

IV Seminário Nacional do Programa Bandeira Azul

Educação ambiental

Planear e avaliar em educação:
revedo conceitos para mudar conceções e práticas



Enquadramento

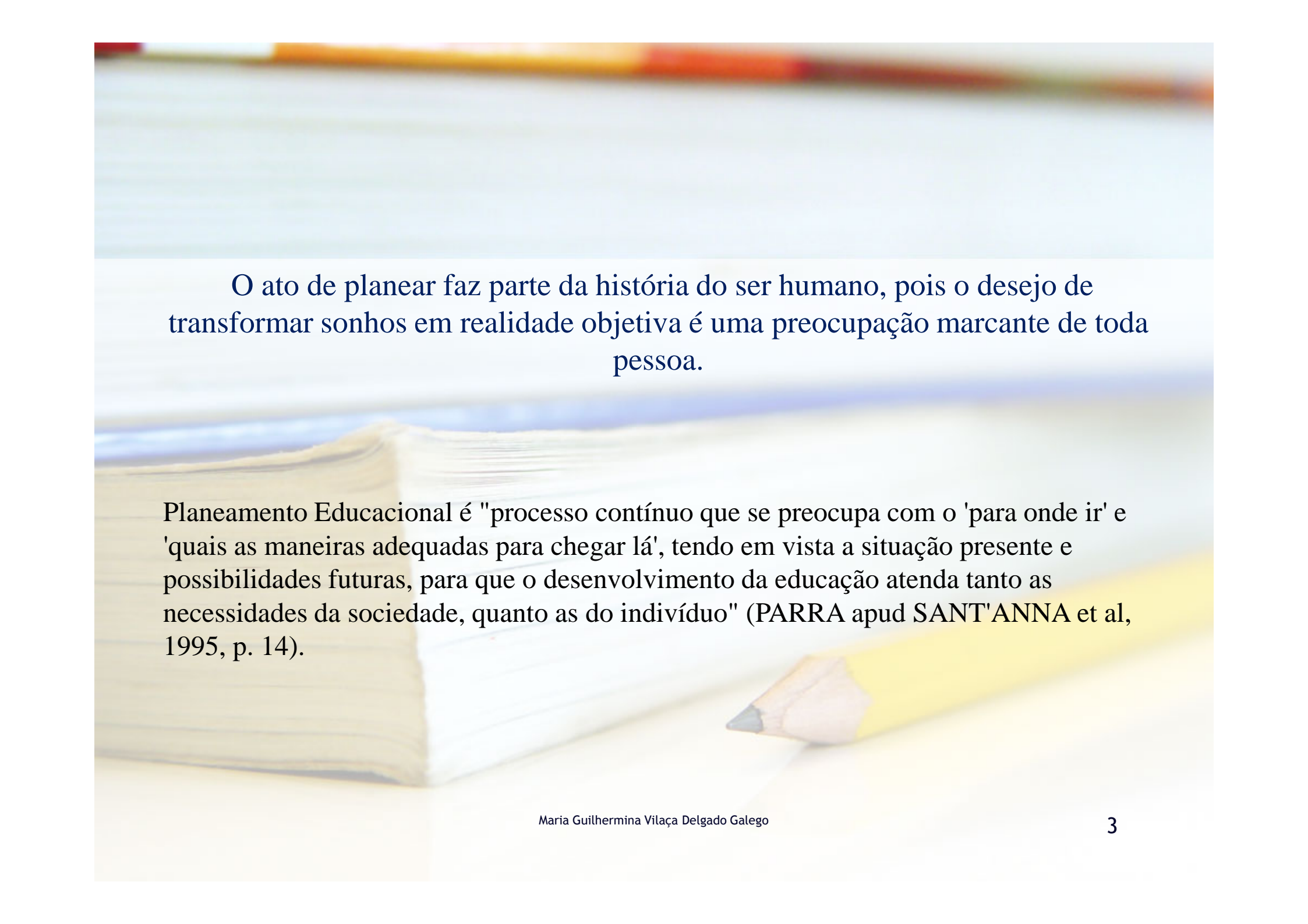
As campanhas/Projectos/Actividades começam e desenvolvem-se assim...

- Ter esperanças e sonhos para atuar;
- Ser inspirador para cativar;
- Conhecer o público-alvo para conseguir envolver;
- Definir uma identidade e uma mensagem para ser eficaz;
- Estabelecer estratégias para agir;
- Agir para mudar e desenvolver;
- Avaliar para melhorar



Coastwatch 2005. © Eduardo Barrento



The background of the slide features a soft-focus image of an open book with white pages and a yellow pencil lying on a surface. The text is overlaid on this background.

O ato de planejar faz parte da história do ser humano, pois o desejo de transformar sonhos em realidade objetiva é uma preocupação marcante de toda pessoa.

Planeamento Educacional é "processo contínuo que se preocupa com o 'para onde ir' e 'quais as maneiras adequadas para chegar lá', tendo em vista a situação presente e possibilidades futuras, para que o desenvolvimento da educação atenda tanto as necessidades da sociedade, quanto as do indivíduo" (PARRA apud SANT'ANNA et al, 1995, p. 14).

Planear antes de atuar:

Exemplo:

1. Análise do problema
2. Objectivos
3. Parceiros
4. Mensagem
5. Estratégias
6. Recursos
7. Avaliação



É necessário ter em consideração a informação que necessitamos de obter para que possamos pôr em prática :

1. Clarificação dos objectivos– para se saber exactamente onde queremos chegar;
2. Conhecimento do público-alvo, as suas preocupações, valores e interesses;
3. Compreensão dos principais desafios e tarefas;
4. Análise das forças e fraquezas em termos da concretização dos desafios e execução das tarefas;
5. Análise das oportunidades que é possível explorar e ameaças que a campanha pode enfrentar. Ideias de campanhas



Meta e Objectivos

O que pretendemos atingir?

A meta é o que se pretende atingir e, para que esta seja alcançada, é importante definirem-se os objectivos. Devem definir-se objectivos claros, que podem ser de curto, médio ou longo prazo.

Os objectivos podem integrar diferentes âmbitos, nomeadamente:

Educação

Despertar consciências.

Persuasão (a meta pode ter fins concretos, como por exemplo persuadir líderes de opinião de modo a que estes apoiem determinado tipo de causas, através do ajuste do orçamento de estado endereçado a determinado problema social, ou persuadir uma figura pública para dar a cara por uma causa, mobilizando assim mais apoios e pessoas).

Mudar atitudes e comportamentos

Cooperação



Parceiros

Quem pode ajudar-nos a atingir os objectivos?

É importante perceber quais os principais grupos de pessoas que poderão auxiliar a atingir os objectivos, mas também os principais oponentes

A seguinte matriz pode ajudar a perceber quem está do nosso lado ou quem pode dificultar

	Positivo	Negativo
Activos	Apoiantes Aqueles que apoiam e que são activos na divulgação e implementação do seu apoio	Oponentes Aqueles que são negativos e expressam activamente a sua opinião
Passivos	Potenciais aliados Aqueles que são geralmente positivos, mas que não são activos ou expressam o seu apoio	Potenciais oponentes Aqueles que têm opiniões negativas ou em relação à forma de os atingir, mas que são passivos e não expressam a sua opinião

Público-alvo

Ex:

Escolas

Autarquias

ONG's

Outras entidades

Mensagem

Permite “passar” a ideia

A mensagem pretende persuadir sobre os objectivos da campanha - que reflecte o que se pretende atingir, porquê e como. A mensagem também deve incluir uma acção específica que pretenda que o público empreenda. A mensagem é posteriormente adaptada para diferentes públicos. Uma mensagem simples pode ter um grande impacto

Avaliação

Como avaliar?

É importante avaliar a evolução da campanha/Projecto/Actividade, em intervalos regulares e no final. A estratégia necessita de ser avaliada, revisitando-se todas as etapas. Os sucessos e insucessos precisam de ser analisados para se perceber o que contribuiu para os resultados. Esta informação serve para aprender com as suas acções passadas e para adaptar as suas estratégias. A avaliação no final permite extrair lições para o futuro



Instrumentos de Avaliação

	Inquérito	Observação	Análise	Testes
Instrumentos	Entrevistas . Questionários	registos de incidentes críticos grelhas de observação escalas de classificação escalas de ordenação listas de verificação	. análise de conteúdos	testes de aproveitamento Testes de aptidão medidas de desempenho típico
Tipos de Informação	Opiniões auto-percepção juízos subjectivos domínio afectivo (atitudes) percepções socais	desempenho ou produto final do desempenho domínio afectivo (reacções emocionais) interacção social no domínio		

IV Seminário Nacional do Programa Bandeira Azul

Educação ambiental

Planear e avaliar em educação:
revedo conceitos para mudar conceções e práticas

