadores da juventude, que estão encarregues de debater esta questão e de orientar o grupo de jovens com quem estão a trabalhar, e por jovens, que são o público principal deste guia de sensibilização.

A implementação do programa de transmissão Songs for Change terá em consideração os públicos-alvo que o projeto pretende atingir e adaptará as estratégias e técnicas de comunicação ao que melhor lhes convier.

Uma vez que o nosso projeto se dirige sobretudo aos jovens, é importante conceber uma estratégia coesa e abrangente para as redes sociais. Apelamos aos jovens para que vejam o nosso trabalho!

Este guia de sensibilização foi concebido para ajudar os JOVENS e os TRABALHADORES JOVENS, os MEMBROS DA COMUNIDADE, as PARTES INTERESSADAS, incluindo os decisores políticos, e todas as pessoas que queiram ser agentes de mudança a adquirir conhecimentos sobre a promoção dos valores da UE através da música.

O projeto Songs for Change foi cofinanciado com o apoio da Comissão Europeia. Esta publicação reflete apenas os pontos de vista do autor e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer utilização que possa ser feita das informações nela contidas.



COMO ESTABELECECER UMA ESTRATÉGIA DE DEFESA

A tua voz é um poderoso catalisador da mudança e a defesa de causas é uma força vital para moldar o mundo que se alinha com os valores e aspirações da tua geração. A defesa é a declaração da capacidade de influenciar políticas, desafiar normas e esculpir o futuro da forma como o imaginam.

Neste capítulo, aprofundamos os elementos essenciais de uma estratégia de defesa, orientando-o na definição de objetivos, maximização da eficácia, identificação de públicos-alvo e criação de um plano de ação para dar vida à tua defesa.

Achas que podes ser um porta-voz? És:

empático

bom em networking

consciente do estado atual das questões e políticas

atualizado sobre o quadro político

capaz de aplicar ferramentas e estratégias

bom a falar em público

bom a empoderar outros

tens uma mensagem e visão clara

um estratega

uma pessoa persistente e comprometida

capaz de ouvir atentamente



Uma estratégia de defesa pode ser muito benéfica para ti por várias razões. Fornecer-te-á um foco, direção e orientação para abordar questões ou promover a mudança positiva que desejas ver. Uma estratégia de defesa ajudar-te-á a **concentrares-te** e a definir claramente as tuas metas e objetivos e permitir-te-á identificar questões ou causas específicas que te apaixonam, garantindo que os teus esforços terão impacto. **Adaptará as tuas mensagens** a um público específico e aumentará as hipóteses de captar a sua atenção e apoio. Fornecer-te-á um **roteiro** das ações que pode e deve realizar para atingir o teu objetivo. Ajudar-te-á a navegar pelas **considerações legais e éticas** relacionadas com a causa. Irá **aperfeiçoar** a tua abordagem com base nas lições aprendidas com outras iniciativas de defesa. Sentires-te-á **capacitado** e desenvolverás as tuas capacidades e confiança. Interagirás e **estabelecerás uma rede de contactos** com indivíduos e organizações que pensam da mesma forma e que podem fornecer-te apoio valioso, recursos e ligações para futuros empreendimentos. Ajudar-te-á a definir a mudança **duradoura** (a longo prazo) que pretende efetuar.

Estás pronto para ser um porta-voz? A viagem começa com a definição das metas e objetivos da defesa para elaborar uma estratégia que amplifique a tua voz e te impulsione para uma mudança significativa.

DEFINIR AS METAS E OS OBJETIVOS DA DEFESA

No mundo dinâmico do ativismo musical, onde a ressonância dos acordes e das letras pode desencadear uma poderosa mudança social, é fundamental definir metas e objetivos claros de sensibilização. A promoção através da música envolve influenciar decisões e ações nas esferas cultural e social, utilizando melodias e letras como meio de transformação positiva. Vamos explorar os passos essenciais para definir objetivos de promoção com impacto no contexto único do ativismo musical.

A defesa consiste em influenciar decisões e ações no âmbito de sistemas políticos, sociais ou económicos. Pode ser levada a cabo por indivíduos, organizações ou grupos com o objetivo principal de criar mudanças positivas na sociedade. Este processo vital envolve a sensibilização e a educação do público sobre assuntos pertinentes, tudo baseado em factos reais. Para fazeres ouvir a tua voz, podes utilizar várias estratégias, tais como campanhas nos meios de comunicação social, publicações de investigação, esforços de angariação de fundos e participação em palestras públicas.

PARA SEREM EFICAZES, OS PROMOTORES DEVEM SEGUIR OS SEGUINTE PASSOS:

COMEÇAR COM UMA AVALIAÇÃO DAS NECESSIDADES

Para iniciar um processo de defesa bem sucedido, é crucial começar com uma avaliação abrangente das necessidades. Isto ajuda os promotores a descobrir quem são os decisores relevantes e quem está encarregue de lidar com a questão. Além disso, compreender as leis locais e estatais é igualmente essencial porque ajuda a saber o que se pode e não se pode fazer dentro do quadro legal existente.

Pergunta-te a ti próprio: O que é que precisa de mudar?

ENCONTRAR POTENCIAIS ALIADOS

Outro aspeto chave da defesa eficiente é encontrar potenciais aliados. Estes são indivíduos, grupos ou organizações que se preocupam com as mesmas questões que tu. Fazer equipa com eles e trabalhar em conjunto pode fazer uma grande diferença. As vozes coletivas têm um impacto maior do que as vozes isoladas.

Pergunta-te a ti próprio: Quem é que me pode ajudar?

DEFINIR OBJETIVOS CLAROS

A base para um trabalho de defesa eficiente reside em ter respostas claras a duas perguntas principais: "O que é que eu quero alcançar?" e "Como é que eu posso fazer com que isso aconteça?" Ao abordar cuidadosamente estas questões, podes descobrir exatamente o que precisas de fazer e definir objetivos específicos para alcançar os resultados desejados. Desta forma, mantém-te concentrado e garante que os teus esforços conduzem a resultados significativos.

Pergunta a ti próprio: O que é que precisa de ser feito exatamente?

CONSIDERAR A ESCALA E O IMPACTO

Além disso, é importante compreender o âmbito do trabalho de defesa. A promoção pode ter lugar a nível local, nacional ou internacional, dependendo da escala e do impacto da questão. Considerar os esforços de promoção anteriores e basear-se neles pode ser benéfico e impulsionar as tuas estratégias.

Pergunta a ti próprio: Que impacto é que eu quero alcançar?

COMO ESTABELECEER UMA ESTRATÉGIA DE DEFESA

Uma defesa bem sucedida requer uma abordagem estratégica que inclua uma avaliação abrangente das necessidades, alguma familiaridade com as regras, a construção de alianças e a definição de objetivos claros. Se nós, enquanto promotores, estivermos bem informados e tomarmos medidas, podemos conduzir a uma mudança positiva e criar uma sociedade mais justa.

Definir as metas e os objetivos da defesa é um passo crucial, uma vez que serão um roteiro para a implementação das atividades de defesa.

COMO DEVEM SER OS OBJETIVOS DA DEFESA:

CLARO E ESPECÍFICO

Isto evitará a confusão que pode surgir ao longo do percurso e facilitará o processo de medição dos progressos. O objetivo, o resultado e a finalidade têm de ser claros para todos.

Exemplo: Aumentar a sensibilização e a compreensão do público para os valores da UE, organizando e promovendo seminários educativos em centros comunitários locais.

MENSURÁVEL

Ter um objetivo de quantidade e qualidade permite-te acompanhar os progressos e as realizações, o que é essencial para ver o impacto e a eficácia dos teus esforços.

Exemplo: Organizar e promover 10 workshops educativos para 150 pessoas, com uma taxa de satisfação de 80%.

RELEVÂNCIA

Os teus objetivos têm de estar relacionados com o problema que estás a tentar resolver.

Exemplo: Aumentar a sensibilização do público e a compreensão dos valores da UE com o objetivo de promover uma melhor sinergia comunitária.

REALISTA E REALIZÁVEL

Não há problema em ser otimista e ambicioso, mas definir objetivos realistas e realizáveis é importante para manter a motivação e o ímpeto do teu esforço.

Exemplo: pensar quanto será necessário para organizar os seminários (obter autorização dos centros, reunir pessoas, promover, planear a execução dos seminários, logística, etc.)

PRAZOS

Estabelece um ou mais prazos para o(s) teu(s) objetivo(s). Isto ajudar-te-á a manteres-te no bom caminho na execução das tarefas. Define objetivos a curto prazo para uma visão a longo prazo. Dividir os objetivos a longo prazo em objetivos a curto prazo geríveis manterá o impulso.

Exemplo: Organizar e promover 10 workshops educativos até ao terceiro mês após o início do projeto.

ALINHADO COM OS VALORES E A MISSÃO DA ORGANIZAÇÃO

A credibilidade e a autenticidade são importantes para criar confiança no objetivo.

Exemplo: O aumento da consciencialização e da compreensão do público em relação aos valores da UE não contradiz de forma alguma a missão, a visão e o que defendemos da nossa organização.

ADAPTÁVEL

O mundo está a mudar a um ritmo muito rápido, o mesmo acontece com as circunstâncias da execução do plano. A defesa é um processo dinâmico e é necessário manter-se ágil e preparado para responder a novas situações.

Exemplo: A possibilidade de realizar atividades online devido a fatores externos (COVID-19).

As metas e objetivos da defesa serão a base da campanha de defesa. Com base neles, irás tomar decisões, atribuir recursos e avaliar o êxito. Certifica-te de que os defines tão claramente quanto possível para trabalhar eficazmente para o resultado desejado.

IDENTIFICAR O PÚBLICO-ALVO E AS SUAS NECESSIDADES

Na ação de defesa, há dois grupos principais a visar: o grupo-alvo principal, os decisores (ministros e funcionários a diferentes níveis: europeu, nacional, regional ou local), uma vez que possuem a autoridade para aceitar e atuar de acordo com o pedido de sensibilização. O grupo-alvo secundário inclui os influenciadores (especialistas em ideias, investigadores, comunidade, pessoas dos meios de comunicação, etc.), que têm o potencial de influenciar as opiniões e ações do grupo-alvo primário. É crucial saber o que motiva estes influenciadores e fornecer-lhes a informação correta para os envolver na nossa causa.

Envolver os decisores requer diplomacia. Personaliza a tua mensagem de sensibilização para corresponder às suas prioridades e preocupações. Para os fazer aderir à tua causa, mostra claramente os benefícios e os resultados positivos de aceitar e agir de acordo com o teu pedido.

Ao mesmo tempo, influenciar o grupo-alvo secundário requer uma comunicação estratégica. Compreender o que os entusiasma em relação à tua causa e utilizar isso para moldar a tua mensagem. Quer se trate de factos, narração de histórias ou investigação, personaliza a tua abordagem para corresponder aos seus interesses.

A colaboração e o trabalho em conjunto são vitais para uma ação de sensibilização bem sucedida. Construir relações com ambos os grupos-alvo reforça a tua posição e aumenta o impacto da campanha. Ao fomentar alianças, partilhar conhecimentos e apoiar mutuamente, podemos manter-nos unidos numa mudança positiva.

Uma defesa eficaz implica visar tanto os decisores como os influenciadores, apresentar uma mensagem clara e convincente que corresponda aos teus interesses e promover colaborações para maximizar o impacto.

ESCOLHER AS MENSAGENS E OS CANAIS DE COMUNICAÇÃO CORRETOS

Uma mensagem clara e bem estruturada é crucial para uma defesa eficaz. Assegura-te que o objetivo e a finalidade são efetivamente transmitidos sem quaisquer mal-entendidos. Para maximizar o impacto da tua ação de defesa, segue estes princípios-chave:

APRESENTAR A QUESTÃO

Descreve claramente o problema que estás a defender. Fornece factos, dados e provas relevantes para apoiar a tua causa. Certifica-te de que tudo está bem definido para compreender a gravidade da questão.

PARTILHAR A TUA HISTÓRIA

Liga-te emocionalmente ao teu público partilhando histórias convincentes que realcem o impacto do problema no mundo real. As narrativas pessoais criam empatia e inspiram ação.

ENVOLVER O PÚBLICO

Incentiva a participação ativa do teu público. Utiliza uma linguagem persuasiva e apelos à ação. Motiva-os a envolverem-se e a apoiarem a tua causa.

CONECTA-TE COM VALORES E INTERESSES

Adapta a tua mensagem para corresponder aos valores e interesses do teu público-alvo. Liga o teu objetivo de defesa às tuas preocupações pessoais para promover o compromisso com a causa.

Ao escolher os canais de comunicação, considera o âmbito do teu trabalho de defesa (local, regional, internacional) e desenvolve um plano abrangente. Identifica os intervenientes que precisas de alcançar e as formas mais eficazes de os envolver.

PROMOÇÃO LOCAL

Envolve os influenciadores locais, as organizações de base comunitária (ONG e OSC) e os meios de comunicação social locais. Utiliza reuniões comunitárias, câmaras municipais e publicações locais para divulgar a tua mensagem.

PROMOÇÃO REGIONAL

Dirige-te aos decisores regionais, às ONG, às conferências ou fóruns regionais e aos meios de comunicação regionais. Utiliza os meios de comunicação social regionais, webinars e eventos de networking.

PROMOÇÃO INTERNACIONAL

Procura chegar a organizações internacionais, plataformas mediáticas globais e indivíduos influentes. Utiliza as redes sociais, as campanhas online e as conferências internacionais para chegar a um público mais vasto.

Ao adaptares os canais de comunicação ao teu nível de sensibilização e aos intervenientes-alvo, podes maximizar o alcance e impacto. Um plano de comunicação bem elaborado garante que os teus esforços de sensibilização são estratégicos e eficazes, e criam uma voz poderosa para a mudança.

DESENVOLVER UM CALENDÁRIO E UM PLANO DE AÇÃO

A defesa, com o objetivo de criar uma mudança positiva e influenciar decisões, requer uma abordagem bem estruturada e com objetivos definidos. Dois elementos cruciais que desempenham um papel fundamental no sucesso de qualquer campanha de defesa são o desenvolvimento de um calendário e de um plano de ação abrangentes. Estas ferramentas essenciais fornecem aos promotores um roteiro para os seus esforços, garantindo eficiência, responsabilidade e maiores hipóteses de atingir os seus objetivos. Vamos explorar a importância de ambos os elementos no domínio da defesa.

4 PONTOS FUNDAMENTAIS:

MARCOS E OBJETIVOS CLAROS

Estes ajudarão a determinar o calendário do plano e as ações nele previstas.

ESTRATÉGIA DE ANGARIAÇÃO DE FUNDOS

As campanhas de defesa requerem uma variedade de recursos, por exemplo, finanças, conhecimentos e mão de obra. Um calendário e um plano de ação ajudam a atribuir estes recursos de forma eficiente. Ao identificar as tarefas críticas e os respetivos prazos, é possível otimizar a utilização dos recursos. Além disso, é possível obter fundos através de diferentes meios, por exemplo, eventos de angariação de fundos, contribuições individuais e subsídios de fundações públicas e privadas.

Os doadores devem não só compreender o teu objetivo, mas também partilhar os mesmos valores que a tua missão. Ao planear eventos de angariação de fundos, explora formatos que estejam de acordo com a causa e as ferramentas digitais são um grande apoio. Tem em mente, por exemplo, a organização de leilões, maratonas, eventos públicos, desafios, espectáculos, flashmobs e tudo o que se adequar ao teu objetivo. Ao aceitar donativos, torna o processo simples e transparente, ao garantir que os doadores podem contribuir facilmente. Não te esqueças de reconhecer e apreciar publicamente os doadores, pois a promoção de relações positivas pode levar a futuras colaborações e servir como excelentes referências.

CRIAR COLABORAÇÃO E RESPONSABILIDADE

Criar um ambiente positivo e de colaboração na tua equipa é crucial para a execução bem sucedida de qualquer empreendimento. Deves também criar um sentido de responsabilidade. Alguns pontos-chave que podem ajudá-lo a promover tudo isto na tua equipa são:

- **Define claramente as funções e as responsabilidades** de cada membro da equipa. Podes também ter em conta as competências e os pontos fortes de cada um ao atribuir as funções. Certifica-te de que todos compreendem os objetivos e metas da campanha e o que se **espera** deles.
- Marca **reuniões regulares da equipa** para discutir tarefas, progressos e quaisquer desafios que possam ter surgido ou que possam vir a surgir. Promove um ambiente aberto para que os membros da equipa se sintam confortáveis e **seguros para partilharem** as suas ideias, perspetivas diferentes, preocupações e feedback.
- Estabelece diretrizes de comunicação e processos de colaboração transparentes e claros, que o ajudarão a promover a coerência. Podes utilizar **ferramentas de gestão de projetos** (acompanhar as tarefas, os prazos, etc.) que te ajudarão a ti e aos membros da equipa a manterem-se organizados e responsáveis.
- É importante **celebrar as realizações** e reconhecer os contributos e os êxitos individuais.
- **As situações imprevisíveis** acontecem (dentro da equipa ou por influência externa) e deves abordá-las de forma profissional logo que ocorram, através do diálogo e da colaboração.
- **Sê um exemplo**, cumpre com as tuas tarefas a tempo.
- **Fornece apoio e recursos** aos membros da equipa para que possam realizar as suas tarefas de forma eficaz. Depois do fim da campanha, recolhe o feedback dos membros da equipa e avalia o desempenho da mesma. Uma cultura de equipa positiva é essencial para a execução eficaz da sua campanha e dos seus planos futuros

AVALIAR E ADAPTAR A ESTRATÉGIA CONFORME NECESSÁRIO

A defesa, tal como todos os processos atuais, pode enfrentar desafios imprevistos que podem dar origem a oportunidades. O calendário e o plano de ação permitir-te-ão antecipar potenciais obstáculos e preparar-te para os enfrentar eficazmente. Mantém uma abordagem flexível e ajusta as tuas estratégias e o teu calendário conforme necessário, mas não te esqueças de te concentrar nos objetivos globais. Reconhecerás se é necessária uma adaptação avaliando o plano em função de objetivos previamente definidos (indicadores de quantidade e qualidade).

Segue-se um exemplo de um calendário que poderá ter de ser ajustado com base nos pormenores específicos do projeto de defesa. Isto ajudar-te-á a monitorizar e a adaptar o plano conforme necessário e contribuirá para o êxito do teu projeto.

Tarefa	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9
Planeamento e coordenação de projectos									
Desenvolvimento de materiais para workshops									
Divulgação e promoção									
Implementação do workshop									
Avaliação e reflexão									
Relatórios e acompanhamento									

COMO UTILIZAR A MÚSICA PARA DEFENDER OS VALORES DA UE

Neste capítulo, verás o papel que a música tem e pode ter no processo de promoção dos 6 valores da UE.

MÚSICA NO TRABALHO DE DEFESA

A música pode ser uma ferramenta poderosa para o trabalho de sensibilização, uma vez que tem a capacidade de chegar às pessoas e de as sensibilizar a um nível emocional profundo. Quando utilizada estrategicamente, a música pode ajudar a sensibilizar para questões sociais, políticas e ambientais importantes, inspirar ações e promover mudanças positivas. Eis algumas formas como a música pode ser utilizada para a sensibilização:

SENSIBILIZAÇÃO

Os músicos podem compor e interpretar canções que se centram em questões sociais ou ambientais específicas, ao chamar a atenção para os problemas e a incentivar as pessoas a aprender mais sobre os mesmos.

Exemplo: Um cantor e compositor escreve uma canção sobre o impacto da poluição dos plásticos na vida marinha, onde salienta a urgência de reduzir os plásticos de utilização única e de promover a conservação dos oceanos.

LIGAÇÃO EMOCIONAL

A música tem a capacidade de evocar emoções e as canções com mensagens fortes podem criar empatia e compreensão entre os ouvintes, o que ajuda a conectarem-se à causa.

Exemplo: Uma organização cria um vídeo musical com histórias reais de refugiados, acompanhado de uma canção sentida, para promover a empatia e a compreensão entre os espetadores, que são sensibilizados para a crise dos refugiados.

MOBILIZAÇÃO DAS COMUNIDADES

A música pode juntar as pessoas, ao uni-las numa causa comum e ao fomentar um sentido de comunidade e de objetivo partilhado.

Exemplo: Os músicos locais organizam um festival de música para apoiar a ação climática, onde reúnem organizações ambientais, ativistas e a comunidade para defenderem coletivamente práticas sustentáveis e alterações políticas.

HINOS DE CAMPANHA

Uma campanha de sensibilização pode ter o seu próprio tema ou hino, o que ajuda a criar uma marca e uma identidade reconhecível para a causa.

Exemplo: Um grupo de promoção lança uma campanha para acabar com o trabalho infantil na indústria do vestuário e utiliza uma canção poderosa e cativante como hino da campanha. Isto faz com que as pessoas se juntem ao movimento e assinem uma petição para a responsabilização das empresas.

EVENTOS DE ANGARIAÇÃO DE FUNDOS

Os músicos podem organizar concertos de beneficência ou eventos de caridade para angariar fundos para uma determinada causa ou organização.

Exemplo: Um músico de renome organiza um concerto de beneficência para angariar fundos para uma organização que se dedica a fornecer água potável e saneamento a comunidades carenciadas em países em desenvolvimento.

LOBBYING E MUDANÇA DE POLÍTICAS

As canções e os vídeos musicais podem defender alterações políticas específicas, influenciando a opinião pública e pressionando os decisores a agir.

Exemplo: Um grupo de músicos cria uma canção e um videoclipe para sensibilizar para as alterações climáticas e o seu impacto nas comunidades vulneráveis, instando os decisores políticos a dar prioridade à ação climática e à justiça ambiental.

DIFUNDIR MENSAGENS POSITIVAS

A promoção nem sempre tem de se centrar apenas nos problemas; pode também dar ênfase a soluções positivas e histórias inspiradoras através da música.

Exemplo: Uma banda escreve uma canção animada que celebra a diversidade e a inclusão, que promove a tolerância e a compreensão entre diferentes culturas e origens.

COLABORAÇÕES E ALIANÇAS

Os músicos podem colaborar com outros artistas, ONG ou ativistas para ampliar o alcance e o impacto dos seus esforços de sensibilização.

Exemplo: Vários artistas juntam-se para lançar uma música de beneficência para os esforços de socorro na sequência de uma catástrofe natural, com todas as receitas a reverterem a favor das organizações de ajuda no terreno.

REDES SOCIAIS E VIRALIDADE

Canções cativantes com mensagens convincentes têm o potencial de se tornarem virais nas redes sociais, ao atingirem um público muito mais vasto do que os métodos tradicionais de promoção.

Exemplo: Uma canção rap cativante e educativa sobre a importância de votar nas eleições torna-se viral nas redes sociais, o que motiva os jovens a participar no processo democrático.

EDUCAÇÃO E CAPACITAÇÃO

A música pode ser utilizada como uma ferramenta educativa, ao ajudar a informar as pessoas sobre questões complexas de uma forma acessível e cativante.

Exemplo: Uma organização sem fins lucrativos associa-se a músicos locais para criar canções que educam os jovens sobre a saúde reprodutiva e os capacitam para tomarem decisões informadas.

INCLUSÃO E REPRESENTAÇÃO

A defesa através da música pode dar voz às comunidades marginalizadas e promover a diversidade e a inclusão.

Exemplo: Um músico indígena escreve uma canção que realça as lutas e a resiliência da sua comunidade, ao chamar a atenção para a importância da preservação das culturas e terras indígenas.

CANÇÕES DE PROTESTO

Ao longo da história, a música tem desempenhado um papel importante nos movimentos sociais, com as canções de protesto a tornarem-se hinos para várias causas.

Exemplo: Durante um movimento pelos direitos civis, um cantor e compositor popular compõe uma canção de protesto que se torna um hino à igualdade racial, o que inspira as pessoas a saírem à rua e a exigirem mudanças.

ATIVISMO ARTÍSTICO

Os vídeos musicais e as atuações podem ser utilizados de forma criativa para desafiar as normas sociais, incentivar o pensamento crítico e provocar conversas.

Exemplo: Um artista performativo encena um vídeo musical instigante e visualmente deslumbrante que desafia o consumismo e o seu impacto no ambiente, ao incitar os espetadores a adotarem estilos de vida mais sustentáveis.

SOLIDARIEDADE INTERNACIONAL

A música pode transcender fronteiras e barreiras linguísticas, ao permitirem que os esforços de sensibilização se ligam a audiências globais.

Exemplo: Músicos de países diferentes colaboram numa canção multilíngue que defende a paz e a ajuda humanitária em regiões afetadas por conflitos.

CATARSE E CURA

A música pode proporcionar uma sensação de conforto e cura às pessoas diretamente afetadas pelas questões que estão a ser defendidas.

Exemplo: No rescaldo de uma catástrofe natural, os músicos locais organizam um concerto de recuperação para dar consolo e apoio às comunidades afetadas através da música e da partilha de experiências.

Lembra-te, a promoção eficaz através da música requer um plano cuidadoso e a consideração do público-alvo, da mensagem específica e do resultado desejado. Ao combinar o poder emocional da música com técnicas estratégicas de sensibilização, os músicos e os ativistas podem criar um impacto duradouro e inspirar uma mudança positiva no mundo.

UTILIZAR A MÚSICA PARA DEFENDER E PROMOVER OS 6 VALORES DA UE

Utilizar a música para defender e promover os seis valores da UE requer abordagens ponderadas e intencionais para transmitir eficazmente estes princípios a um público diversificado. Seguem-se estratégias e exemplos específicos para cada valor:

DIGNIDADE HUMANA

- Compor canções que contam histórias de resiliência, superação de adversidades e celebração da singularidade e do valor de cada indivíduo.
- Colaborar com artistas que tenham vivido ou trabalhado com populações vulneráveis para criar música que realce a importância de tratar todos os indivíduos com respeito e compaixão.
- Organizar concertos de beneficência para angariar fundos e sensibilizar para organizações que protegem e defendem a dignidade humana, como as que lutam contra o tráfico de seres humanos ou apoiam os refugiados.

LIBERDADE

- Escrever canções que celebrem a liberdade de expressão, o discurso e a criatividade artística.
- Utilizar vídeos musicais para retratar lutas históricas pela liberdade e mostrar a importância de salvaguardar as liberdades individuais.
- Organizar concertos e espetáculos em prol da liberdade de imprensa e da independência dos meios de comunicação social.

DEMOCRACIA

- Compor canções que realcem a importância do empenhamento cívico, do voto e da participação ativa nos processos democráticos.
- Colaborar com organizações que promovam a educação cívica e organizar eventos musicais para incentivar o envolvimento dos jovens na política.
- Publicar vídeos musicais que realcem a importância de um eleitorado informado e diversificado nas sociedades democráticas.

IGUALDADE

- Escrever canções que defendam a igualdade de género, os direitos LGBTQ+ e a igualdade de oportunidades para todos os indivíduos, independentemente da sua origem.
- Organizar festivais de música que contemplem artistas de diversas origens e realcem o valor da inclusão e da representação na sociedade. Utilizar a música para desafiar os estereótipos e a discriminação, ao promover um mundo mais inclusivo e igualitário.

ESTADO DE DIREITO

- Criar canções que realcem a importância da justiça, da responsabilização e da adesão ao Estado de Direito na manutenção de uma sociedade justa e democrática.
- Utilizar vídeos musicais para mostrar a importância de um sistema judicial independente e da proteção dos direitos humanos.
- Organizar concertos para apoiar organizações que trabalham para defender o Estado de Direito e combater a corrupção.

DIREITOS HUMANOS

- Escrever canções que abordem questões específicas de Direitos Humanos, como o direito à educação, aos cuidados de saúde e à não discriminação.
- Colaborar com ativistas e organizações de Direitos Humanos para criar música que dê visibilidade às violações dos Direitos Humanos e promova a mudança.
- Utilizar vídeos musicais e plataformas de redes sociais para sensibilizar para os desafios globais em matéria de Direitos Humanos e para a importância da solidariedade internacional.

Para libertar todo o potencial da utilização da música em prol dos valores da UE, colabore com artistas, ativistas, ONG e instituições da UE. Abraçar a dinâmica dos meios de comunicação social, das plataformas de streaming de música e do envolvimento da comunidade para amplificar a sua promoção. Com estas estratégias, a música torna-se uma força potente, impulsionando os princípios e valores que constituem o coração da União Europeia. Deixe que as melodias desencadeiem mudanças e ressoem em diversos horizontes.

A RÁDIO SONGS FOR CHANGE

A rádio "Songs for Change" é uma parte importante da estratégia de sensibilização que visa permitir que os jovens alcancem e influenciem os membros da comunidade e as partes interessadas, incluindo políticos e decisores políticos, através de podcasts, espetáculos ao vivo, canções e outros conteúdos. O objetivo geral da rádio é criar uma maior sensibilização para os valores da UE a nível local e da UE/internacional.

Sintonize a rádio web *Songs for Change* [aqui](#).

Com a sua abordagem multifacetada para promover os valores da UE através da música, a rádio *Songs for Change* tem um enorme potencial para o trabalho de sensibilização e pode ter um impacto significativo na promoção dos valores da UE. Eis as potencialidades específicas e o impacto potencial da rádio web na promoção dos 6 valores da UE:

Envolvente e inspirador: Ao utilizar a música, as canções e os vídeos musicais como ferramentas criativas, a rádio web pode envolver e inspirar uma vasta audiência. A música tem uma capacidade única de evocar emoções, o que torna as mensagens de sensibilização mais identificáveis e impactantes.



Capacitação dos jovens: O envolvimento dos jovens na produção de podcasts e de música para a rádio permite-lhes participar ativamente na promoção dos valores da UE, o que promove um sentido de propriedade e de responsabilidade entre os jovens.

Educação e sensibilização: A rádio web funciona como uma plataforma educativa, ao fornecer podcasts informativos e vídeos musicais que aumentam a sensibilização e aprofundam a compreensão dos 6 valores da UE, o que contribui para uma cidadania mais informada e empenhada.

Celebração cultural: Através de vídeos musicais e canções de diversas culturas europeias, a rádio celebra a riqueza e a diversidade da UE e reforça a ideia de unidade na diversidade, que é um valor fundamental da UE.

Plataforma acessível: Ao ser uma rádio web baseada em podcast ligada às redes sociais, o projeto pode chegar a um vasto público, incluindo aqueles que normalmente não se envolvem com os métodos tradicionais de promoção.

Comunicação multilíngue: A utilização de música em várias línguas ajuda a promover a inclusão linguística, pelo que torna as mensagens de sensibilização acessíveis a pessoas de diferentes origens linguísticas em toda a UE.

Alcance digital e viral: Através dos canais das redes sociais, a rádio na Internet tem o potencial de atingir um público mais vasto e pode alcançar um alcance viral se o seu conteúdo tiver eco junto dos ouvintes, ao ampliar assim o impacto das mensagens de sensibilização.

Empatia e ligação: A música promove a empatia e a ligação emocional. Ao transmitir valores da UE através da música, a rádio web pode criar um sentimento de identidade e objetivo partilhados entre os ouvintes.

Criação de comunidades: A rádio Web pode cultivar uma comunidade de indivíduos que partilham um interesse comum na promoção dos valores da UE, ao incentivar a colaboração e fomentar um sentimento de pertença.

Apelo à ação: Ao incorporar apelos à ação nos podcasts e no conteúdo das redes sociais, a rádio online pode inspirar os ouvintes a envolverem-se ativamente em iniciativas de sensibilização e a contribuírem para uma mudança positiva.

Influência no discurso público: O conteúdo da rádio online pode influenciar o discurso público, ao trazer os valores da UE para o primeiro plano das discussões, sendo que incentiva um diálogo e um debate mais abertos sobre estes temas importantes.

Oportunidades de parceria: A abordagem única do projeto à promoção de causas através da música pode atrair a atenção de organizações, artistas e ativistas com ideias semelhantes, o que leva a potenciais parcerias e colaborações.

Representação positiva da UE: A rádio online promove os valores da UE de uma forma positiva e cativante, ao ajudar a contrariar as narrativas e perceções negativas da UE.

Impacto a longo prazo: Sendo uma web rádio em curso, o projeto pode ter um impacto sustentado na promoção dos valores da UE, com potencial para promover mudanças duradouras de atitudes e comportamentos.

Contribuição para a identidade da UE: Ao promover e defender os valores da UE, a rádio online contribui para reforçar o sentimento de identidade europeia e de solidariedade entre os cidadãos.

Em resumo, a **rádio Songs for Change** tem potencial para ser uma plataforma dinâmica e eficaz para o trabalho de sensibilização em torno dos 6 valores da UE. Através da utilização de música, canções, vídeos musicais, podcasts e redes sociais, pode envolver, inspirar, educar e capacitar o público em toda a UE, ao contribuir, em última análise, para a promoção e o reforço dos valores da UE e ao criar um impacto positivo na sociedade europeia como um todo.

Queres fazer parte da Rádio Songs for Change?

**PODES CONTACTAR-NOS COM OS TEUS PRÓPRIOS
PODCASTS SOBRE OS VALORES DA UE!**

COMO INFLUENCIAR DIFERENTES GRUPOS-ALVO

Este capítulo dá-te uma visão geral das formas digitais e presenciais de influenciar diferentes públicos.

CANAIS ONLINE A UTILIZAR

O trabalho de sensibilização através da música pode ser conduzido eficazmente através de uma variedade de canais, ao utilizar plataformas tradicionais e digitais para alcançar e envolver um público diversificado. Eis alguns dos principais canais que podem ser utilizados para o trabalho de sensibilização através da música:

PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS

Utilizar plataformas de redes sociais como o Facebook, Twitter, Instagram e TikTok para partilhar vídeos de música, atuações e mensagens relacionadas com campanhas de sensibilização.

→ **YouTube e serviços de streaming de música:** Carrega vídeos de música, vídeos com letras e conteúdo dos bastidores em plataformas como YouTube, Spotify, Apple Music e SoundCloud para alcançar um público global.

ANÚNCIOS DE SERVIÇO PÚBLICO

Trabalhar com emissoras e meios de comunicação social para criar e transmitir anúncios de serviço público com música que promova mensagens de sensibilização.

BLOGS DE MÚSICA E REVISTAS ONLINE

Partilhar conteúdos relacionados com a defesa de causas e lançamentos musicais através de blogues centrados na música e revistas online que servem públicos-alvo específicos.

→ **Podcasts:** Colaborar com criadores de podcasts para apresentar entrevistas com músicos e ativistas que discutam esforços de sensibilização e partilhem mensagens através da música.

ANÚNCIOS DIGITAIS E CONTEÚDO PATROCINADO

Utilizar anúncios online direcionados e conteúdos patrocinados para chegar a grupos demográficos específicos e envolvê-los com música sobre a defesa de causas.

BOLETINS INFORMATIVOS POR E-MAIL

Criar uma lista de subscritores de correio eletrónico e enviar boletins informativos regulares com atualizações sobre campanhas de sensibilização, lançamentos de música e eventos.

WEBSITES DE PROMOÇÃO

Criar websites dedicados ou páginas de destino que forneçam informações sobre a causa, música relacionada e formas de as pessoas se envolverem.

EVENTOS VIRTUAIS E TRANSMISSÕES AO VIVO

Organizar concertos virtuais, eventos de angariação de fundos e atuações ao vivo para te ligares a um público mais vasto em todo o mundo.

CANAIS OFFLINE A UTILIZAR

CONCERTOS E EVENTOS MUSICAIS

Organizar concertos ao vivo, festivais de música e espetáculos de beneficência dedicados a causas específicas para sensibilizar a opinião pública e angariar fundos para iniciativas de sensibilização.

PROJETOS DE COLABORAÇÃO

Estabelecer parcerias com músicos, artistas e influenciadores para criar projectos musicais colaborativos que amplifiquem as mensagens de sensibilização e aumentem o impacto da campanha.

ESTAÇÕES DE RÁDIO

Contactar estações de rádio para promover canções e campanhas de sensibilização, especialmente as que se alinham com o público-alvo e os interesses da estação.

INSTITUIÇÕES DE ENSINO

Estabelecer parcerias com escolas e universidades para incorporar a música de sensibilização e debates relacionados nos currículos, de forma a promover a sensibilização e a educação dos estudantes.

RÁDIO COMUNITÁRIA E EVENTOS LOCAIS

Envolver-se com estações de rádio comunitárias e eventos locais para divulgar mensagens de defesa, particularmente as que se alinham com questões e preocupações locais.

MERCHANDISE MUSICAL

Conceber e vender produtos musicais (por exemplo, t-shirts, cartazes) que promovam mensagens de sensibilização e ajudem a angariar fundos para a causa.

Ao utilizar uma combinação destes canais, os músicos, ativistas e organizações de defesa podem aproveitar eficazmente o poder da música para aumentar a sensibilização, inspirar ações e promover mudanças positivas em várias questões sociais, ambientais e políticas. Cada canal oferece oportunidades únicas para interagir com diferentes públicos, o que torna as campanhas de sensibilização musical mais inclusivas, acessíveis e impactantes.

ACREDITAMOS QUE TENS O PODER DE DIVULGAR OS IDEAIS DA UNIÃO EUROPEIA ATRAVÉS DA MÚSICA!

É relevante considerar as redes e plataformas de redes sociais mais utilizadas pelos jovens, como o Instagram, o TikTok, o YouTube, etc. Uma vez que estamos a promover e a trabalhar com música, existem algumas outras redes que podem ser exploradas e utilizadas, como o Spotify, onde podemos carregar os nossos podcasts, carregar as músicas criadas nos workshops de cada país dos parceiros do consórcio e criar uma lista de reprodução Songs for Change.

CRIAR UM WEBSITE

Começa por criar um site para o seu projeto onde possa carregar todo o seu trabalho e atualizá-lo regularmente! O **website** do Songs for Change é um espaço onde se podem encontrar todos os passos dados no percurso do projeto e das suas obras, que incluem as nossas canções.

CRIAR E ORGANIZAR AS SUAS REDES SOCIAIS

Começa por criar as suas páginas nas redes sociais e certifica-te de que a identidade do teu projeto é clara e coesa. Sê claro sobre o que é o teu projeto, os teus objectivos e finalidade, e as tuas ações. Também é importante criar e manter a identidade visual do teu projeto, o que significa utilizar os logótipos do projeto, com publicações com cores e tipos de letra coerentes.

PUBLICAR CONTEÚDOS REGULARMENTE

Sê regular nas tuas publicações! Isto fará com que as pessoas se sintam mais empenhadas e interessadas no conteúdo que estás a publicar. Poderá ser útil criar um calendário para publicar conteúdos online em diferentes redes sociais, de modo a manter o controlo das publicações!

ENVOLVER-SE COM A SUA COMUNIDADE

Nas tuas publicações, tenta encontrar uma forma de interagir com os teus seguidores e de os ligar ao teu projeto e ao teu trabalho. Podes pedir-lhes que partilhem experiências ou opiniões na secção de comentários de uma publicação no Instagram, ou pedir-lhes que partilhem o teu vídeo TikTok com os amigos! Cria publicações interessantes, autênticas e informativas de forma a que as pessoas se sintam atraídas para se ligarem a ti e ao teu projeto! É importante estabelecer uma ligação com os seus seguidores para que também eles se sintam envolvidos e cativados pelo teu conteúdo.

PARTILHAR CONTEÚDOS INSPIRADORES

Tem em atenção que, para que as pessoas se sintam envolvidas e ligadas ao teu projeto nas redes sociais, tens de partilhar experiências e histórias inspiradoras que cativem a sua atenção. No mundo atual, as pessoas passam horas a percorrer diferentes tipos de conteúdos com os quais podem não se sentir ligadas. Isto dá-te mais responsabilidade para criar conteúdo que realmente ressoe com as pessoas. Podes fazê-lo ao partilhar motivações pessoais, histórias e perspetivas sobre os valores da UE e ao suscitar conversas e debates nas secções de comentários.

Com a implementação de uma estratégia de redes sociais, o programa Songs for Change Broadcast, que inclui a promoção dos eventos comunitários, podcasts de webradio e espetáculos ao vivo, estará disponível para qualquer pessoa com um simples clique!

Também podes considerar envolver influenciadores que se identifiquem com o teu objetivo e o teu trabalho e que queiram participar na partilha dos resultados do projeto! Por exemplo, encontrar músicos que também trabalhem como defensores dos direitos humanos e pedir-lhes que partilhem algumas das tuas publicações pode ser benéfico para o teu projeto, uma vez que podem atingir um público mais vasto.

Podes tentar envolver outras organizações que partilhem os teus valores e objetivos e tentar estabelecer uma parceria para que também elas partilhem os teus postos de trabalho e contribuam globalmente para a promoção do teu trabalho na sua esfera de influência.

Podes também considerar a possibilidade de recorrer aos meios de comunicação tradicionais para promover os eventos que se realizam no âmbito do teu projeto. Por exemplo, podes tentar contactar o jornal local para fazer a cobertura de um evento que estejas a realizar. Se estiveres a fazer uma atuação ao vivo na tua cidade num evento público, podes contactar o jornal da cidade e informá-lo sobre o teu projeto. Também podes contactar diretamente o teu município e ver quais são as melhores opções para o teu trabalho fazer parte de um evento do município. Por outro lado, se vais dar um concerto das tuas canções no âmbito de um evento maior, podes até estar interessado em falar com um jornal ou revista que já esteja a cobrir o evento ou que possa estar interessado no tema do seu trabalho - música, direitos humanos, etc.



COMO INTERAGIR COM O PÚBLICO

Envolver é diferente de influenciar. A criação de comunidades é uma das coisas mais importantes na defesa e aqui verás porquê e como o fazer.

CRIAR UMA COMUNIDADE EM TORNO DA MÚSICA E DA CAMPANHA DE SENSIBILIZAÇÃO

A música liga as pessoas emocionalmente e inspira-as a agir, o que a torna um meio ideal para a promoção de uma causa. Ao criar e construir uma comunidade juntamente com a tua campanha de sensibilização, podes amplificar a tua mensagem e o teu impacto. Desta forma, promove-se um sentimento de pertença e um objetivo partilhado.

A tua música deve estar em sintonia com a mensagem que pretende transmitir e com a causa da campanha, evocar as emoções desejadas, um ponto de encontro sob a forma de um hino cativante ou de uma balada suave e emocional. Atualmente, as plataformas online desempenham um papel crucial na criação e construção de comunidades. As redes sociais e as plataformas de *streaming* servem para promover debates, partilhar histórias pessoais, etc.

Podes promover um sentimento de envolvimento e intimidade, envolver os membros da tua comunidade a partilhar, por exemplo, vídeos, obras de arte, testemunhos pessoais, conteúdos dos bastidores, atualizações, ter uma sessão de perguntas e respostas com alguns artistas ou outras pessoas envolvidas na tua campanha ou mesmo com os que não estão. A colaboração com outros é uma boa forma de fazer crescer a tua comunidade. Envolve-te com artistas, influenciadores e organizações que estejam alinhados com os valores da tua campanha e alarga o alcance da tua comunidade. Podes organizar eventos como webinars, concertos online, podcasts, etc. e promover um local seguro para o intercâmbio, a aprendizagem e o trabalho em rede.

Deves partilhar ativamente informações sobre os objetivos da tua campanha, os progressos e as formas de contribuir para capacitar os outros a tornarem-se eles próprios porta-vozes. Cria um ambiente positivo e celebra as realizações, os marcos e as contribuições pessoais, o que aumentará a motivação da tua comunidade. Podes fazê-lo, por exemplo, ao partilhar mensagens personalizadas de agradecimento, mensagens virtuais de agradecimento ou outras vantagens. Ao fazê-lo, os teus membros sentir-se-ão valorizados e encorajados a continuar a participar.

INCENTIVAR O FEEDBACK E O DIÁLOGO COM O PÚBLICO

O feedback é o seu bilhete para um maior sucesso e é também crucial para construir uma comunidade mais forte e mais empenhada. Como o podes fazer?

- Ser respeitoso e acessível
- Criar um espaço comunitário
- Criar conteúdos atrativos
- Organizar sessões de perguntas e respostas
- Fazer inquéritos e sondagens
- Prestar atenção e ouvir ativamente
- Fazer perguntas estimulantes
- Reconhecer e apreciar
- Responder ao feedback
- Potenciar o pensamento crítico
- Colaborar e receber contribuições de convidados
- Ser coerente
- Incentivar o público a criar o seu próprio conteúdo
- Dar força à crítica construtiva
- Adaptar-se e evoluir

Deves valorizar genuinamente o contributo dos membros da tua comunidade e do teu público. Promover uma cultura de diálogo aberto em que as pessoas possam participar ativamente.

CAPACITAR O PÚBLICO PARA SE TORNAR DEFENSOR DOS VALORES DA UE

Para capacitar o público a tornar-se defensor dos valores da UE, é necessário fomentar a compreensão dos princípios fundamentais da UE, promover o envolvimento e incentivar a participação ativa. Eis alguns conselhos sobre como o fazer:

- **Através da educação e da sensibilização.** Fornecer um **contexto histórico** sobre a formação da UE. Destacar o empenhamento da UE em fomentar a **diversidade cultural** e o seu papel na promoção da unidade. **Comunicar** conteúdos claros e cativantes que expliquem os valores fundamentais da UE.
- **Promover um diálogo aberto.** Organizar seminários e workshops onde as pessoas possam debater as políticas da UE e o seu impacto. Criar plataformas online onde as pessoas possam fazer perguntas, expressar opiniões e partilhar experiências relacionadas.
- **Destacar histórias de sucesso** sobre a forma como os valores da UE tiveram um impacto positivo nos indivíduos, nas comunidades e noutras entidades dentro e fora da UE.
- **Participar nos programas da UE**, onde podes criar atividades destinadas aos jovens, como o Erasmus+, que promove um sentido de identidade europeia.

COMO INTERAGIR COM O PÚBLICO

- **Incentivar os cidadãos a participar.** Fazer com que se sintam parte do processo de decisão. Promover a sensibilização para as iniciativas e petições.
- **Fomentar o intercâmbio cultural** para promover um sentimento de pertença e unidade na UE. Organizar eventos que celebrem a diversidade.
- Demonstrar como as instituições da UE funcionam **de forma transparente.** Destacar as iniciativas destinadas a prevenir a corrupção e a promover a responsabilização.
- Celebrar os **aniversários** relacionados com as realizações da UE para recordar o trabalho e os progressos efetuados.

Capacitar o público através de uma combinação de educação, participação e sentido de propriedade na definição do futuro da UE.

MEDIR O IMPACTO DA CAMPANHA NO PÚBLICO-ALVO

O passo crucial para avaliar a eficácia da tua campanha é medir o impacto no público-alvo, o que também te ajudará a otimizar os teus esforços futuros. Para determinar se os objetivos da campanha foram atingidos, é necessário recolher e analisar os dados ao longo de todo o processo. Eis algumas dicas sobre como o podes fazer:

RECOLHER OS DADOS DO PONTO DE PARTIDA

Antes de tudo, é necessário medir a situação atual. Estes dados serão o ponto de partida para mostrar o impacto da tua campanha.

DEFINIR OBJETIVOS SMART

Antes de lançares a tua campanha, deves estabelecer objetivos específicos, mensuráveis, realizáveis, relevantes e com prazos definidos (SMART), que servirão de base para medir o seu sucesso.

DEFINIR INDICADORES-CHAVE DE DESEMPENHO (KPI)

Deves definir uma medida quantificável de desempenho durante um período específico para cada objetivo específico.

RECOLHA DE DADOS

Dependendo do tipo de ações que realizar (online ou presencial), deves procurar recolher todos os dados possíveis que te ajudem a medir o impacto, tendo em consideração o respeito pelo RGPD e pela privacidade das pessoas. Se estiver a implementar ações online, pode utilizar o Google Analytics, as informações das redes sociais, etc.

SEGMENTAR O PÚBLICO (SE NECESSÁRIO E APLICÁVEL)

Se estiveres a visar diferentes grupos (com base em dados demográficos, comportamento, interesses ou qualquer outro critério relevante), podes acompanhar o impacto da campanha nos subgrupos específicos.

MONITORIZAÇÃO ATIVA

Durante a implementação da campanha, é bom manter um olho nos seus KPIs para ver como está a correr. Os dados em tempo real ajudar-te-ão a perceber se precisas de ajustar os teus esforços e objetivos com base na resposta do teu público.

ANÁLISE PÓS-CAMPANHA

Após o final da campanha, compara os dados do ponto de partida com os dados recolhidos no final. Os dados qualitativos (que pode recolher através de inquéritos, grupos de discussão, etc.) e quantitativos (taxas de participação, etc.) ajudar-te-ão a medir o impacto. Avalia se a campanha cumpriu os objetivos SMART que definiste no início. As informações e os conhecimentos obtidos através da implementação ajudar-te-ão a planear melhor a estratégia para os teus futuros empreendimentos. Prepara um relatório que destaque o impacto da campanha e que possa ajudar as partes interessadas a compreender o seu êxito.

COMO CONFIGURAR UMA RÁDIO WEB

A criação de uma estação de rádio na Internet é uma forma inovadora de defender uma mensagem, uma vez que dá a oportunidade de manter conversas interessantes e informativas num espaço seguro dedicado à divulgação de uma mensagem. Essa mensagem pode ser simplesmente a divulgação de informações sobre os valores da UE, como a democracia, a liberdade, a igualdade, etc.

COMEÇAR PELO EQUIPAMENTO BÁSICO

Quando se começa a pensar em criar uma rádio web, é importante ter em consideração os aspectos necessários para ter sucesso.

1. **Computador/portátil**
2. **Microfone**
3. **Ligação forte à Internet**
4. **Software de transmissão em direto**

A rádio web é uma forma conveniente de criares a tua própria plataforma de rádio porque transmite através da Internet em vez das bandas AM ou FM mais convencionais. Isto torna as rádios Web mais convenientes para o objetivo de difundir uma mensagem, uma vez que é possível chegar a qualquer pessoa e ultrapassar todas as fronteiras ou restrições possíveis entre pessoas de países diferentes.

ENCONTRAR A TUA MOTIVAÇÃO

Uma rádio Web pode ser dedicada a um tema ou questão específica, que neste caso seria a aprendizagem dos valores da UE através da música, de modo a incitar o debate e o pensamento crítico entre os ouvintes. Isto leva-nos a uma questão importante que deve ser tida em conta quando se pensa em criar uma estação Web, que é "Porque é que quer começar uma estação Web?".

Isto é relevante porque tem de ser claro sobre as tuas motivações e intenções antes de iniciar um projeto como este. Desta forma, podes atingir o público certo para os teus programas de rádio na Web, ao expressares o teu objetivo e ao ligares-te aos jovens que estão interessados em ouvir o teu contributo e em aprender sobre temas que lhes interessam.

ENCONTRAR A TUA IDENTIDADE VISUAL

É importante decidir sobre a tua identidade visual nas fases iniciais do processo de desenvolvimento de uma rádio web. Começa por explorar o teu lado mais criativo e por ter ideias, e deixa-as tomar conta de todo o processo. Além de criar um logótipo, também é necessário criar um sítio Web. Para isso, poderás ter de falar com um web designer para conhecer as suas competências profissionais. Não te esqueças de que a tua estética deve ser coerente e parecer bem organizada. Isto ajudar-te-á a chegar a mais pessoas e a manter mais pessoas interessadas no teu projeto!

TIRAR PARTIDO DO FACTO DE O TEU TRABALHO SER TRANSFRONTEIRIÇO

Quando se emite uma rádio na Internet, não existem fronteiras geográficas, pelo que se pode chegar a qualquer pessoa em qualquer parte do mundo. Isto permite-te difundir uma mensagem a pessoas de diferentes origens culturais e históricas, o que pode dar origem a conversas interessantes com diferentes perspetivas. O facto de poder chegar a um público mais vasto significa que a tua rádio tem o potencial de reunir pessoas de todo o mundo em prol da tua causa!

PROMOVER O TEU TRABALHO

Deves promover a tua rádio web nas tuas redes sociais. Para construíres o teu público e torná-lo fiel ao teu projeto, deves estar preparado, ser organizado e coerente com o que divulgas! Tal como foi discutido na secção "Como influenciar diferentes grupos-alvo", deves fazer os mesmos esforços para promover a tua rádio web!

Como tal, tens de:

- Ser regular nas tuas publicações.
- Fazer com que as pessoas se interessem em sintonizar a tua rádio web.
- Construir o teu público, ao interagir com ele.

NECESSIDADES DE SOFTWARE

Podes utilizar hospedeiros de rádio online, como a RadioKing, para conceber emissões automáticas ou em direto a partir de casa e enviá-las para um servidor de rádio, que partilhará a sua programação em todo o mundo através de diferentes meios de comunicação (redes sociais, websites, aplicações móvel, etc.).

Em termos de equipamento online, podes necessitar de software diferente:

- **Software de gravação:** Isto permitir-te-á criar a emissão do teu programa na tua rádio web. Podes encontrar diferentes programas para este fim na Internet. Por exemplo, o **Audacity** é um editor e gravador de áudio **multipista** gratuito e fácil de utilizar que podes aceder.
- **Software de radiodifusão:** Podes melhorar a qualidade dos teus espetáculos ao vivo com software de difusão graças a funcionalidades e a uma interface concebidas para o efeito. Poderás ter acesso a ferramentas como decks de mistura virtuais, efeitos de áudio, sincronização de batidas ou equalizadores, dependendo do software que escolheres utilizar. Alguns programas vêm com um codificador nativo que permite ligá-los ao teu fluxo de rádio.

COMO CONFIGURAR UMA RÁDIO WEB

O **Mixxx** é um exemplo de um software de difusão que te dá a oportunidade de explorar e experimentar diferentes ferramentas e funcionalidades para realizar misturas ao vivo, tais como decks de mistura virtuais, efeitos de áudio, sincronização de batidas e muito mais. É um software muito personalizável.

Dica sobre o volume dos ficheiros de música: Se estás a ter dificuldades em encontrar uma forma de reproduzir todas as suas músicas no mesmo volume, experimente o **MP3Gain**. Trata-se de uma plataforma online de fácil acesso que analisa e ajusta os ficheiros mp3 para que fiquem com o mesmo volume.

TOMAR DECISÕES E COMEÇAR A PLANEAR O TEU TRABALHO

Para além de decidir quais os programas musicais, software de transmissão e gravação e técnicas e características musicais que vais utilizar, também tens de considerar o programa que queres que a tua rádio web siga. Que tipo de música queres incluir na tua rádio? Queres convidar alguns músicos que trabalham como porta-vozes ou ativistas dos valores da UE? Qual é a mensagem que pretendes difundir com este trabalho? Que tipo de segmentos incluirá a tua emissão em direto? É relevante para a vossa comunidade? Trata-se de uma mensagem poderosa e de ligação? Não te esqueças de que deves recorrer a todos os meios para dar significado ao trabalho que estás a desenvolver. Nesse sentido, tem em consideração que descobrir o tipo de conteúdo e de mensagem que pretendes transmitir é tão importante como decidir os aspetos técnicos e certificar que a rádio web está configurada e pronta para entrar em direto.

Depois, decide o teu horário. Trata-se de um programa de rádio mensal? É semanal ou diário? É importante decidir sobre isso, pois deves divulgá-lo nas tuas plataformas de redes sociais. Quando fazes a tua programação de transmissão ao vivo na rádio web, deves informar as pessoas sobre isso para que elas possam participar e sintonizar. Lembra-te de que é através de seres consistente com o teu trabalho que podes construir um público e fortalecer a tua conexão com a comunidade que estás a criar e da qual estás a receber apoio.



CONCLUSÃO

A música tem uma importância significativa na promoção dos valores da UE, uma vez que é uma plataforma poderosa e universal para difundir a consciência da diversidade, unidade e compreensão cultural que a União Europeia defende. A música transcende todas as barreiras linguísticas e culturais, promove um sentimento de pertença entre as pessoas e chega a um público global. A música pode ajudar a fortalecer os laços e reforçar os ideais partilhados além-fronteiras.

ESTAMOS A "APELAR A TODOS OS JOVENS AGENTES DE MUDANÇA E ENTUSIASTAS DA MÚSICA" PARA QUE ATUEM.

A tua criatividade pode tornar-se uma força do bem. Utiliza o poder da música como uma ferramenta para uma mudança positiva através da defesa de causas. As vossas mentes e corações inspiradores podem unir-se e criar um futuro melhor.

As tuas melodias e letras podem desafiar as normas e conduzir a conversas impactantes.



JUNTA-TE A NÓS NA SENSIBILIZAÇÃO PARA A DIGNIDADE HUMANA, A LIBERDADE, A DEMOCRACIA, A IGUALDADE, O ESTADO DE DIREITO E OS DIREITOS HUMANOS, A FIM DE CRIAR UM AMANHÃ MAIS RISONHO!!!

A tua paixão e criatividade são uma fonte infinita de poder, por isso utiliza-as bem e vamos preparar o caminho para uma sociedade mais justa e inclusiva!

LEITURAS COMPLEMENTARES

Como criar um excelente plano estratégico para as redes sociais em 2023 e relatório gratuito sobre as tendências globais das redes sociais

Como planear uma campanha nas redes sociais, passo a passo

Guia de 10 passos para um evento de angariação de fundos bem sucedido

Três melhores práticas para manter o interesse nos esforços de defesa

Utilizar a divulgação local para envolver a geração online

REDE DE PARCEIROS

Este manual foi criado sob a direção das sete organizações parceiras YEPP EUROPE; YEPP Italia; Association for Better Life; Het Wilde Westen; Network for Children's Rights; Out of the Box; Young Educators.

YEPP EUROPE (BERLIM, ALEMANHA)

Coordena, desenvolve e apoia a Rede Comunitária YEPP de Sítios Locais YEPP e parceiros de projeto em 19 países e mais de 100 comunidades na Europa. Trabalhamos para a capacitação dos jovens e das comunidades em áreas desfavorecidas, promovemos a participação dos jovens e das partes interessadas locais nos processos de tomada de decisão e fomentamos a cidadania ativa. Reconhecemos os jovens como atores da mudança social e esforçamo-nos por fazer ouvir as suas vozes. Para tal, desenvolvemos programas de reforço de capacidades para os jovens, bem como qualificamos animadores de juventude para apoiar os jovens em diferentes áreas de interesse. Também trabalhamos com os municípios na conceção de políticas mais favoráveis aos jovens e facilitamos a aprendizagem transnacional e o intercâmbio de atores locais na Rede Comunitária YEPP.

YEPP ITALIA (TURIN, ITÁLIA)

Visa difundir e aplicar os princípios da metodologia Yepp em Itália para dar aos jovens a possibilidade de exprimirem as suas energias e competências nas suas comunidades locais. O seu objetivo é capacitar os jovens para decidirem, gerirem recursos, serem cidadãos ativos; concretizar as ideias dos jovens; criar comunidades que olhem para o futuro com confiança, conscientes da sua própria identidade e necessidades; construir parcerias fortes e duradouras com actores públicos e privados, nacionais e internacionais; influenciar as políticas de juventude de modo a promoverem a capacitação, o desenvolvimento comunitário e as parcerias.

ASSOCIATION FOR A BETTER LIFE (HERL'ANY, ESLOVÁQUIA)

Foi criada em 2004 e a sua missão é reforçar o desenvolvimento das comunidades ciganas marginalizadas no leste da Eslováquia. Mobilizamos recursos locais, criamos parcerias e capacitamos os membros da comunidade para participarem em projetos de desenvolvimento. Cooperamos com os municípios e ligamos trabalhadores sociais e comunitários, professores, agentes pastorais e vários especialistas. Desde 2010, somos membros de uma rede internacional YEPP.

HET WILDE WESTEN (UTRECHT, PAÍSES BAIXOS)

É um centro cultural, um ponto de encontro local e uma escola de música num só. O centro acolhe e facilita todo o tipo de atividades e projetos para pessoas de todas as idades e estratos sociais, e opera principalmente a nível local, em Utrecht.

NETWORK FOR CHILDREN'S RIGHTS (ATENAS, GRÉCIA)

É uma associação grega sem fins lucrativos fundada em 2004, com o objetivo de defender os direitos da criança, tal como definidos na Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança (PNUD 1989). A rede tem uma vasta experiência e conhecimentos especializados em questões de refugiados, proteção da criança, educação não formal, formação de profissionais e apoio a crianças, jovens e suas famílias. A rede dirige-se a todas as crianças, independentemente da origem étnica, raça, sexo, religião e língua, organizando e implementando programas pedagógicos especializados, actividades de grupo criativas e atividades de educação não formal em 4 locais no centro de Atenas. Ao mesmo tempo, realiza campanhas de sensibilização e estão a ser desenvolvidas intervenções institucionais. A organização trabalha em estreita colaboração com as autoridades públicas e os organismos públicos.

OUT OF THE BOX INTERNATIONAL (BRUXELAS, BÉLGICA)

É uma rede europeia que reúne diferentes organizações que defendem políticas mais inovadoras, centradas no cidadão e na solidariedade a nível europeu e das cidades. A nossa principal missão é fornecer conhecimentos especializados, ferramentas TIC e uma rede para a divulgação de investigação, formação e práticas inovadoras. Somos especialistas em diferentes domínios políticos da UE, como a juventude, a educação, a coesão e a solidariedade, e o digital, com destaque para as práticas intersectoriais. Os nossos grupos-alvo são os jovens, as organizações da sociedade civil e os decisores políticos. Acreditamos que a inovação, as ideias novas e a participação ativa dos cidadãos nos processos políticos representam, em conjunto, a condição sine qua non para tornar as nossas sociedades melhores, mais justas e mais sustentáveis.

YOUNG EDUCATORS (CASTELO BRANCO, PORTUGAL)

É uma organização internacional sem fins lucrativos e não governamental para o desenvolvimento. Sentimos que o mundo é um lugar sem fronteiras, sem diferenças raciais ou étnicas. Sentimos que o mundo é um lugar onde podemos ser diferentes e diversos. Queremos usar a nossa energia para lutar pelas nossas causas e capacitar os jovens para dar um novo rumo à sociedade global e promover a democracia, os direitos humanos, a igualdade, a inclusão social, a cidadania e o conhecimento.

Contribuições em particular de: Alessio Sgarlato, Alexia Karapatsia, Clara Van Eenooghe, Elissavet Konstantakopoulou, Félix Soares, Jochen Schell, Linn Radtke, Margarida Malta, Marija Bumbak, Rian Evers, Rosanna Phillips, Simona Ondrasikova, Qianzi Wang.

SONGS FOR
CHANGE



"VAMOS DAR À UE OS
VALORES DAS NOSSAS VOZES
E SONS ÚNICOS, LIGANDO-
NOS E CAPACITANDO-NOS
MUTUAMENTE PARA GERAR
SOLUÇÕES CRIATIVAS PARA A
MUDANÇA SOCIAL!"

 Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union




INTERNATIONALE AKADEMIE BERLIN
für innovative Pädagogik, Psychologie und Ökonomie gGmbH (INA)

ICE

IVCE  Institute for Youth
and Community
Empowerment













