



## **EMBAIXADORES DA TERRA**

Todos contra a extinção

**TUTORIAL DE EDUCOMUNICAÇÃO  
PRÓ-ESPÉCIES**

## FICHA TÉCNICA

### **Agência Implementadora do Projeto Pró-Espécies Funbio**

Fábio Leite  
Clara Peçanha

### **Agência Executora Projeto Pró-Espécies WWF-Brasil**

Edegar Oliveira- Coordenação Institucional  
Marcelo Oliveira- Coordenação Estratégica  
Anna Carolina Lins- Coordenação Operacional  
Antônio Barbosa- Compras  
Bruna Piazero- Jurídico  
Gabriela Marangon- Assessoria técnica  
Liseida Dourado- Operacional  
Luana Carvalho- PMO  
Luana Lopes- Contratos  
Mariana Gutiérrez- Comunicação e engajamento  
Rabeshe Quintino- Controladoria

### **Concepção e criação**

Maurício Panella

### **Pesquisa e sistematização do conteúdo**

Morena Panella

### **Revisão Técnica**

Mariana Gutiérrez- WWF-Brasil

### **Design gráfico**

Estúdio Rima



A elaboração e diagramação da publicação Embaixadores da Terra: Tutorial de Educomunicação do Pró -Espécies foram financiadas com recursos do Global Environment Facility (GEF) por meio do Projeto 029840 – Estratégia Nacional para a Conservação de Espécies Ameaçadas – Pró-Espécies: Todos contra a extinção.

O projeto Pró-Espécies é coordenado pelo Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima (MMA) e implementado pelo Fundo Brasileiro para a Biodiversidade (Funbio), sendo o WWF-Brasil a agência executora.

Brasília, DF., Junho de 2025



# SUMÁRIO

---

**08**

## **I. INTRODUÇÃO**

1. O que é o Pró-Espécies?
  2. Educomunicação: Um Caminho para Transformação Socioambiental
  3. O Papel Importante da Educação e da Educomunicação no Pró-Espécies
  4. EMBAIXADORES DA TERRA - Convite à Ação: Você é o Protagonista
  5. Se tornando Embaixadores da Terra: Fortalecendo as Raízes para a conservação da biodiversidade em nossos territórios
- 

**12**

## **II. COMUNICAÇÃO NAS REDES SOCIAIS**

1. O que é o Instagram e como funciona?
  2. O que é o YouTube e como funciona?
- 

**18**

## **III. CONSTRUINDO NOSSA IMAGEM NO MEIO DIGITAL**

1. O que é Identidade visual?
2. O que é um Template?

---

## IV. CRIAÇÃO DE CONTEÚDO VISUAL E AUDIOVISUAL PARA REDE SOCIAL

1. Canva
  - Conhecendo o Canva
  - Passo a passo no Canva
  - Estratégias de composição visual no Canva
2. CapCut
  - Conhecendo o CapCut
  - Passo a passo no CapCut
  - Dicas básicas para editar um bom vídeo no CapCut





---

# 31

## V. ESCOLHENDO O QUE COMUNICAR

1. Onde pesquisar as informações
  - Buscando no cotidiano
  - Buscando nas redes sociais
2. Criando um roteiro para compartilhar o seu conteúdo
  - Defina um objetivo claro
  - Estructure suas ideias em três atos
  - Encontrando meu “tom” e identidade na plataforma
    - (i) O que é o tom?
      - (1) Conhecendo a técnica de Contação de História (Storytelling) para comunicação: contando uma história para transmitir sua mensagem
      - (2) Utilizando a “Jornada do Herói” para se conectar na Contação de História
3. Dicas de comunicação para as plataformas digitais



---

# 37

## VI. ESCOLHENDO A REDE SOCIAL PARA UTILIZAR





---

**38**

**VII. ENTENDENDO COMO CRIAR UM CONTEÚDO:  
APLICANDO TEORIA NA PRÁTICA**

---

**45**

**VIII. CRIANDO POSTAGENS PARA O INSTAGRAM:  
USOS E EXEMPLOS VISUAIS**

---

**50**

**IX. CRIANDO CONTEÚDO AUDIOVISUAL -  
para CapCut e YouTube**

1. Postagens Estáticas (Imagens ou Textos Sozinhos)
  2. Carrossel (Várias Imagens ou Textos em Sequência)
  3. Stories (Conteúdos Temporários)
  4. Reels (Vídeos Curtos e Criativos)
- 

**52**

**X. FAZENDO SUA PESQUISA**



# I. INTRODUÇÃO

---

## 1. O QUE É O PRÓ-ESPÉCIES?

O **Pró-Espécies: Todos Contra a Extinção** é uma importante iniciativa do Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima (MMA), criada para proteger as espécies ameaçadas de extinção no Brasil. Esse projeto atua de forma direta onde a situação é mais grave, ajudando a proteger espécies que estão correndo risco de desaparecer, especialmente aquelas que ainda não têm a proteção de políticas públicas específicas.

A missão do **Pró-Espécies** é fundamental: conservar essas espécies e melhorar as áreas que precisam de cuidados urgentes. O projeto trabalha em parceria **com comunidades locais, escolas, universidades e organizações**, garantindo que as ações de conservação cheguem diretamente aos territórios mais afetados. A ideia é envolver todos no processo, para que juntos possamos proteger a vida em nossos territórios.

O Pró-Espécies abrange **12 estados** do Brasil: Maranhão (MA), Bahia (BA), Pará (PA), Tocantins (TO), Goiás (GO), Santa Catarina (SC), Paraná (PR), Rio Grande do Sul (RS), Minas Gerais (MG), São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ) e Espírito Santo (ES). Juntos, esses estados formam uma área gigantesca — inicialmente, 9 milhões de hectares, que depois dos planos de ação, passaram para **62 milhões de hectares**.

Essa ação é financiada pelo Fundo Global para o Meio Ambiente (GEF) e coordenada pelo MMA, com o apoio de organizações como o Fundo Brasileiro para a Biodiversidade (Funbio) e o WWF-Brasil, além de parceiros como o Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), o Instituto de Pesquisas Jardim Botânico do Rio de Janeiro (JBRJ), e o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama).

Dentro do Pró-Espécies, a **Educação** é um dos pilares mais importantes. Por isso, a participação de **escolas, universidades e instituições de ensino** é essencial para sensibilizar a população e engajar especialmente os jovens na proteção dos territórios e seus biomas.

## 2. EDUCOMUNICAÇÃO: UM CAMINHO PARA TRANSFORMAÇÃO SOCIOAMBIENTAL

A **Educomunicação** é uma prática que une **educação e comunicação**, com o objetivo de fortalecer o diálogo, a troca de saberes e a mobilização em torno da conservação do meio ambiente e das culturas locais. Ela é uma ferramenta poderosa, principalmente quando os conhecimentos tradicionais e científicos se encontram, respeitando e valorizando diferentes formas de viver e cuidar da natureza.

A Educomunicação funciona com a ideia de que, ao mesmo tempo que a gente aprende, a gente também ensina. Quem participa dessa prática se torna **um agente ativo**, ajudando a criar e espalhar mensagens que incentivam a proteção da biodiversidade e o fortalecimento das culturas locais.

No contexto do **Pró-Espécies**, a Educomunicação é usada também para **aproximar** o conhecimento do território e comunidades locais para as ações nacionais. A ideia é criar **narrativas** que conectem as pessoas aos ecossistemas e às espécies que precisam de atenção especial, reforçando a importância de todos participarem da conservação

### Por que a Educomunicação é importante?

Ela facilita o entendimento de temas ambientais e promove a valorização dos saberes locais. A Educomunicação aproxima as pessoas dos desafios e das soluções, tornando mais fácil a compreensão de questões complexas. Ela ajuda a ampliar o protagonismo das comunidades, incentivando-as a assumir um papel ativo na defesa do território.

A Educomunicação ocorre em diversos espaços: nas escolas, nas aldeias, nas comunidades, nas redes sociais, em eventos culturais e até mesmo em rádios comunitárias. Ela utiliza tecnologias digitais, expressões culturais e conhecimento tradicional para promover mudanças reais na forma como as pessoas se relacionam com o meio ambiente.



## **Como fazer parte da Educomunicação?**

Uma parte fundamental dessa prática é escutar e documentar as histórias, fatos e conhecimentos que compõem o cotidiano da sua comunidade. Usar ferramentas de comunicação, sejam elas tradicionais ou digitais, ajuda a compartilhar essas histórias e a aproximar diferentes públicos. Ao fazer isso, estamos contribuindo para um mundo mais consciente e sustentável.

Cada um pode encontrar sua própria maneira de participar e contribuir para esse movimento. A Educomunicação nos convida a todos a trabalhar juntos para preservar e celebrar a diversidade biológica e cultural do nosso planeta.

## **3. O PAPEL IMPORTANTE DA EDUCAÇÃO E DA EDUCOMUNICAÇÃO**

A educação é um dos principais motores para a construção de uma sociedade mais consciente e responsável com a vida e o meio ambiente. Quando a educação se combina com a comunicação, ela se torna ainda mais forte, pois desperta um senso de pertencimento e identidade, além de incentivar ações coletivas.

A Educomunicação nos lembra que é mais fácil conservar o que ainda está vivo do que tentar restaurar o que já foi perdido. Com ela, podemos compartilhar informações, sensibilizar as pessoas e mobilizar todos para a causa da conservação. Ela é um convite para que cada um de nós se torne um guardião da natureza e do planeta.

## **4. EMBAIXADORES DA TERRA - CONVITE À AÇÃO: TODOS SOMOS PROTAGONISTAS**

Nossa biodiversidade enfrenta muitos desafios. A diversidade de nossos biomas está sendo destruída, os rios poluídos e muitas espécies estão ameaçadas. Essas questões afetam diretamente as comunidades indígenas, ribeirinhas, quilombolas e outras populações tradicionais, que dependem da natureza para sua sobrevivência. Além disso, as mudanças climáticas só agravam o cenário, com mais secas, incêndios e enchentes.

Mas há uma verdade importante: ainda há muito a ser protegido. O que precisamos agora é de uma mobilização coletiva. Cada um de nós tem a responsabilidade de agir. Como Embaixadores da Terra, seja como gestor, educador, líder comunitário, pesquisador ou cidadão, podemos todos contribuir para a conservação da natureza.

Nossas tradições e saberes ancestrais são fundamentais no enfrentamento das crises ambientais que estamos vivendo. Proteger o meio ambiente não é apenas cuidar da natureza, mas também valorizar e preservar as culturas e os modos de vida locais.

Este é um convite para que todos, com suas habilidades e conhecimentos, se tornem protagonistas dessa transformação. O futuro do nosso planeta está em nossas mãos e, juntos, podemos construir um caminho mais justo e sustentável para todos.

## 5. SE TORNEM EMBAIXADORES DA TERRA: FORTALECENDO AS RAÍZES PARA PROTEGER NOSSA BIODIVERSIDADE

Vivemos em um país de **grande biodiversidade e cultura**. Mas essa riqueza está sendo ameaçada por atividades como **mineração, monocultura, desmatamento e queimadas**. As comunidades locais enfrentam grandes desafios com a destruição de seus ecossistemas.

Como **Embaixadores da Terra**, temos um papel fundamental: ser a voz da **conservação**. Precisamos alertar sobre os problemas ambientais e reforçar a importância de **proteger** o que ainda temos. Proteger a biodiversidade não é apenas uma questão ambiental, mas também de **justiça social e cultural**.

Agora, mais do que nunca, é hora de **unir forças**. Cada um de nós pode contribuir para a **transformação**, compartilhando as histórias de resistência e soluções locais com o mundo. Somos os **guardiões da terra**, e devemos **passar essa sabedoria** e nosso compromisso para as futuras gerações.



## II. COMUNICAÇÃO NAS REDES SOCIAIS

---

### INTRODUÇÃO ÀS REDES SOCIAIS PARA OS EMBAIXADORES DA TERRA

Como **Embaixadores da Terra**, vocês têm uma oportunidade única de usar as **redes sociais** para contar as histórias de seus territórios, compartilhar as lutas enfrentadas pelas comunidades locais e destacar a importância da conservação ambiental. As redes sociais também são um poderoso espaço para fortalecer os laços culturais, promover o conhecimento tradicional e mobilizar outras pessoas para a causa da biodiversidade.

Sabemos que nem todos estão familiarizados com as diferentes plataformas digitais, por isso, este tutorial foi pensado para explicar, de forma simples e acessível, como cada uma funciona e como utilizá-las de maneira estratégica. O objetivo é combinar o conhecimento das comunidades locais com ferramentas digitais para comunicar de forma eficaz. Essa junção é o coração da Educomunicação: um processo de aprendizado, ensino, inspiração e mobilização.

Ao usar as redes sociais com intenção e propósito, vocês podem sensibilizar mais pessoas, ampliar o impacto das ações locais e fortalecer a luta pela conservação de nossas riquezas naturais e culturais.



#### 1. O QUE É O INSTAGRAM E COMO FUNCIONA?

O Instagram é uma plataforma visual, perfeita para criar conteúdos que misturam fotos, vídeos curtos e interações diretas. Como plataforma visual, ela é muito eficaz para conectar o público emocionalmente a uma mensagem, e suas ferramentas são simples e intuitivas.

## Passo a passo para começar a usar o Instagram:

**PASSO 1:** Baixe o aplicativo “Instagram” na loja de aplicativos do seu celular.

---

**PASSO 2:** Crie sua conta com seu e-mail ou número de celular. Escolha um nome de usuário. Por exemplo, pode ser um nome que represente sua identidade como Embaixador da Terra.

---

**PASSO 3:** Navegue pelo feed, veja o que outras pessoas compartilham e comece a seguir contas que falem de temas que te interessam, como conservação ambiental e cultura indígena.

---

## Ferramentas principais do Instagram

- **Postar fotos e vídeos:** Essa é a principal função do Instagram, ideal para compartilhar imagens e vídeos sobre os desafios socioambientais enfrentados em seu território e para destacar as belezas naturais ou ações de conservação.



- **Stories e Reels:** São recursos para criar narrativas curtas e dinâmicas. Usar vídeos curtos é uma excelente maneira de engajar o público, especialmente os mais jovens.

## Educomunicação no Instagram:

O Instagram é uma ferramenta poderosa para construir narrativas visuais que sensibilizam, educam e mobilizam. Por meio de fotos e vídeos, você pode mostrar a biodiversidade local, as práticas tradicionais e os desafios de conservação, além de envolver as pessoas com essas questões.

A educomunicação valoriza o uso de imagens e histórias reais para promover reflexão e engajamento. Quando combinamos conteúdo visual com mensagens claras e acessíveis, conseguimos ampliar a conscientização sobre temas ambientais e culturais de forma significativa.

### Educar pelo visual:

Use o Instagram para mostrar a biodiversidade do seu território, as práticas culturais e os impactos negativos que ameaçam o ambiente. Fotos que mostram o contraste entre áreas preservadas e áreas degradadas ajudam o público a perceber a importância da conservação.

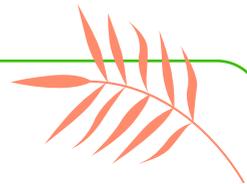
### Estimular a participação:

Os Stories são ótimos para interagir diretamente com o público. Use enquetes, perguntas e caixas de sugestões para provocar reflexões e incentivar ações. Exemplos: “O que você faria para proteger a nascente do seu rio?” ou “Quais espécies do seu território você gostaria que mais pessoas conhecessem?”. Essas perguntas criam engajamento e mostram que todos podem contribuir para a conservação.



#### DICA:

Sempre que possível, use legendas explicativas, inclua hashtags como #biodiversidade, #território e #conservação, e marque parceiros e organizações. Isso amplia o alcance da sua mensagem e fortalece as redes de apoio à causa.





## 2. O QUE É O YOUTUBE E COMO FUNCIONA?

O YouTube é a maior plataforma de vídeos do mundo e permite criar conteúdos mais longos e detalhados. Estudos sobre contação de história pelo audiovisual mostram que o YouTube é excelente para criar um engajamento de longo prazo, já que permite contar histórias com profundidade.

### Passo a passo para começar a usar o YouTube:

**PASSO 1:** Baixe o aplicativo “YouTube” no seu celular e crie uma conta com seu e-mail.

---

**PASSO 2:** Crie seu próprio canal e comece a postar vídeos sobre as ações de conservação da sua comunidade.

---

### Ferramentas principais do YouTube:

- **Gravar vídeos longos:** O YouTube permite vídeos mais longos, que podem explicar com detalhes o que sua comunidade está fazendo para proteger o território, sua biodiversidade e tradições culturais.
- **Playlists educativas:** Crie listas de vídeos sobre temas relacionados, como “Histórias de resistência e conservação de nossos biomas” ou “Como proteger os conhecimentos tradicionais”.



## **Educomunicação no YouTube:**

O YouTube é uma excelente plataforma para contar histórias com mais profundidade, registrar experiências e promover o diálogo entre diferentes saberes. Com vídeos bem planejados, é possível informar, emocionar e inspirar ações em defesa da biodiversidade.

A educomunicação valoriza o uso do vídeo como ferramenta de expressão comunitária e de fortalecimento de identidades culturais. Além disso, vídeos educativos têm grande potencial para serem utilizados em escolas, redes de formação e mobilização social.

## **Documentários curtos:**

Crie vídeos curtos que mostrem a realidade do seu território, as estratégias de conservação e como a comunidade se organiza para enfrentar os desafios ambientais. Por exemplo, você pode gravar um vídeo sobre o impacto da degradação de um rio e como isso afeta as práticas culturais e espirituais da comunidade.

## **Entrevistas com lideranças e anciãos:**

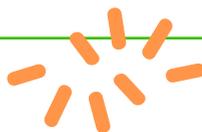
Registrar o depoimento de pessoas mais experientes ou de lideranças comunitárias ajuda a preservar e compartilhar o conhecimento que se perpetua dentro da comunidade. Esses vídeos também valorizam a memória e inspiram as novas gerações a continuar cuidando da terra com respeito e sabedoria.

## **Orientações importantes:**

As entrevistas, produção de vídeo e materiais visuais devem ser produzidos junto com os povos e comunidades tradicionais, respeitando seu conhecimento ancestral e patrimônio cultural. É muito importante consultar previamente o interesse da comunidade para realizar qualquer tipo de atividade, e antes de iniciar busque as orientações e autorizações necessárias junto aos órgãos competentes, como por exemplo a Fundação Nacional dos Povos Indígenas (FUNAI), que é o órgão responsável por regular os direitos das comunidades tradicionais e indígenas.



## DICA:



Cuide da qualidade do som e da iluminação, mesmo utilizando recursos simples. Um roteiro claro e uma edição atenta tornam o conteúdo mais acessível. Lembre-se de incluir legendas sempre que possível e usar títulos e descrições que facilitem a busca pelos temas abordados.

## Veja esses exemplos de vídeos produzidos pelo Instituto Socioambiental:



[Assista ao Vídeo](#)



[Assista ao Vídeo](#)



# III. CONSTRUINDO NOSSA IMAGEM NO MEIO DIGITAL

## 1. O QUE É IDENTIDADE VISUAL?

Nas redes sociais, a forma como nos apresentamos não depende só das palavras que usamos. Imagens, cores, formas e símbolos também contam histórias e transmitem sentimentos. Esse conjunto de elementos visuais é chamado de identidade visual — uma maneira sensível e estratégica de mostrar os valores de um projeto, de um território ou de uma comunidade.

No projeto Pró-Espécies, equipes especializadas criaram identidades visuais que celebram a diversidade da vida, dos biomas e dos territórios brasileiros. Cada Plano de Ação Territorial para a Conservação de Espécies Ameaçadas de Extinção (PAT) desenvolveu sua própria identidade, como o PAT Xingu e o PAT Meio Norte, mostrando como essas linguagens visuais podem ser adaptadas para refletir a cultura e o ambiente de cada região.



Pat Meio norte



Pat Xingu

## Esses modelos mostram como é possível construir conteúdos com:

- **Logomarca** que representa graficamente uma instituição, um coletivo, um projeto ou uma ação;

---

- **Paletas de cores** inspiradas nos biomas e paisagens locais;

---

- **Letras (tipografias) acessíveis**, bonitas e que combinem com o tom da mensagem;

---

- **Ícones, grafismos e símbolos** que se conectam com as culturas e a biodiversidade de cada lugar.

---

Esses modelos não são fórmulas fixas. São **inspirações**. A proposta é que cada grupo possa adaptar e criar seus próprios materiais, conectando a identidade do seu território com a linguagem visual da conservação.

Plataformas online, como o **Canva**, **ajudam** bastante nesse processo. Gratuita e fácil de usar, essa plataforma permite criar artes visuais mesmo sem experiência prévia em design. É uma forma acessível, criativa e coerente de se comunicar com o mundo. Mais adiante apresentaremos a Plataforma Canva.

A **comunicação visual** também é uma forma de cuidado com a mensagem e com quem a recebe. Criar com atenção e sentido é uma maneira de comunicar **afeto, força e pertencimento**.



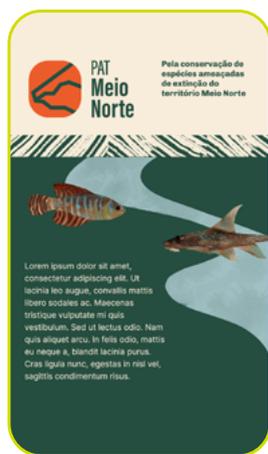
## 2. O QUE É UM TEMPLATE?

Um template é como um modelo de arte já pronto — uma base visual criada por profissionais que atuam na área do design, da comunicação e das artes para facilitar a criação de postagens, cartazes, apresentações e outros materiais gráficos. Ele já vem com as cores organizadas, os espaços para imagens e textos definidos, e as fontes escolhidas. A única coisa que você precisa fazer é editar com seu conteúdo: trocar o texto, mudar a imagem, ajustar as cores, se quiser.

Esses modelos podem ser bem utilizados em plataformas como o Canva. Mesmo quem nunca trabalhou com design consegue usar a plataforma com facilidade. É só escolher, criar ou adaptar um template, editar e publicar.

Neste tutorial, apresentamos exemplos de templates usados em projetos dentro do Pró-Espécies, como o PAT Xingu e o PAT Meio Norte. Eles servem como inspiração visual para mostrar como as artes podem representar a biodiversidade, os territórios e as culturas locais.

As ações na área da conservação do meio ambiente são bastante vastas e a organização de templates que atendam distintos objetivos pode facilitar a comunicação.



Pat Meio norte



Pat Xingu

## Vamos compartilhar alguns exemplos criados para serem usados pela equipe do PAT Meio Norte:



### 1. Capacitação Ambiental



### 2. Divulgação sobre Espécies Ameaçadas



### 3. Fiscalização



### 4. Eventos

## ATENÇÃO:

Os templates do PAT Meio Norte são exclusivos das equipes responsáveis pelo projeto. Mas podem servir de referência criativa para você construir sua própria comunicação visual — com os elementos gráficos, as paletas de cores e as mensagens que melhor representam o que é importante para a sua comunidade e seu território.

Criar suas próprias artes, com apoio de ferramentas como o Canva, é uma forma poderosa de contar histórias, celebrar identidades e fortalecer a conservação da natureza.

## IV. CRIAÇÃO DE CONTEÚDO VISUAL E AUDIOVISUAL PARA REDE SOCIAL

### CANVA

#### 1. Conhecendo o canva (<https://www.canva.com/>)

O Canva (<https://www.canva.com/>) é uma plataforma online muito fácil de usar, feita para ajudar qualquer pessoa a criar artes visuais — como postagens para redes sociais, cartazes, apresentações e muito mais — sem precisar saber design gráfico.

Ele funciona por meio de templates, que são modelos de design prontos. Esses modelos já vêm com cores, fontes e o espaço certo para textos e imagens. Você só precisa adaptar o conteúdo com suas palavras e suas fotos. É como montar um quebra-cabeça: o desenho já existe, e você entra com as peças que têm a ver com o seu território e com a mensagem que quer passar.



## 2. PASSO A PASSO NO CANVA

Agora que você já entendeu o que é um template, vamos mostrar como usar o Canva para criar postagens bonitas, com identidade visual e propósito.

### 1. Acesse o Canva

Entre no site [www.canva.com](http://www.canva.com) ou baixe o aplicativo no seu celular. Você pode criar uma conta gratuita ou usar uma conta que já tenha.

### 2. Escolha um Template

Na barra de pesquisa, digite o tipo de conteúdo que quer criar, como “post para Instagram”, “story”, “cartaz”, entre outros. O Canva vai mostrar vários modelos prontos (templates) que você pode escolher.

Aqui neste tutorial, mostramos alguns exemplos de templates que foram criados especialmente para o projeto Pró-Espécies, especificamente para o PAT Xingu e o PAT Meio Norte. Esses exemplos servem de inspiração — eles trazem elementos visuais que representam a biodiversidade dos biomas brasileiros. As identidades visuais incluem cores, fontes e ilustrações que nos conectam com os biomas e as espécies que precisam ser protegidas.

### 3. Personalize o Template com a sua mensagem

Se você for trabalhar no Canva, escolha um modelo que combine com a sua ideia e edite o conteúdo com as suas palavras. Você pode mudar os textos, trocar as fotos ou ilustrações do seu território ou da sua comunidade e inserir mensagens de conservação e cultura local.

Abaixo apresentamos alguns modelos, passo a passo, desenvolvidos para o PAT Meio Norte e para o PAT Xingu. Pelas imagens você pode compreender quais são os componentes que compõem o conteúdo digital.

Logo



Elemento Gráfico



Ilustração



Logo



Tipografia



Texto

Elemento Gráfico



Imagem



## 4. Ajustar fontes

Se quiser manter a harmonia visual, escolha uma paleta de cores e tipografias que combinem com o tema da biodiversidade. Os exemplos do PAT Meio Norte usam cores como verde e o laranja que remetem à natureza, além de fontes simples e bem legíveis. Ao editar, mantenha o visual limpo e direto, para sua mensagem ser compreendida com facilidade.

## 5. Salve e publique

Depois de finalizar sua criação, clique em “Baixar” para salvar a imagem. Agora é só compartilhar nas redes sociais! Você pode usar hashtags ligadas à conservação, à sua região ou ao projeto, para que mais pessoas encontrem e se conectem com sua publicação.

## 3. ESTRATÉGIAS DE COMPOSIÇÃO VISUAL NO CANVA

Para cativar a atenção do seu público e transmitir a mensagem de forma eficaz, use as seguintes estratégias de composição visual:

- 1. Regra dos Terços:** Divida a tela em três partes, tanto na vertical quanto na horizontal, e posicione os elementos mais importantes ao longo dessas linhas. Isso cria equilíbrio visual.



- 2. Contraste:** Certifique-se de que o contraste entre o texto e o fundo seja suficiente para garantir a legibilidade. Use cores mais claras sobre fundos escuros e vice-versa.

CONTRASTE INSUFICIENTE

BOM CONTRASTE

**3. Simplicidade:** Mantenha a postagem limpa, sem excessos. Evite sobrecarregar a imagem com muitos elementos. Destaque as informações mais importantes.

**4. Elementos Visuais Consistentes:** Crie elementos gráficos e ilustrações sobre a biodiversidade que representam seu território. Caso em sua equipe ainda não haja ilustradores você pode pesquisar no Canva algumas ilustrações inspiradas em elementos naturais, que podem servir em sua composição.



Esses são apenas alguns direcionamentos simples para utilizar a plataforma! No entanto, no tópico **“VII. ENTENDENDO COMO CRIAR UM CONTEÚDO: APLICANDO TEORIA NA PRÁTICA”**, organizamos para vocês um tutorial mais específico, abordando funções do Canva para melhor aproveitamento do template na plataforma.

## CAPCUT

### 1. Conhecendo o CapCut (<https://www.capcut.com/> )

O CapCut é uma ferramenta gratuita e muito intuitiva para editar vídeos diretamente no seu celular. Ele é perfeito para criar conteúdos para as redes sociais, pois permite realizar cortes, adicionar transições, inserir música e aplicar efeitos de maneira simples e rápida. Como Embaixadores da Terra, vocês poderão usar o CapCut para dar vida às histórias sobre a conservação socioambiental de seus territórios. E o melhor: não é necessário ser um especialista em edição para criar vídeos incríveis!

Agora, vamos aprender o passo a passo de como usar o CapCut para criar seus vídeos, utilizando os logos, elementos visuais e fontes para comunicar suas mensagens de forma profissional e alinhada com a identidade visual do projeto.

## 2. PASSO A PASSO NO CAPCUT

### Passo 1: Criar um Novo Projeto

- **Abra o CapCut:** Certifique-se de que você está usando a versão mais recente do aplicativo.
- **Novo Projeto:** Na tela inicial, clique em “Novo Projeto” para começar.
- **Escolher a Proporção:** Antes de importar seus vídeos, defina a proporção mais adequada para o formato que você vai usar. Exemplos: 16:9 para vídeos no YouTube e 9:16 para stories ou Reels no Instagram.

### Passo 2: Importar Mídia

- **Selecione seus Vídeos:** Vá até a sua galeria e escolha os vídeos que você quer usar. Certifique-se de que estão em boa qualidade e prontos para edição.
- **Adicionar Fotos e Música:** Além dos vídeos, você pode importar imagens e músicas. Isso inclui os logos, elementos ilustrados e fontes que já foram preparados anteriormente por sua equipe para as postagens. Para isso, basta fazer upload desses arquivos diretamente no CapCut e posicioná-los onde achar necessário.

### Passo 3: Edição Básica

- **Organizar a Linha do Tempo:** Arraste os cliques de vídeo para a linha do tempo e organize-os na sequência que você deseja. Manter a narrativa fluida é importante para que o vídeo faça sentido e prenda a atenção do público.
- **Cortar os Vídeos:** Faça cortes onde houver partes desnecessárias ou onde perceber que o ritmo do vídeo começa a ficar lento. Use a ferramenta “Dividir” para cortar os vídeos em seções menores e remover trechos indesejados.



## Passo 5: Inserir Texto e Anotações

- **Adicionar Texto:** No CapCut, é fácil inserir textos sobre o vídeo. Use essa ferramenta para destacar informações-chave, como o nome de uma espécie em extinção ou dados sobre a crise ambiental no seu território.
- **Formatar Texto:** Utilize as fontes definidas em seu projeto de identidade visual. Isso garantirá que todos os vídeos sigam o mesmo padrão visual. Adapte as cores usando a paleta que sua equipe também já definiu.

## Passo 6: Inserir Música e Efeitos Sonoros

- **Adicionar Música:** Escolha uma trilha sonora que complemente a mensagem do vídeo. Para criar uma maior imersão, sincronize os momentos mais importantes do vídeo com mudanças na música.
- **Mixar Áudio:** Não deixe a música alta demais; a narração e os sons naturais devem ser ouvidos claramente. Ajuste o volume e use a função fade in/out para que as transições de áudio sejam suaves.

## Passo 7: Entendendo o Ritmo do Vídeo

- **O que é Ritmo:** O ritmo se refere à velocidade em que as cenas mudam e a informação é apresentada. Um bom ritmo mantém o espectador interessado e engajado. Se o vídeo for muito lento, as pessoas podem perder o interesse; se for muito rápido, podem não conseguir absorver tudo.
- **Como Ajustar o Ritmo:**
  - **Cortes Rápidos:** Use cortes rápidos em momentos de ação, como cenas que mostram urgência ambiental.
  - **Momentos de Pausa:** Para momentos reflexivos ou emocionais, como quando você apresenta uma espécie ameaçada, insira pausas mais longas para que o público possa refletir sobre o conteúdo.

- **Revisar o Vídeo:** Assista ao vídeo completo e veja se está tudo certo. Verifique se as transições estão suaves, se os textos são legíveis e se a mensagem principal ficou clara.
- **Exportar o Vídeo:** Quando tudo estiver pronto, toque em **Exportar** e escolha a qualidade do vídeo de acordo com a plataforma em que ele será publicado (por exemplo, 1080p para Instagram ou YouTube).

## DICAS BÁSICAS PARA EDITAR UM BOM VÍDEO NO CAPCUT

Para uma boa edição, é essencial manter a simplicidade e não exagerar nos efeitos. Use transições suaves, corte o desnecessário e escolha músicas e legendas que complementam a sua mensagem.

- **Ferramentas Gratuitas:** O CapCut oferece muitas opções de edição gratuitas. Fique atento para usar os recursos que não exigem assinatura paga, como as transições básicas e efeitos gratuitos.
- **Usando o Material Visual de seu projeto:** Ao subir os logos e **elementos visuais** prontos, certifique-se de posicioná-los de forma que não atrapalhem a visualização do vídeo. Use-os como marca d'água ou no final do vídeo para garantir que a identidade visual do projeto esteja presente sem sobrecarregar o conteúdo.
- **Use Boas Transições em Vídeos no Celular com CapCut:** Transições bem executadas aumentam a fluidez do vídeo e tornam o conteúdo mais interessante. Use recursos como velocidade variável e sobreposições de clips para criar transições suaves e criativas.

**Exemplo:** Use cortes e transições que mantêm o fluxo da narrativa. Música e efeitos sonoros devem ser utilizados para amplificar a emoção sem distrair o espectador.

- **Cortes e Ritmo:** O ritmo da edição influencia diretamente a percepção emocional. Um corte rápido pode aumentar o suspense, enquanto uma edição mais pausada pode dar uma sensação de tranquilidade.
- **Prática:** Ajuste o ritmo de acordo com o tom do conteúdo e a reação que você deseja gerar no público.

**Exemplo:** Analise os vídeos que compartilhamos acima, produzidos pela equipe do Instituto Socioambiental. Essas pílulas de poucos minutos despertam o interesse do público sobre os assuntos em pauta e levam o usuário da rede social a se aprofundar mais sobre o tema em questão.



[Assista ao Vídeo](#)

Esses são apenas alguns direcionamentos simples para utilizar a plataforma! No entanto, no tópico **“IX. CRIANDO CONTEÚDO AUDIOVISUAL - para CapCut E YouTube”**, organizamos para vocês um tutorial detalhado, abordando a criação de roteiro e a construção de um vídeo.

## V. ESCOLHENDO O QUE COMUNICAR

---

Agora vocês já conhecem as plataformas e a importância de utilizá-las como ferramenta de educação. Com esses recursos, vocês estão prontos para criar as mensagens que querem levar ao mundo. Mas, como escolher o que comunicar?

Como guardião de seu território, você já tem uma conexão forte com a terra, os rios e as tradições que guiam a sua vida! Ao escolher um tema para comunicar como Embaixador da Terra, **pense em questões que afetam diretamente seu território:**

### Exemplos de temas que você pode abordar:

- **Proteção** dos rios e como eles são essenciais para a sobrevivência das comunidades e dos seres vivos;

---

- **Impacto** das mudanças climáticas no cotidiano: Como as alterações do clima afetam as atividades diárias;

---

- **Histórias de resistência:** Mostrar como a sua comunidade continua a lutar pela terra e pela floresta, apesar das ameaças.

---

- **Relevância para a sua comunidade:** Quais são as principais ameaças que afetam a vida no território? Desmatamento? Poluição dos rios? conservação das tradições culturais? **Escolha algo que você vê e sente no seu cotidiano.**

---

- **Sabedoria dos anciãos:** O que os mais velhos sempre te ensinaram sobre a relação com a natureza e a importância de proteger o território? Esses ensinamentos são fundamentais para o que você vai comunicar.

---

- **Ação e soluções:** Além de destacar os problemas, foque em soluções possíveis, como práticas de reflorestamento, campanhas de conscientização ambiental ou rituais que valorizam a conexão entre o povo e a terra.

---

## 1. Onde pesquisar as informações

Perfeito, com o tema escolhido por vocês, chega o momento da pesquisa! Você tem à disposição muitas formas de buscar conhecimento, desde os estudos acadêmicos até as conversas com os anciãos e líderes da sua comunidade.<sup>1</sup>

### Buscando no cotidiano:

O conhecimento mais importante muitas vezes está nas próprias comunidades. As histórias e o saber dos mais velhos, os rituais e as atividades diárias são fontes que te ajudam a ver o que precisa ser preservado e como comunicar isso.

#### - Procure na sua comunidade:

**Converse** com os anciãos e líderes: Eles têm décadas de sabedoria sobre a relação com a terra e os ciclos naturais. Escute o que eles falam sobre as mudanças que ocorreram ao longo dos anos e como elas afetam o território.

**Participe** de atividades comunitárias: O plantio, a pesca, a caça e os rituais que conectam o povo à natureza são uma forma de você vivenciar o que está em jogo. Essas experiências vão te dar inspiração para contar histórias sobre a conservação e a luta do seu povo.

### Buscando nas redes sociais<sup>2</sup>:

As redes sociais são ferramentas poderosas para espalhar as histórias da sua comunidade para além da aldeia. Elas ajudam a conectar você com outras pessoas interessadas na proteção do seu território.

---

1 Na última página, você pode ver nossas sugestões de algumas referências acadêmicas e instituições para ajudar nas suas pesquisas.

2 Na última página, você pode ver nossas sugestões de algumas referências de perfis no instagram, para ajudar nas suas pesquisas.

## 2. Criando um roteiro para compartilhar o seu conteúdo

Após definir a sua plataforma de criação de conteúdo visual e audiovisual, escolher o que vai comunicar e finalizar sua pesquisa, chega o momento de construir um conteúdo que amplifique sua voz. Para isso, existem alguns direcionamentos que facilitam a comunicação! Conheça algumas estratégias de como estruturar suas ideias, que irão potencializar o seu diálogo.

### Defina um objetivo claro:

Defina a **mensagem** principal e o propósito do conteúdo (informar, educar ou entreter). O roteiro deve ser voltado para o público e para a entrega clara da mensagem.

### Estruture suas ideias em Três Atos:

Estruture o seu conteúdo em **introdução, desenvolvimento e conclusão**. Isso ajuda a manter o foco e o público interessado.

- **Introdução:** Captura de atenção (gancho).
- **Desenvolvimento:** Apresentação detalhada do tema.
- **Conclusão:** Chamada para a ação do leitor (Call to Action) e/ou resumo do conteúdo.



## Encontrando meu "tom" e identidade na plataforma:

### i. O que é o tom?

O tom é a voz que reflete a sua identidade na plataforma. Ele pode ser formal, descontraído, inspirador, entre outros, você escolhe! Definir o tom correto envolve entender como as pessoas que você quer acessar, preferem se comunicar e como a mensagem pode ser mais eficaz para elas.

**(1)** Conhecendo a técnica de Contação de História (Storytelling) para comunicação: **contando uma história para transmitir sua mensagem**

Construa uma história que mostre sua conexão com os valores e interesses das pessoas que você quer se comunicar. Essa ligação com as emoções das pessoas, ajuda a criar uma sensação de pertencimento e engajamento.

Com o uso de personagens reais, cenários e conflitos, mantendo a simplicidade e a clareza, você consegue garantir que a mensagem seja compreendida e bem recebida. Personalize a história para que ela fique familiar. Isso torna a mensagem mais atraente e relevante, destacando elementos que as pessoas que você deseja se comunicar, se identifiquem e se sintam tocados pela sua mensagem. É muito importante **construir uma relação com as pessoas que você está se comunicando!**

**(2)** Utilizando a “Jornada do Herói” para se conectar na Contação de História

A Jornada do Herói é um modelo narrativo que envolve o **herói** que enfrenta **desafios** e, ao final, **aprende** ou **salva** algo, e é essencial para **conexão emocional**. O herói da história é a figura central que enfrenta desafios e se transforma ao longo da narrativa.

No contexto de comunicação do **Embaixador da Terra**, o “herói” pode se moldar dependendo do tema que você escolheu para comunicar. Como exemplo, você pode **narrar como a comunidade indígena do seu território enfrentou os desafios causados por um desastre ambiental**, e como ela superou e transformou a

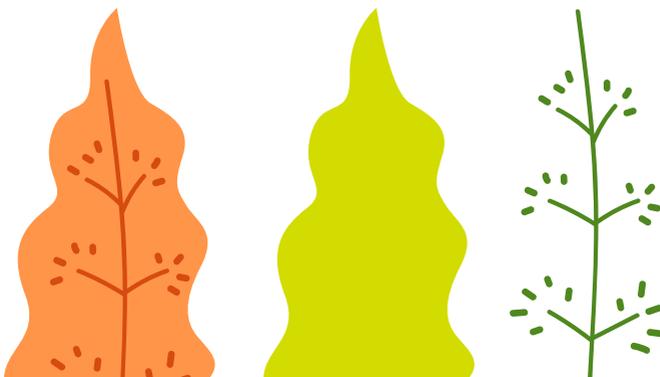
realidade. Com isso, você se conecta com os leitores, coloca uma **lupa** nas consequências da crise climática, e apresenta práticas sustentáveis para a conservação da biodiversidade e do seu território.

### 3. Dicas de comunicação para as plataformas digitais

i. Utilize “ganchos” nas suas histórias. O **gancho** é o elemento inicial que **captura a atenção do público**. Ele pode ser uma **pergunta** intrigante, uma **estatística** impactante ou um **evento** surpreendente. O gancho deve ser relevante para o público e dar início à jornada da narrativa.

ii. Conclua com uma resolução clara. A conclusão de uma história deve trazer uma resolução clara para os conflitos apresentados, amarrando todos os elementos da narrativa e oferecendo um aprendizado ou mensagem central.

iii. Use os stories para uma mensagem mais rápida. Stories são perfeitos para interação rápida. Eles permitem a criação de **enquetes**, **perguntas** e **links** diretos para trazer atenção e promover conhecimento sobre o tema que você está abordando. A chave é manter o conteúdo **dinâmico e chamativo**, utilizando todos os recursos que o Instagram disponibiliza.



## 4. Como transformar sua mensagem em um conteúdo digital

Conhecendo os conceitos de design (hierarquia visual, escolha de fotos, identidade visual) para melhorar a sua comunicação:

Uma plataforma que consegue comunicar bem suas mensagens é coesa, visualmente atraente e reflete a sua identidade. Utilize a paleta de cores já definida para seu projeto, elementos da identidade visual, fotos de alta qualidade e uma mistura de formatos como imagens e vídeos!

- **Hierarquia visual para ajudar a compreensão:**

A hierarquia visual é a organização de elementos em uma imagem para **guiar a visão** do leitor. Coloque em ordem de importância as mensagens, utilizando tamanhos, cores e posicionamento estratégico, para comunicar da melhor forma.

- **Curadoria das fotos:** escolhendo as melhores imagens para comunicar sua mensagem.

Escolha imagens que não só ilustram o tema, mas que também **evocam emoção** ou **transmitem uma mensagem**. Utilize a **regra dos terços**<sup>3</sup>, **simetria** e **linhas guias** para criar imagens equilibradas e esteticamente agradáveis.

---

3 Regra dos terços: é uma técnica de composição que divide a tela em nove partes iguais. Ao posicionar elementos-chave nas interseções, cria-se um equilíbrio visual que atrai a atenção do espectador.

## VI. ESCOLHENDO A REDE SOCIAL PARA UTILIZAR

---

Agora que você já tem conhecimento sobre estratégias de comunicação e conhece algumas das principais plataformas, é importante escolher a que mais se adapta ao que você quer comunicar. A escolha deve ser feita com base em princípios de educomunicação e em estratégias eficazes de mobilização digital.

### **Critérios para escolher a plataforma:**

- 1. Pense no seu público:** Onde estão as pessoas que você quer alcançar? Jovens costumam estar mais no Instagram, enquanto o YouTube atinge um público mais diversificado. Estudo sobre comportamento digital mostra que escolher a plataforma certa é crucial para alcançar o público desejado.
  - 2. Tipo de conteúdo:** O que você quer comunicar? Se o seu foco for conteúdo visual (fotos e vídeos curtos), o Instagram ou o TikTok são ideais. Para vídeos mais detalhados e narrativas longas, o YouTube é a melhor opção. Pesquisas sobre narrativas digitais indicam que a escolha da plataforma deve ser guiada pelo formato mais eficaz para a mensagem.
  - 3. Tempo e esforço:** Quanto tempo você pode dedicar à criação de conteúdo? Plataformas como o Instagram e TikTok permitem atualizações rápidas, enquanto o YouTube requer mais tempo de produção. Planeje-se com base no tempo que você pode investir.
  - 4. Educação e mobilização:** O objetivo da sua comunicação é educar e engajar. Use a plataforma que melhor ajuda a transmitir conhecimento e mobilizar pessoas em torno da conservação do Xingu. Um estudo sobre mobilização digital destaca que o uso estratégico de diferentes plataformas pode amplificar o impacto das mensagens.
-

## VII. ENTENDENDO COMO CRIAR UM CONTEÚDO: APLICANDO TEORIA NA PRÁTICA

No tópico II, abordamos brevemente sobre identidade visual e apresentamos alguns templates criados para o **Pró-Espécies -ESPÉCIES**. Aqui vamos apresentar de forma visual como uma identidade visual pode ser aplicada em um modelo de comunicação. Para esse exercício vamos analisar alguns conteúdos criados para o PAT Meio Norte:



O **PAT Meio Norte** tem sua própria identidade visual. Nela, incluem a **logomarca**, **paleta de cores**, a **tipografia oficial** e **elementos visuais** que remetem à biodiversidade da região Meio Norte, facilitando a criação de postagens atrativas e educativas.

## Compreendendo a Paleta de Cores do PAT Meio Norte:

A logomarca do **PAT Meio Norte**. O território do Plano de Ação Territorial para a Conservação de Espécies Ameaçadas de Extinção do Território Meio Norte (PAT Meio Norte) está localizado na divisa entre os estados do Pará, Tocantins e Maranhão, comportando-se como uma grande área de transição entre as regiões Nordeste e Norte do país. São essas linhas delimitadoras físicas dos rios e políticas dos estados em questão que deram a inspiração para a criação da marca do PAT Meio Norte.



A **paleta de cores do PAT Meio Norte** foi escolhida para representar a natureza e a cultura da região. A paleta de cores é composta por 3 cores principais: **Laranja, Verde, Azul e Branco**. O verde e azul representam as florestas e águas abundantes da região. O laranja é relacionado ao solo, adicionando dinamicidade às composições. Estas cores foram escolhidas para garantir a identidade do PAT Meio Norte.

Para cores de texto foram definidas as cores Branco e Verde para manter a integridade da Identidade e legibilidade. A variação de laranja para cor dos títulos também pode ser usada. Todas as informações foram organizadas em um Manual de Identidade Visual.



**# abc9cd (Azul):** Utilizado principalmente nos títulos ou como cor de fundo para dar destaque, representando os rios e o céu do Xingu, por exemplo.

**# 254e40 (Verde):** Usado para textos menores ou como cor de fundo, como subtítulos ou informações adicionais, representando a vegetação e a biodiversidade da região.

**# ec5c2a (Laranja):** Uma cor de fundo suave ou de texto, ideal para equilibrar o contraste entre os elementos visuais e textuais, representando a areia dos rios e o solo da região.

**# f8edda (Branco):** Uma cor indicada para manter a integridade da identidade e legibilidade.



## Tipografia (Fontes) do PAT Meio Norte

A tipografia é um elemento chave para dar suporte à expressão verbal da marca. Ela aparece em textos longos e aplicações mais informativas em destaque. Para a identidade visual do PAT Meio Norte, foram utilizadas duas tipografias:

**Chivo (Título):** Para aplicada em títulos e textos de destaque em seu peso Bold.

**Inter (Corpo do texto):** Para o corpo do texto, proporcionando uma boa legibilidade em dispositivos móveis.



## Elementos Ilustrativos da Biodiversidade PAT Meio Norte

Os territórios que compõem o **PAT Meio Norte** revelam a pluralidade cultural de suas comunidades tradicionais únicas (indígenas, ribeirinhos, seringueiros, quilombolas e pescadores) e a identidade pretende estimular o público a se conectar com as realidades sociais e ambientais da região. A criação dos elementos gráficos foi feita baseada em elementos associados ao território. As ilustrações foram produzidas utilizando pinceladas e texturas que simulam aquarela, representando de maneira lúdica e acessível as espécies-alvo e a paisagem ensolarada, composta por rios, palmeiras e outras vegetações.



As formas irregulares são inspiradas no mapa da região. Por fim, as faixas com textura são inspiradas nos artesanatos produzidos pelas comunidades tradicionais que utilizam recursos naturais em sua execução.

Vamos apresentar um exemplo na prática em sua aplicação reunindo todos elementos:

The infographic is a vertical rectangular card with rounded corners, featuring a color palette of orange, dark green, and light green. It is annotated with five green arrows pointing to specific design elements:

- Tipografia:** Points to the main title "Capacitação Ambiental" in a bold, white, sans-serif font on an orange background.
- Logo:** Points to the "PAT Meio Norte" logo, which includes a stylized white bird icon on a dark green background.
- Texto:** Points to a block of placeholder Latin text in white on a dark green background.
- Elemento Gráfico:** Points to a decorative horizontal band with a dark green background and white diagonal brushstroke patterns.
- Imagem de paisagem:** Points to a photograph of a lush forest stream with mossy rocks and tree roots.

Additional text on the infographic includes:

- A vertical orange bar on the left side.
- Text in orange: "Inscrições abertas até 23 de julho".
- Text in orange: "Auditório PAT Meio Norte".
- A website URL at the bottom: "www.patmeionorte.com.br".



## NA PRÁTICA: utilizando as estruturas de Composição Visual para Cativar a Atenção:

A composição visual é crucial para criar postagens que chamem a atenção do público. Após apresentarmos o exemplo do PAT Meio Norte aqui indicamos algumas estratégias que já abordamos, e outras, para aprimorar a composição das suas postagens:

- **Regra dos Terços:** Ao compor sua imagem, divida-a em uma grade de três partes, tanto na horizontal quanto na vertical. Posicione os elementos mais importantes ao longo dessas linhas ou em seus cruzamentos para criar uma composição equilibrada e atraente.

---

- **Foco em Elementos Principais:** Utilize o **espaço negativo** (o espaço em branco ao redor dos elementos) para destacar o que é mais importante. Isso facilita a visualização e torna a mensagem mais clara.

---

- **Contraste e Cores:** Combine **cores contrastantes** para destacar informações

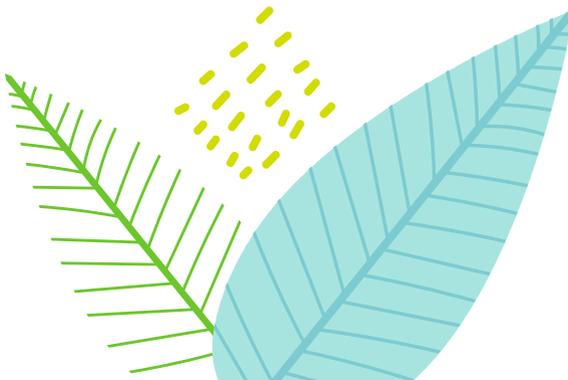
---

- **Hierarquia Visual:** Estabeleça uma hierarquia na composição. Os **títulos** devem ser os elementos mais destacados, seguidos por **subtítulos** e, em seguida, o corpo do texto. Isso guia o olhar do leitor de forma natural.

---

- **Imagens de Alta Qualidade:** Utilize **imagens nítidas** e de **alta resolução**. Isso não só melhora a aparência da postagem, mas também transmite credibilidade!

---

# VIII. CRIANDO POSTAGENS PARA O INSTAGRAM: USOS E EXEMPLOS VISUAIS

Como **Embaixador da Terra**, você tem a oportunidade de usar diferentes formatos de postagem para comunicar a beleza e a importância da biodiversidade do seu território. Cada tipo de postagem tem suas características e objetivos. Aqui neste tutorial, vamos apresentar orientações práticas e exemplos visuais criados especialmente para o **PAT Meio Norte**, que podem inspirar a produção de conteúdos no âmbito do Pró-Espécies.

## 1. Postagens Estáticas (Imagem ou Texto Único)

### Quando usar:

- Para compartilhar uma mensagem curta e impactante, como um lema ou uma chamada à ação.
- Quando você tem uma imagem forte que conta uma história por si só, como uma foto de uma paisagem natural ou uma ação de conservação.

### Dica de composição:

- Use **imagens de boa qualidade**, centralize a atenção na mensagem principal e mantenha os textos breves. As cores e fontes recomendadas ajudam a manter a identidade visual do projeto.

### Exemplo visual:



## 2. Carrossel (Várias Imagens ou Textos em Sequência)

### Quando usar:

- Para contar uma história mais completa ou mostrar diferentes aspectos de um mesmo tema.
- Para explicar uma ação ambiental em etapas, apresentar dados ou destacar curiosidades.

### Dica de composição:

- Cada slide deve ter uma função na narrativa. Comece com uma introdução, desenvolva os pontos principais e finalize com um convite à reflexão ou ação.

### Exemplo visual:



## 3. Stories (Conteúdos Temporários)

### Quando usar

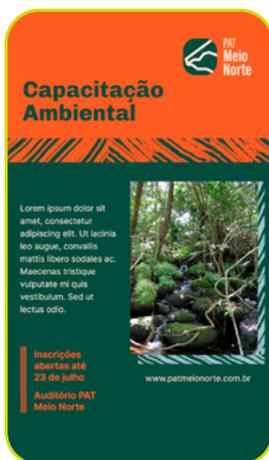
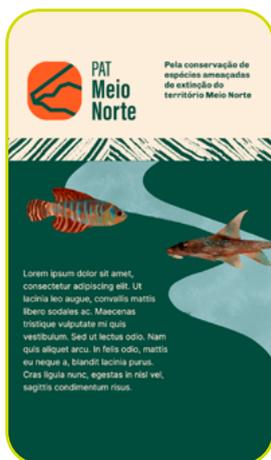
- Para mostrar momentos espontâneos do dia a dia ou bastidores de ações no território.

- Para interagir com o público usando enquetes, perguntas e respostas ou desafios.

## Dica de composição:

- Seja direto e autêntico. Stories funcionam melhor quando parecem uma conversa. Use emojis, textos curtos e elementos interativos disponíveis na própria plataforma.

## Exemplo visual:



## 4. Reels (Vídeos Curtos e Criativos)

### Quando usar:

- Para mostrar transformações ambientais, ações de impacto ou manifestações culturais.
- Para explorar a força do som, da música e da linguagem visual em vídeos curtos e envolventes.

### Dica de composição:

- Use trilhas sonoras que tenham conexão com o território. Pense na montagem: cortes rápidos para temas dinâmicos, mais lentos para momentos contemplativos.

**Exemplo visual:** Veja esse exemplo de material audiovisual produzido pelo WWF Brasil que apresenta soluções para sustentabilidade socioambiental.



[Assista ao  
Vídeo](#)

## DICAS FINAIS PARA ESCOLHER O FORMATO

- **Público-alvo:** Pense em quem você quer alcançar. Jovens costumam preferir vídeos, mas pessoas mais maduras podem gostar de mensagens visuais simples.
- **Objetivo da postagem:** Se quiser informar, um carrossel pode ser melhor. Para gerar engajamento, aposte nos stories ou reels.
- **Experimente:** Não tenha medo de testar! Acompanhe as curtidas, comentários e compartilhamentos para entender o que mais conecta com sua comunidade.



## IX. CRIANDO CONTEÚDO AUDIOVISUAL - para CapCut e YouTube

---

Para que seu vídeo se comunique bem, é importante planejar antes de começar a gravar. Um roteiro é como o “mapa” do seu vídeo — ele organiza ideias e ajuda você a ser direto, envolvente e coerente.

### Estratégias de Comunicação para o Roteiro

A comunicação eficaz envolve transmitir mensagens de forma clara e envolvente. Os futuros **Embaixadores da Terra** devem considerar os seguintes aspectos ao criar conteúdo:

- **Mensagem direta:** Defina qual é o tema central. Quer conscientizar sobre uma ameaça à biodiversidade? Divulgar uma ação de reflorestamento? Valorizar um saber tradicional? Deixe isso evidente desde o início.
- **Traga uma história envolvente:** Uma boa história gera conexão. Use exemplos do seu território, narre uma vivência real, traga um personagem inspirador. O público precisa se sentir parte do que está sendo contado.
- **Imagens que falam:** Pense nos visuais que acompanham cada parte da história. Imagens da natureza, cenas da comunidade, registros de transformação ambiental ou cultural tornam o vídeo mais expressivo.

**Exemplo:** Se o objetivo é **educar sobre questões socioambientais**, o conteúdo do vídeo deve abordar diretamente o tema, sem desvios, e fornecer uma **resolução** ou chamada à ação clara.

### Roteiro em Três Atos (simples e eficaz)

Essa estrutura ajuda você a criar vídeos com começo, meio e fim, mesmo nos formatos curtos como Reels ou Shorts do YouTube.

## Utilize a estrutura em “Três Atos”:

**Ato 1** – Introdução: Apresente o tema com uma frase impactante ou uma pergunta que prenda a atenção.

---

**Ato 2** – Desenvolvimento: Mostre o problema, traga dados, contextos ou relatos. Depois, apresente as ações que estão sendo feitas.

---

**Ato 3** – Conclusão: Termine com uma mensagem positiva e uma chamada à ação. Pode ser um convite para o público agir, refletir ou compartilhar.

---

**Exemplo:** Em um vídeo sobre “**conservação ambiental**”, o **Ato 1** pode ser a introdução ao problema, o **Ato 2** pode ser a explicação de como o problema afeta as pessoas, e o **Ato 3** pode ser a solução prática com uma chamada à ação.

Como sugestão, sugerimos assistir esses dois vídeos produzidos pelo WWF Brasil sobre conservação de nossos biomas:



[Assista ao Vídeo](#)



[Assista ao Vídeo](#)

## X. FAZENDO SUA PESQUISA

---

Antes de construir qualquer tipo de conteúdo de educomunicação, vocês têm a responsabilidade de propagar uma informação verdadeira! Por isso, deve-se ter cuidado no momento da sua pesquisa.

### Cuidado com a veracidade da informação.

Quando você encontra uma informação, é importante avaliar se ela é confiável e útil para a sua mensagem. Não podemos promover mensagens falsas. Aqui estão algumas perguntas que você pode fazer:

#### **i. Quem escreveu isso?**

A pessoa que escreveu é um especialista no assunto, um ativista reconhecido ou alguém da sua comunidade com experiência?

#### **ii. A fonte é respeitável? Cuidado com notícias falsas!**

O artigo vem de uma instituição, uma ONG ou uma universidade? Se for, é mais provável que seja confiável.

#### **iii. Essa informação está atualizada?**

Para falar sobre o que está acontecendo agora no território, prefira fontes recentes, que mostrem os dados mais atuais.

#### **iv. Essa informação tem evidências?**

A fonte oferece dados, estudos ou relatos que comprovam o que está sendo dito? Prefira sempre as fontes que tenham base em fatos.

## SUGESTÃO DE REFERÊNCIAS PARA BUSCA:

### Referências acadêmicas

Essas plataformas oferecem estudos que podem te ajudar a entender melhor as mudanças que você vê no seu território. São ferramentas importantes, mas não precisa complicar. O mais importante é usar essas plataformas de forma simples e objetiva para trazer informações confiáveis que complementem o que você já sabe.

### Passo a passo simplificado para utilizá-las

#### Google Scholar ([scholar.google.com](https://scholar.google.com)):

**PASSO 1:** Acesse o site.

**PASSO 2:** Digite palavras que tenham a ver com o que você quer falar. Exemplo: “impacto das hidrelétricas e mineradoras no Xingu” ou “conservação dos rios na Amazônia”.

**PASSO 3:** Olhe os primeiros resultados, leia os resumos e escolha o que parece mais importante para o seu tema.

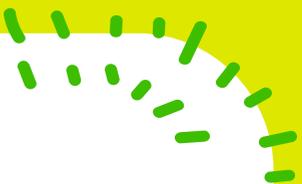
**PASSO 4:** Se encontrar algo interessante, baixe o artigo ou use as partes mais relevantes para apoiar suas ideias.

#### SciELO ([scielo.org](https://scielo.org)):

**PASSO 1:** Entre no site do SciELO.

**PASSO 2:** Busque termos relacionados ao tema. Exemplo: “biodiversidade do Xingu” ou “mudanças climáticas e povos indígenas”.

**PASSO 3:** Baixe os artigos que podem ser úteis para fortalecer suas histórias e dados.



## Instituições e organizações confiáveis

Além dos artigos acadêmicos, várias instituições têm relatórios e estudos que podem te ajudar a entender melhor o que está acontecendo com o território e a biodiversidade.

- **WWF-Brasil:** O Fundo Mundial para a Natureza, WWF-Brasil é uma organização da sociedade civil brasileira que procura contribuir para que a sociedade brasileira conserve a natureza, harmonizando a atividade humana com a conservação da biodiversidade e com o uso racional dos recursos naturais, em benefício das gerações atual e futura. Eles atuam diretamente na conservação da biodiversidade dos biomas brasileiros, mediante o Projeto Pró-Espécies: Todos contra a extinção. No seu papel como Embaixador da Terra, você pode se inspirar nos projetos do WWF-Brasil que mostram como as comunidades locais estão encontrando soluções para proteger suas terras e sua cultura. Além disso, a organização também oferece recursos educativos e campanhas que podem te ajudar a entender melhor o impacto da crise climática em nossos territórios.
- **Instituto Socioambiental (ISA):** Trabalha diretamente com as comunidades indígenas e produz informações valiosas sobre a proteção do território.
- **INPE (Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais):** Traz dados confiáveis sobre o desmatamento e as mudanças climáticas, que podem ser importantes para você falar sobre o impacto no seu território.



## PERFIS NO INSTAGRAM:

Siga ONGs, ativistas e líderes indígenas que falam sobre a conservação de nossos biomas e a proteção e direitos dos povos tradicionais. Algumas contas que você pode seguir como referência são:

- **@socioambiental:** O perfil oficial do Instituto Socioambiental (ISA), trazendo atualizações sobre o Xingu e outras regiões.
- **@WWF\_Brasil:** O perfil oficial do WWF-Brasil, que compartilha campanhas e projetos voltados para a conservação dos biomas brasileiros, sustentabilidade e proteção das comunidades e povos tradicionais.





MINISTÉRIO DO  
MEIO AMBIENTE E  
MUDANÇA DO CLIMA

