



WOMEN 50

CONTEÚDO FORMATIVO PORTUGUÊS



Co-funded by
the European Union



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2024-1-ES01-KA220-ADU-000250213

Conteúdo

Sobre o projeto e os parceiros

Sobre a disparidade digital entre géneros

Metodologias que os formadores podem utilizar ao trabalhar com mulheres para colmatar a disparidade digital entre géneros

Colmatar a disparidade - materiais de formação

Esboço do workshop

Utilizar ferramentas analíticas para acompanhar o desempenho empresarial (1,5 -2 horas)

Introdução

Objetivo de aprendizagem:

Módulo 1: O que são ferramentas analíticas?

Módulo 2: Ferramentas analíticas comuns

Módulo 3: Tarefa - Analise as suas análises

Módulo 4: Questões para reflexão

Uso ético da tecnologia - Resumo do formador (1,5 horas)

Introdução

Objetivo de aprendizagem

Módulo 1: Boas-vindas e enquadramento (5 min)

Módulo 2: Construção de conhecimento – Método Jigsaw (35 min)

Módulo 3: Prática – Laboratório (35 min)

Módulo 4: Reflexão e feedback (15 min)

«IA desmistificada» usando o método Jigsaw + Laboratório prático (2 horas)

Introdução

Módulo 0: Boas-vindas e quebra-gelo (10 min)

Módulo 1: Introdução ao método Jigsaw (5 min)

Módulo 2: Formação de grupos de origem (5 min)

Módulo 3: Trabalho em grupo de especialistas (30 min)

Módulo 4: Ensino em grupos de origem (25 min)



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2024-1-ES01-KA220-ADU-000250213

Conteúdo

Módulo 5: Atividade prática em laboratório (30 min)

Módulo 6: Reflexão em grupo e perguntas e respostas (10 min)

Módulo 7: Conclusão e recursos (5 min)

Ferramentas digitais para marketing e vendas, criação de conteúdo e automação

Introdução

Visão geral da estrutura

Módulo 1: Introdução teórica (1 hora)

Módulo 2: Workshop prático com ChatGPT (1 hora)

Empoderar projetos de empreendedorismo: ferramentas para planeamento e bem-estar digital num mundo conectado (2 horas)

Introdução

Objetivo de aprendizagem

Resultados de aprendizagem

Módulo 0: Boas-vindas e enquadramento (10 min)

Módulo 1: Introdução ao planeamento de projetos e bem-estar digital (20 min)

Módulo 2: Ferramentas digitais para planeamento de projetos

Módulo 3: Ferramentas digitais para bem-estar digital (25 min)

Módulo 4: Estudo de caso e laboratório prático (30 min)

Módulo 5: Reflexão e conclusão (10 min)

Sobre o projeto e os parceiros

A rápida transformação digital influenciou a educação, o trabalho e a vida, e a pandemia da Covid-19 apenas destacou ainda mais as divergências relacionadas com a digitalização em alguns territórios, especialmente entre áreas urbanas e rurais, e a necessidade de inovação na educação para responder a esses desafios. Por este motivo, o nosso projeto visa intervir promovendo a aquisição de competências digitais e transversais, preparando as pessoas para enfrentar os desafios do futuro. Para tal, irá co-criar conteúdos educativos de alta qualidade que respondam às necessidades do contexto local, garantindo simultaneamente a transformação a longo prazo para a digitalização através da sensibilização ativa a todos os níveis da sociedade. Através de workshops de autoanálise, será explorada a motivação intrínseca para a mudança e serão identificadas as necessidades de cada contexto local. Estas serão tidas em conta na conceção conjunta dos materiais educativos, seguida de uma formação para formadores, a fim de garantir a sua capacidade de implementar as atividades concebidas em conjunto com os seus alunos.

O nosso principal objetivo é dotar os formadores das competências e conhecimentos necessários para promover o desenvolvimento de competências transversais e digitais em contextos educativos formais e não formais. Os formadores adquirirão um profundo conhecimento das ferramentas e estratégias de educação digital, o que lhes permitirá conceber e ministrar aulas que não só transmitam literacia digital, mas também promovam o pensamento crítico, a criatividade e as competências de resolução de problemas entre os alunos.

Informação para o formador



1 Formação 1,5-2h a ~10 mulheres



Epale: criar perfil, aderir à comunidade & fazer uma publicação



Formulário de avaliação final



Referir a nossa plataforma de e-learning



Slides:

Usar este QR-Code para aceder às apresentações em português



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2024-1-ES01-KA220-ADU-000250213

Sobre a disparidade digital entre géneros

A disparidade digital entre os sexos refere-se às desigualdades persistentes entre homens e mulheres no acesso e uso de tecnologias digitais, muitas vezes influenciadas por fatores sociais, económicos e culturais mais amplos. Como formadores, é crucial reconhecer como essa disparidade limita as oportunidades das mulheres na educação, no emprego e na participação cívica, especialmente em áreas rurais ou carentes. As mulheres podem enfrentar barreiras como alfabetização digital limitada, falta de acesso a dispositivos ou à Internet e estereótipos de género que desencorajam o seu envolvimento com a tecnologia. Ao compreender esses desafios, os formadores podem desempenhar um papel fundamental na promoção da inclusão digital, criando ambientes de aprendizagem sensíveis às questões de género e incentivando ativamente mulheres e meninas a desenvolver as suas competências digitais. Fechar a lacuna digital de género não se trata apenas de igualdade de acesso, mas de empoderar as mulheres para que participem plenamente na construção do futuro digital. Como formador, abordar a disparidade digital de género envolve mais do que consciencialização — requer estratégias intencionais e inclusivas incorporadas tanto no conteúdo como na entrega das suas sessões. Com o apoio certo e estratégias, as mulheres em todo o mundo podem tornar-se cidadãs digitais confiantes, líderes e inovadoras no mundo digital em evolução.

Metodologias que os formadores podem usar ao trabalhar com mulheres para colmatar a disparidade digital entre géneros

Ao abordar as disparidades digitais de género, abordagens de formação direcionadas que enfatizam a inclusão, a participação ativa e a sensibilização podem ajudar os educadores a capacitar as mulheres e apoiar o seu pleno envolvimento no mundo digital.

As metodologias mais importantes que os formadores podem utilizar para colmatar a disparidade de género são:

- **Abordagens de formação participativas e sensíveis ao género:** A estrutura promove a aprendizagem participativa, que coloca os alunos no centro do processo educativo. Os formadores são incentivados a facilitar discussões, cocriar objetivos de aprendizagem e integrar as experiências e conhecimentos das mulheres no currículo. Ao fazer isso, eles promovem um senso de propriedade e empoderamento. A formação sensível ao género reconhece e aborda as barreiras sociais e sistêmicas que as mulheres enfrentam em ambientes digitais. Isso inclui evitar estereótipos de género nos materiais didáticos e garantir uma participação equilibrada.
- **Aprendizagem experiencial e aplicação no mundo real:** são enfatizados métodos de aprendizagem experiencial, como simulações, dramatizações e projetos práticos. Esses métodos ajudam as mulheres a internalizar competências digitais essenciais e a construir confiança na navegação pela tecnologia. Por exemplo, uma atividade de dramatização sobre segurança online pode ajudar as participantes a compreender como identificar e responder ao assédio cibernético. Este método também inclui a aprendizagem baseada em projetos, em que as mulheres trabalham na resolução de desafios do mundo real, como a construção de um site básico ou o desenvolvimento de uma campanha digital simples de defesa de causas.
- **Criação de ambientes de aprendizagem seguros e de apoio:** A segurança psicológica é vital para uma aprendizagem eficaz, especialmente para grupos que podem ter sofrido marginalização. A formação enfatiza a importância de construir confiança dentro do grupo de formação. Os formadores devem promover um ambiente inclusivo e sem julgamentos, onde as mulheres se sintam respeitadas e confiantes para partilhar as suas ideias e preocupações. Confidencialidade, respeito mútuo e uma política de tolerância zero em relação à discriminação são componentes essenciais desta metodologia.
- **Adaptação aos contextos locais e culturais:** abordagens únicas são ineficazes quando se lida com comunidades diversas. Recomenda-se que os formadores adaptem as suas metodologias às realidades culturais, sociais e tecnológicas dos seus participantes. Isso pode envolver o uso de idiomas locais, a integração de exemplos regionalmente relevantes e o tratamento de desafios específicos do contexto (por exemplo, acesso restrito à Internet ou restrições baseadas no género ao uso de tecnologia). Essa abordagem personalizada garante que a formação permaneça relevante e impactante.

- **Utilização prática de ferramentas digitais capacitadoras:** A abordagem inclui apresentar às mulheres ferramentas digitais que podem melhorar as suas vidas pessoais e profissionais. As atividades podem envolver a utilização de aplicações de mensagens seguras, a participação em desafios de literacia digital ou a gestão de contas nas redes sociais para o envolvimento da comunidade. Incentivar as mulheres a criar conteúdos digitais – tais como blogs, vídeos ou podcasts – também apoia a sua agência e visibilidade nos espaços digitais.
- **Promoção da aprendizagem entre pares e networking:** A aprendizagem entre pares é um método poderoso para construir confiança e reforçar o conhecimento. A formação incentiva o trabalho colaborativo em grupo, a mentoria entre pares e a formação de círculos de aprendizagem onde as mulheres se apoiam mutuamente nas suas jornadas de aprendizagem digital. As oportunidades de networking - sejam locais ou online - ajudam as mulheres a manter-se conectadas, partilhar recursos e construir uma comunidade de prática.
- **Abordagem interseccional e inclusiva:** É fundamental reconhecer as múltiplas identidades que as mulheres podem ter - como fazer parte de uma minoria étnica, ter uma deficiência ou identificar-se como LGBTQ+. Uma metodologia interseccional garante que a formação seja inclusiva de todas as experiências das mulheres. Os formadores são incentivados a usar materiais e estratégias que reflitam perspectivas diversas e a estar atentos à forma como formas sobrepostas de discriminação podem exacerbar a exclusão digital.
- **Avaliação e feedback contínuos:** Os formadores devem implementar avaliações formativas regulares e incentivar a autorreflexão e o feedback entre pares. Este processo iterativo não só acompanha o progresso da aprendizagem, como também permite ajustes oportunos na abordagem de formação. Os mecanismos de feedback também validam as contribuições das mulheres e garantem que as suas vozes moldam a experiência de formação.
- **Formato do workshop: O método Jigsaw (conhecimento) + laboratório e atividade prática (prática):** O workshop está dividido em duas partes: a primeira para construir um conhecimento e compreensão sólidos dos tópicos e a segunda para aplicar esse conhecimento através de uma atividade prática.

- **Primeira parte:** o método Jigsaw é uma técnica de aprendizagem cooperativa que promove o ensino entre pares, a colaboração e a participação igualitária. Funciona dividindo um tópico maior em subtópicos menores, atribuindo a cada membro do grupo uma peça (como uma peça de quebra-cabeça) e fazendo com que se tornem «especialistas» nesse tópico. Posteriormente, os alunos ensinam a sua peça ao seu grupo original, completando juntos o quadro completo. Esta metodologia incentiva a participação ativa e a aprendizagem colaborativa, desenvolve competências de comunicação e liderança, promove ambientes inclusivos, pois todos têm voz, e aumenta o envolvimento e a retenção de tópicos complexos.
- **Segunda parte:** atividades laboratoriais e práticas permitirão que os alunos apliquem o conhecimento adquirido na primeira fase. Esta abordagem permite que os alunos aprendam fazendo e fazendo perguntas.

Colmatar as lacunas - materiais de formação

Os materiais de formação são cuidadosamente concebidos para serem flexíveis, inclusivos e fáceis de adaptar. No centro do programa está um kit de ferramentas práticas que oferece mais de 50 desafios de aprendizagem digital em áreas como robótica, codificação, microcontroladores, design 3D e desenvolvimento web. Estes recursos são estruturados para acomodar tanto alunos iniciantes como avançados, fornecendo orientações claras, atividades contextualizadas e planos de aula prontos a usar que apoiam um ensino consistente e eficaz.

1. **Abordagem de aprendizagem combinada:** Uma característica fundamental do modelo de formação é o seu formato combinado, que alia teoria online a sessões práticas presenciais. Esta configuração oferece flexibilidade aos participantes com horários e responsabilidades diferentes, ao mesmo tempo que enriquece a aprendizagem através de experiências práticas. Equilibra a interação ao vivo com o estudo individualizado e permite aos formadores adaptar o conteúdo e o calendário das sessões com base no feedback e nas necessidades dos participantes. O resultado é um processo de aprendizagem dinâmico, envolvente e acessível.
2. **Sessões ministradas por instrutores:** As sessões ministradas por instrutores formam a espinha dorsal do programa, estruturadas em torno de um esboço de seis módulos e 30 horas. Cada sessão é orientada por objetivos de aprendizagem específicos e inclui exercícios interativos que ligam a teoria às aplicações do mundo real. Os formadores são incentivados a adaptar a apresentação para se adequar ao ritmo e ao histórico do seu grupo, garantindo que a formação permaneça inclusiva, relevante e responsiva às necessidades dos alunos.



Estrutura do Workshop

Use ferramentas de análise para acompanhar o desempenho dos negócios (1,5 a 2 horas)



Duração total: 1,5 - 2 horas

Introdução

É fundamental compreender o desempenho da sua empresa, mas não precisa de se basear em suposições. As ferramentas de análise ajudam-no a medir o que está a funcionar (e o que não está), fornecendo dados em tempo real sobre o comportamento dos clientes, a eficácia do marketing, as visitas ao site e muito mais. Esta breve sessão irá apresentar-lhe o poder da análise e como começar a utilizá-la para expandir o seu negócio.

Objetivo de aprendizagem:

Aprenda como as métricas e as metas de negócios estão relacionadas. Saiba como usar a IA para os seus KPIs e aprenda o que são ferramentas de análise, como elas ajudam a acompanhar o desempenho e explore ferramentas que podem fornecer insights valiosos para os negócios.

1. O que são ferramentas de análise?

As ferramentas de análise recolhem e analisam dados de diferentes partes do seu negócio, como o seu website, redes sociais, campanhas de e-mail ou plataforma de vendas.

Elas ajudam a responder a perguntas como:

- Quem está a visitar o seu site e quando?
- Quais publicações nas redes sociais obtêm mais engajamento?
- Quais produtos estão a vender melhor e porquê?
- Onde as pessoas estão a abandonar a jornada do cliente?
- A que dados demográficos pertencem os meus utilizadores com melhor desempenho?

Por que são importantes:

- Tome decisões mais inteligentes com base em fatos, não em suposições
- Identifique tendências antecipadamente e ajuste a sua estratégia



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2024-1-ES01-KA220-ADU-000250213

Por que são importantes:

- Melhore a segmentação dos clientes
- Maximize o retorno do seu investimento em marketing e vendas
- Melhore a experiência do cliente: identifique pontos fracos e otimize o seu site para um melhor envolvimento.
- Aumente as vendas e as conversões: segmente o público certo com a mensagem certa.
- Reduza o desperdício de gastos com publicidade: concentre os seus recursos no que realmente funciona.

Pare de adivinhar e comece a saber! A análise fornece informações em tempo real sobre o que está a funcionar e o que não está, oferecendo um código secreto para o crescimento do negócio. Desde a compreensão do comportamento do cliente até à otimização das campanhas de marketing, a análise é a sua arma secreta.

Principais insights

- Tráfego não significa clientes pagantes
- As suposições precisam ser comprovadas
- Analise passo a passo até ao âmago
- Alterações feitas passo a passo
- Alinhamento com os objetivos de negócio

Como a análise ajuda:

- Fornece uma compreensão crucial do desempenho empresarial, eliminando suposições.
- Mede o que está a funcionar (e o que não está) usando dados em tempo real.
- Ajuda a obter informações valiosas sobre o comportamento do cliente, a eficácia do marketing, as visitas ao site e muito mais.
- Ajuda a testar MVPs (produtos mínimos viáveis).

Perguntas interativas:

- Que ferramentas está a utilizar atualmente?
- Que métricas está a analisar atualmente?
- Que objetivos comerciais pretende alcançar?

Sugestão de implementação da ferramenta:

«Insira a ferramenta que utiliza e considere utilizar a IA como um prompt de suporte, por exemplo: «Crie KPIs do Google Analytics que estejam alinhados com os meus objetivos comerciais e que devam ser documentados.»

Definições de termos comuns de análise:

I. Métricas de tráfego do site

Utilizadores (ou visitantes únicos):

- Definição: O número de indivíduos distintos que visitaram o seu website durante um período de tempo específico.
- Significado: um número crescente de utilizadores indica um aumento da notoriedade e do alcance da marca. No entanto, isso não conta toda a história; também é necessário considerar o envolvimento e a conversão.

Sessões (ou visitas):

- Definição: O número total de visitas ao seu site durante um período específico. Um utilizador pode ter várias sessões.
- Significado: mais sessões geralmente indicam maior interesse no seu site. Acompanhar as tendências das sessões ajuda a entender quando as pessoas estão mais propensas a visitar o seu site.

Visualizações de página:

- Definição: O número total de vezes que as páginas do seu site foram visualizadas durante um período específico.
- Significado: um número elevado de visualizações de páginas sugere que os utilizadores estão a explorar várias páginas do seu site, indicando envolvimento. Mas é importante analisar quais as páginas mais populares.

Páginas por sessão:

- Definição: O número médio de páginas visualizadas durante uma única sessão.
- Significado: Um número mais elevado de «páginas por sessão» indica que os utilizadores estão a achar o seu site envolvente e a explorar várias áreas do mesmo. Um número baixo pode significar que não estão a encontrar o que procuram.

Definições de termos comuns de análise:

Taxa de rejeição:

- Definição: A percentagem de visitantes que saem do seu site após visualizar apenas uma página.
- Significado: Uma taxa de rejeição elevada (por exemplo, acima de 70%) sugere que os utilizadores não estão a encontrar o que esperam na página de destino. Isto pode ser devido a conteúdo irrelevante, design deficiente, velocidade de carregamento lenta ou publicidade enganosa. É desejável reduzir este valor.

Duração média da sessão:

- Definição: O tempo médio que os utilizadores passam no seu site durante uma única sessão.
- Significado: uma duração de sessão mais longa sugere que os utilizadores estão a achar o seu conteúdo valioso e envolvente. Uma duração mais curta pode indicar que eles não estão a encontrar o que procuram ou que o seu site é difícil de navegar.

II. Métricas de aquisição (fonte de tráfego)

Pesquisa orgânica:

- Definição: Tráfego proveniente de utilizadores que encontraram o seu site através de motores de pesquisa como Google, Bing ou DuckDuckGo.
- Significado: Um tráfego de pesquisa orgânica elevado indica uma otimização eficaz para motores de busca (SEO).

Tráfego direto:

- Definição: Tráfego proveniente de utilizadores que digitaram o URL do seu site diretamente no navegador ou clicaram num marcador.
- Significado: um tráfego direto elevado indica um forte reconhecimento da marca e clientes fiéis.

Tráfego de referência:

- Definição: Tráfego proveniente de utilizadores que clicaram num link para o seu site a partir de outro site.
- Significado: Isso mostra o desempenho e a eficácia do conteúdo, da parceria e da estratégia de publicidade em diferentes canais.

Definições de termos comuns de análise:

III. Métricas de envolvimento

Tempo na página:

- Definição: O tempo médio que os utilizadores passam numa página específica.
- Significado: Um tempo mais longo na página indica que os utilizadores estão a considerar o conteúdo valioso e envolvente.

Profundidade de rolagem:

- Definição: até onde os utilizadores rolam a página. Geralmente rastreado com ferramentas como Hotjar ou Google Tag Manager.
- Significado: uma profundidade de rolagem elevada indica que os utilizadores estão envolvidos com o conteúdo e a ler mais abaixo na página.

Rastreamento de eventos:

- Definição: rastreamento de ações específicas que os utilizadores realizam no seu site, como cliques em botões, envios de formulários, visualizações de vídeos e downloads de ficheiros.
- Significado: O rastreamento de eventos fornece informações valiosas sobre como os utilizadores estão a interagir com o seu site e ajuda a medir a eficácia de elementos específicos, como botões de call to action.

IV. Métricas de conversão

Taxa de conversão:

- Definição: A percentagem de utilizadores que concluem uma ação desejada, como fazer uma compra, enviar um formulário ou inscrever-se numa newsletter.
- Significado: uma taxa de conversão mais elevada indica que o seu website está a converter eficazmente visitantes em clientes ou leads.

Taxa de conclusão de objetivos:

- Definição: Porcentagem de sessões que resultam na conclusão de uma meta definida pelo utilizador (preenchimento de um formulário de contacto, realização de uma compra, etc.).
- Significado: mede a eficácia do seu site em impulsionar ações específicas.

Definições de termos comuns de análise:

Taxa de abandono do carrinho (para comércio eletrónico):

- Definição: A percentagem de utilizadores que adicionam itens ao seu carrinho de compras, mas não concluem a compra.
- Significado: uma taxa elevada de abandono do carrinho indica potenciais problemas com o seu processo de checkout, tais como custos de envio elevados, formulários complicados ou falta de sinais de confiança.

Custo por aquisição (CPA):

- Definição: O custo de adquirir um novo cliente. Calculado dividindo as despesas totais de marketing pelo número de novos clientes adquiridos.
- Significado: um CPA mais baixo indica gastos de marketing mais eficientes.

V. Métricas de redes sociais (exemplos - depende da plataforma)

Alcance: O número de utilizadores únicos que viram o seu conteúdo.

Impressões: O número de vezes que o seu conteúdo foi exibido, independentemente de ter sido clicado ou visualizado.

Taxa de envolvimento: A percentagem de utilizadores que interagiram com o seu conteúdo (curtidas, comentários, partilhas).

Crescimento de seguidores: a taxa na qual a sua base de seguidores está a crescer ao longo do tempo.

o seu negócio. Pergunte-se sempre: «Que ações posso tomar com base nestes dados?»

2. Ferramentas de análise comuns

Papel do formador: O formador não deve apenas partilhar estes links com os participantes, mas também orientá-los em 1-2 ferramentas.

Os participantes devem poder fazer perguntas e partilhar experiências pessoais com o grupo.

- **Google Analytics:** análise da Web. Rastreia o tráfego do site, o comportamento dos visitantes e os caminhos de conversão. [Link: [Google Analytics](#)]
- Rastreia o tráfego do site, o comportamento do utilizador e as conversões.
- Fornece informações sobre a demografia e os interesses do público.
- Oferece funcionalidades avançadas, como acompanhamento de eventos e aprendizagem automática.

GA4 como base gratuita com:

- Recolha de dados
- Relatórios e análises poderosos
- Grande comunidade
- Rastreamento entre plataformas
- Rastreamento de eventos

Links úteis:

- Guias passo a passo
- [\[analyze.google.com\]](#)
- [\[marketingplatform.google.com\]](#)

- **LinkedIn Analytics:** redes sociais/profissionais. Acompanha o desempenho do conteúdo e o crescimento do número de seguidores no LinkedIn. [Link: [LinkedIn Analytics](#)]
- Fornece insights sobre a sua marca profissional, crescimento da rede e desempenho do conteúdo.
- Ajuda a otimizar a presença e a interagir com o público-alvo.

Principais funcionalidades:

- Desempenho do conteúdo
- Envolvimento do público
- Análise de tendências
- Análise de visitantes
- Dados demográficos dos seguidores
- Análise da concorrência



2. Ferramentas de análise comuns

- **Meta Business:** análise de redes sociais. Analise o envolvimento e o alcance no Facebook e no Instagram.
[Link: [Meta Business Suite](#)]
- **Relatórios Mailchimp:** Análise de e-mails. Acompanha as aberturas de e-mails, cliques e envolvimento dos assinantes.
[Link: [Mailchimp](#)]
- **Hotjar:** Comportamento no site. Mapas de calor visuais e gravações de sessões para compreender o comportamento do utilizador.
[Link: [Hotjar](#)]

3. Tarefa – Analise as suas análises

Papel do formador: O formador deve primeiro orientá-los através de um exemplo específico antes de eles o percorrerem sozinhos.

Atividade:

Inicie sessão numa das suas plataformas (por exemplo, o painel do seu website, Facebook, LinkedIn ou ferramenta de marketing por e-mail). Analise os dados analíticos mais recentes e responda:

- Quantas pessoas estão a visitar ou a interagir?
- Que conteúdo ou produto recebe mais atenção?
- O que isso lhe diz sobre o seu público?

Platform	Key Insights	What it tells me

Se ainda não configurou análises, escolha uma ferramenta da lista acima e explore as suas funcionalidades.



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2024-1-ES01-KA220-ADU-000250213

4. Questões para reflexão

Papel do formador: O formador deve fazer estas perguntas para obter um melhor feedback e compreensão

- O que é que a sua análise lhe revelou sobre os seus clientes ou público?
- Houve alguma surpresa ou algo inesperado?
- Como você poderia mudar o seu marketing, conteúdo ou ofertas de produtos com base nessas informações?
- Que ferramenta gostaria de explorar mais a fundo?

Uso ético da tecnologia – Resumo do formador



Duração: 1h 30m

Público-alvo: Educadores de adultos, formadores em competências digitais, facilitadores comunitários

Método: Jigsaw + Laboratório (Entrega mista: presencial ou híbrida)

Introduction:

In today's digital world, using technology responsibly is more important than ever. From the spread of misinformation to the hidden biases in artificial intelligence, educators need to understand these challenges and know how to address them with their learners. This interactive session gives you the knowledge, tools, and methods to lead engaging discussions about digital ethics and guide others toward more thoughtful, informed tech use.

Learning Objective:

Understand key ethical challenges in the digital world, such as misinformation and AI bias, and explore practical, engaging ways to teach these topics using collaborative and hands-on methods.

Módulo 0: Boas-vindas e contextualização (5 min)

1. Apresentação do formador:

«Bem-vindos! Sou [nome do formador]. A formação de hoje irá explorar a desinformação, o preconceito da IA e o uso ético da tecnologia. No final, estarão preparados para liderar estas conversas com confiança.»

2. Quebra-gelo – «Momentos de desinformação»

Pergunta: «Alguma vez partilhou algo falso online?»

Use chat/enquete: ● Sim | ● Não | ● Não tenho certeza

3. Objetivos do workshop:

- Identificar questões-chave de ética digital
- Explicar a desinformação e o viés da IA
- Aplicar métodos interativos para ensiná-los



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2024-1-ES01-KA220-ADU-000250213

4. Ligações aos quadros da UE:

- EntreComp: Pensamento ético e sustentável
- DigComp: Segurança e resolução de problemas

Módulo 1: Construção de conhecimento – Método Jigsaw (35 min)

Objetivo: Desenvolver a compreensão entre pares sobre:

- Desinformação
- Viés da IA
- Uso ético da tecnologia

Passo a passo:

1. Formar grupos temáticos

- A: Desinformação
- B: Preconceito da IA
- C: Uso ético

2. Pesquisa em grupo (10 min)

- A: Propagação de notícias falsas (por exemplo, desinformação sobre a COVID)
- B: Viés da IA (por exemplo, policiamento preditivo)
- C: Ética digital (por exemplo, repostagem de imagens de IA)

3. Repasse do conteúdo em grupos mistos (15 min)

- Partilhar ideias-chave
- O formador observa e apoia

4. Reflexão plenária (8 min)

Perguntas: O que o surpreendeu? Como os tópicos se conectam?

Resultado: Os formadores compreendem as questões-chave e os métodos para ensiná-las por meio da aprendizagem colaborativa.

Módulo 2: Prática prática – Laboratório (35 min)

Objetivo: Testar e refletir sobre questões éticas do mundo real.

Tarefa 1: Testar o viés da IA (15 min)

- Use ferramentas (ChatGPT, Bing, Craiyon)
- Sugestões: “Imagem do CEO”, “História de uma criança genial na África”, etc.
- Documentar os preconceitos observados usando a ficha de trabalho



Discussão:

- Que padrões observou?
- Como redesenharia a ferramenta?

Tarefa 2: Verificação de factos e desinformação (15 min)

Manchetes como:

- «Bananas curam a COVID-19»
- «UE vai tributar a Internet doméstica»
- Utilize: EUvsDisinfo, Snopes, Google Fact Check

Resumo:

- O que era credível, mas falso?
- Como os alunos podem ser cético

Conclusão (5 min):

- Como adaptar as atividades a diferentes alunos
- Discutir segurança e acessibilidade

Resultado: Os formadores saem com ferramentas simples e replicáveis para envolver os alunos no tema do preconceito e da desinformação na IA.

Módulo 3: Reflexão e ciclo de feedback (15 min)

1. Reflexão guiada (5 min)

Sugestões:

- Que insight se destacou hoje?
- Como os seus alunos responderiam?
- Você observou algum dilema ético?

2. Atividade de microdesign (6 min)

Crie uma atividade de aprendizagem de 5 a 10 minutos para o seu próprio treinamento.

Modelo:

- Tópico
- Grupo-alvo
- Método (questionário, caso, etc.)
- Duração



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2024-1-ES01-KA220-ADU-000250213

3. Partilha entre pares (4 min)

Os voluntários partilham ideias, o grupo dá feedback:

- «Eu usaria isto»
- «É assim que eu o adaptaria»
- «E se os alunos contestarem isto?»

Resultado: Os participantes desenvolvem miniatividades específicas para o contexto e recebem feedback dos colegas.

Módulo 4: Resumo e próximos passos (5 min)

1. Principais conclusões (2 min):

- Desinformação = emocional, de rápida disseminação – ensinar verificação
- Viés da IA = não neutro – ensinar consciência
- Uso ético = empatia digital, responsabilidade e cuidado

2. Rodada rápida de reflexão (1 min)

«Qual é uma ação que planeia tomar?»

3. Partilha de recursos (1 min):

- EUvsDisinfo.eu, AI Now Institute, Creative Commons
- Slides pós-sessão, folhetos
- Fórum/grupo de formadores pares

4. Encerramento (1 min):

«Vamos formar os nossos alunos não só para usar a tecnologia, mas também para questioná-la e usá-la de forma responsável.»

«AI Desmistificada» Utilizando o Método Jigsaw + Laboratório Prático



Duração: 90 minutos

Público-alvo: Mulheres empreendedoras (grupos de 10 a 15 participantes)

Objetivo: Desenvolver uma compreensão básica e confiança na IA e nas ferramentas de IA para uso em jornadas empreendedoras.

Boas-vindas e introdução (5 min)

- Breve boas-vindas e partilha dos objetivos do workshop:
 - Compreender os conceitos básicos da IA e a sua relevância para a vida quotidiana e os negócios
 - Reconhecer ferramentas comuns de IA que provavelmente já usamos
 - Experimentar a IA através de tarefas simples e práticas
 - Refletir sobre como a IA pode apoiar jornadas empreendedoras
- Abrir o Padlet em conjunto com os participantes:
<https://bit.ly/WomenAIWomen>

Introdução ao método Jigsaw (5 min)

Explique como funciona o método Jigsaw:

- Os participantes começam em pequenos «grupos de origem»
- Cada participante recebe um tópico diferente
- Os participantes reúnem-se em «grupos de especialistas» com outros que têm o mesmo tópico
- Os participantes regressam aos grupos de origem e ensinam o que aprenderam
- Todos aprendem sobre todos os tópicos – o quebra-cabeças completo é formado!

Formação de grupos domésticos e atribuição de grupos de especialistas (5 min)

Grupos de origem (atribuídos por emoji):

- Cada mesa recebe um cartão emoji (🌍, 🚀, ✨, 🧠, etc.)
- Todos os participantes da mesma mesa formam um grupo base
- Exemplo: Todos na mesa com 🌍 pertencem ao Grupo Base 🌍

Grupos de Especialistas (atribuídos por número):

- Atribua a cada participante na mesa do seu Grupo Base um número diferente: 1, 2, 3 ou 4
- Este número determina a que Grupo de Especialistas eles irão pertencer
- Exemplo: um participante que receber o número «1» irá integrar o Grupo de Especialistas 1

Trabalho do Grupo de Especialistas (30 min)

Os participantes deixam os seus grupos de origem e reúnem-se com os seus grupos de especialistas para aprenderem juntos o tópico que lhes foi atribuído.

Distribuição do tempo:

- 15 minutos: Compreensão do conteúdo
- 8 minutos: Atividade
- 7 minutos: Preparar-se para ensinar aos grupos de origem

Tópicos do Jigsaw:

Grupo de especialistas 1: Introdução à IA (Lição 1)

- O que é IA? Definições e conceitos básicos

Grupo de especialistas 2: A IA já faz parte da sua vida e do seu (futuro) negócio (Lição 2)

- Ferramentas de IA que já usa no dia a dia

Grupo de especialistas 3: Pense criticamente: a importância do uso responsável da IA (Lição 3)

- Considerações éticas, preconceitos, privacidade e uso responsável

Grupo de especialistas 4: Plataforma de diretório de ferramentas de IA (Lição 4)

- Visão geral das ferramentas e recursos de IA disponíveis

Instruções para os grupos de especialistas:

- Peça a duas pessoas de cada grupo de especialistas que tragam os seus computadores portáteis
- Abra o Padlet usando o [link](#) fornecido
- Siga a lição correspondente ao número do seu grupo
- Conclua todas as quatro secções: Introdução, Conteúdo, Atividade e Prepare-se para Ensinar

Nota do formador: controle o tempo e lembre os participantes quando for a hora de passar da Introdução e do Conteúdo para a Atividade e, em seguida, para a Preparação para Ensinar.

Ensinar nos grupos de origem (28 min)

Os participantes regressam aos seus Grupos de Origem (identificados pelo seu emoji).

Como funciona:

- Cada participante tem 7 minutos para ensinar o que aprendeu aos outros no seu grupo de origem
- Faça uma rotação entre todos os 4 participantes (7 minutos $\times$ 4 = 28 minutos)

No Padlet: Desça a página para encontrar a secção desta atividade.

Nota do formador: Lembre os participantes a cada 7 minutos para passarem para a próxima pessoa.

Tempo de reflexão nos grupos de origem (7 min)

Após a ronda de ensino, os participantes passam 7 minutos a refletir em conjunto sobre:

Pergunta para reflexão:

«Como poderia aplicar o que aprendeu à sua ideia de negócio atual/futura?»

Documentação:

- Uma pessoa de cada grupo de origem toma notas na caixa atribuída no Padlet
- Encontre a caixa do seu grupo inicial (por emoji) e comente na caixa

IMPORTANTE: Clique em «Guardar» quando terminar para tornar as reflexões públicas

Atividade prática em laboratório (15 min)

Instruções:

- Pegue os seus computadores portáteis e abra o Padlet
- Role para baixo até encontrar «Atividade prática individual (15 minutos)».
- Siga os passos da atividade usando o ChatGPT
- Aceda ao ChatGPT sem uma conta em: <https://chatgpt.com/>

Atividade de laboratório:

- Os participantes realizam uma tarefa prática usando o ChatGPT
- Concentre-se em fazer perguntas e refiná-las para melhorar os resultados

Conclusão e reflexão (3 min)

Breve conclusão e reflexão final disponíveis no Padlet no final da página.

Questões para reflexão:

- O que aprendeu que não esperava?
- Como o aperfeiçoamento das perguntas melhorou os resultados?
- Consegue imaginar-se a usar IA regularmente nos seus negócios ou trabalho?



Materiais necessários:

Materiais físicos:

- Cartões com emojis: um cartão com emoji impresso por grupo doméstico
- Cartões com números: um número impresso (1-4) por participante, distribuídos de forma que cada participante de um Grupo Doméstico tenha um número diferente
- Canetas e papel

Materiais digitais:

- Computadores portáteis com acesso à Internet para todos os participantes
- Acesso ao Padlet: <https://bit.ly/WomenAIWomen>
- Acesso ao ChatGPT: <https://chatgpt.com/>
- Apresentação em slides (opcional)
- Manual digital (opcional)

É isso!

Obrigado por fazer parte desta jornada de aprendizagem conosco!

Ferramentas digitais para marketing e vendas, criação de conteúdo e automação



Duração total: 2 horas

Introduction:

Understand the fundamentals of digital branding and content strategy, explore essential tools for marketing and automation, and gain practical experience using AI, especially ChatGPT, to create personalized, impactful content and campaigns.

Estrutura:

- Hora 1: Introdução teórica
- Hora 2: Workshop prático utilizando o ChatGPT

HORA 1: INTRODUÇÃO TEÓRICA (60 MINUTOS)

Objetivos de aprendizagem:

- Compreender os princípios de branding e identidade digital.
- Familiarizar-se com as principais plataformas de redes sociais e os seus públicos.
- Explorar ferramentas básicas de criação de conteúdo.
- Aprender a reutilizar conteúdos de forma eficaz.
- Obter informações sobre o papel da IA no marketing e na comunicação.
- Reconhecer questões éticas e manter o alinhamento da marca.

Materiais necessários:

- Projetor ou tela
- Acesso à Internet
- Slides

Divisão do conteúdo:

1. Introdução ao módulo (5 min)

- Breve apresentação do Women 5.0 e deste módulo de formação.
- Relevância para mulheres empreendedoras.

2. Branding e identidade digital (10 min)

- Definição de branding (logótipo, tom, cor, tipografia).
- Importância da consistência entre plataformas.
- Psicologia das cores e identidade visual.

3. Visão geral das plataformas de redes sociais (10 min)

- Quem usa o quê? (Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok, Pinterest).
- Como escolher as plataformas certas.

4. Ferramentas para criação de conteúdo visual e áudio (10 min)

- Canva, CapCut, Adobe Express, Spotify for Podcasters.
- Benefícios da utilização de conteúdo visual/áudio.

5. Estratégia de reutilização de conteúdo (10 min)

- Transformar uma única ideia em vários formatos.
- Exemplos: Blog > Infográfico > Vídeo > Podcast.

6. Introdução à IA no marketing (10 min)

- ChatGPT, Notion AI, Claude.ai, Gemini para criação de conteúdo.
- Chatbots e automações (Zendesk, Zapier).

7. Ética e coerência da marca (5 min)

- Como manter o tom e os valores ao usar IA.

Dicas do formador:

- Use exemplos da sua própria empresa ou das empresas dos alunos.
- Incentive perguntas e discussões interativas.
- Adapte-se ao nível de literacia digital do grupo.

HORA 2: WORKSHOP PRÁTICO COM CHATGPT (60 MINUTOS)**Objetivos de aprendizagem:**

- Sentir-se confiante ao usar o ChatGPT para gerar conteúdo de marketing.
- Ser capaz de aplicar ferramentas de IA ao seu próprio negócio ou projeto.
- Criar, configurar e testar um assistente de IA personalizado especializado em Marketing e Vendas, Criação de Conteúdos e Automação.
- Sair com pelo menos um conteúdo utilizável ou rascunho de campanha.

Nota importante para os participantes:

Para participar plenamente nesta sessão, recomenda-se ter uma assinatura do ChatGPT Plus, pois os recursos que serão explorados (GPTs personalizados, ferramentas avançadas e prompts) estão disponíveis apenas na versão Plus.

Os participantes que não desejarem adquirir a assinatura são bem-vindos a participar da sessão como observadores, onde ainda poderão obter informações valiosas sobre os recursos da ferramenta, mas não poderão realizar as atividades práticas.

**Materiais necessários**

- Computadores portáteis ou tablets
- Ligação à Internet
- Conta ChatGPT Plus (recomendado)
- Google Docs ou Notion (opcional para planeamento)

Fluxo do workshop**1. Passo a passo: crie um assistente de IA personalizado (40 min)**

- Explicação detalhada das funções «Explorar GPTs» e «Criar» do ChatGPT
- Defina o nome, a função e o tom do assistente (com foco em marketing, vendas e conteúdo)
- Adicione instruções, sugestões de prompts e carregue documentos de exemplo (se disponíveis)
- Testar e refinar o assistente ao vivo durante a sessão

2. Feedback e reflexão dos colegas (10 min)

- Partilha em pequenos grupos.
- Sugestões para melhorar as sugestões ou a configuração do assistente.

3. Conclusão e avaliação (10 min)

- Recapitular os principais aprendizados.
- Convide os participantes a preencherem o formulário de feedback.

**Dicas para o formador**

- Mostre como editar os resultados da IA para melhorar o tom e a autenticidade.
- Ofereça modelos prontos para aqueles que se sentem menos confiantes.
- Destaque o uso responsável das ferramentas de IA.
- Se possível, forneça um exemplo pré-construído de assistente como referência.



Workshop - Empoderar projetos de empreendedorismo: ferramentas para o planeamento e o bem-estar digital num mundo conectado



Duração total: 2 horas, embora a sua duração possa ser reduzida se for abordado um número menor de ferramentas digitais.

Target group: Adult educators, digital skills trainers, community facilitators

Metodologias: Microaprendizagem teórica, atividades práticas em grupo, estudo de caso com ferramentas digitais, reflexão guiada.

Formato: misto, ideal para aprendizagem presencial e online (adaptando as tarefas).

Introduction:

Entrepreneurship is exciting but without the right planning tools and digital habits, it can quickly become overwhelming. This interactive workshop empowers participants to manage projects more effectively while maintaining digital wellbeing. Through practical activities and real-life tools, you'll explore how to plan, prioritise, and stay focused in a connected world. Whether you're just starting or looking to improve your workflow, this session will help you build structure and balance into your entrepreneurial journey.

Objetivo de aprendizagem:

No final do workshop, os participantes deverão ser capazes de identificar e utilizar pelo menos três ferramentas digitais que facilitem o planeamento de projetos, promovam o bem-estar digital e melhorem a gestão do tempo nos seus negócios ou projetos de empreendedorismo.

Resultados da aprendizagem:

No final do workshop, os participantes serão capazes de:

- Reconhecer e selecionar ferramentas digitais adequadas para o **planeamento de projetos**.
- Utilizar ferramentas digitais para a **gestão de tarefas**, acompanhamento do progresso e cumprimento de prazos.
- Implementar técnicas de **gestão do tempo** e produtividade utilizando ferramentas digitais.
- Utilizar ferramentas digitais para **promover hábitos saudáveis** e o equilíbrio entre a vida profissional e pessoal.

Linguagem e imagens inclusivas

- Exemplos que representam diferentes arquétipos de mulheres empresárias, que podem ser adaptados aos negócios locais, mas é importante manter uma abordagem inclusiva.
- Linguagem inclusiva e não técnica, acessível a participantes com diferentes níveis de competências digitais.
- Os workshops realizados noutras línguas devem garantir a utilização de linguagem inclusiva, tanto oral como escrita.

Perspetiva de género e empoderamento digital

- As ferramentas são apresentadas como recursos para a tomada de decisões e a independência.
- O uso da tecnologia está ligado ao impulso da liderança empreendedora.
- A ideia de que todos podem aprender e aplicar ferramentas digitais é reforçada.
- Todas as ferramentas apresentadas têm versões gratuitas ou freemium com funcionalidades interessantes para potenciais empreendedores e mulheres empreendedoras.

Recomendações práticas para formadores

- Use quadros brancos para recolher ideias (por exemplo, Miro).
- Incorpore ferramentas para incentivar a participação e dinamizar (por exemplo, Mentimeter).
- Use temporizadores online ou offline (por exemplo, cube timer).
- Adapte os exemplos e o tempo das atividades à realidade dos participantes.
- Computadores, smartphones ou tablets com ligação à Internet são bem-vindos.
- Forneça links para os participantes descarregarem ou se registarem nas aplicações a serem testadas.
- Verifique se as ferramentas têm funcionalidades gratuitas, uma vez que as políticas e planos de preços podem mudar.

Estrutura do workshop

0. Boas-vindas (10 min)

Objetivo: Criar um ambiente acolhedor, definir expectativas e estabelecer uma ligação com a experiência prévia dos participantes.

Conteúdo:

- Breve introdução pelo formador e explicação do objetivo do workshop.
- Quebra-gelo: «Que ferramenta digital o ajudou mais a organizar o seu trabalho recentemente?» Esta pergunta ativa o conhecimento prévio e incentiva o envolvimento inicial.
- Visão geral da agenda do workshop e dos objetivos de aprendizagem.
- Esclarecimento da abordagem participativa: será incentivado o trabalho em pares e em pequenos grupos.

1. Introdução ao planeamento de projetos e bem-estar digital (20 min)

Objetivo: Fornecer uma base conceitual sobre a importância de planear e manter o bem-estar digital em contextos empreendedores.

Conteúdo:

- O que é o planeamento de projetos? Explicação dos seus benefícios: clareza, eficiência, redução do stress e melhor tomada de decisões.
- O que é bem-estar digital? Uso consciente e saudável da tecnologia. Os tópicos incluem sobrecarga digital, multitarefa e fadiga tecnológica.
- Autoconsciência e hábitos eficientes: breve exercício de reflexão sobre hábitos pessoais de trabalho.
- Técnicas de priorização: introdução a ferramentas como a Matriz de Eisenhower, a Técnica Pomodoro e o Kanban para gerenciar tempo e energia.

2. Ferramentas para o planeamento de projetos (25 min)

Objetivo: explorar ferramentas digitais acessíveis que apoiam o planeamento e a gestão de projetos empreendedores.

Ferramentas apresentadas:

- Google Calendar – agendamento de eventos e lembretes.
- Trello – gestão de tarefas usando quadros Kanban, planeamento visual de projetos.
- Notion – organização de ideias, tarefas e bases de dados.

Atividade: atividade em pares «Explorar e Avaliar». Cada par seleciona uma ferramenta digital e responde:

- Que funcionalidades oferece?
- Quais são as suas vantagens para um projeto empreendedor?
- Que limitações os utilizadores podem encontrar?

3. Ferramentas para o bem-estar digital (25 min)

Objetivo: Identificar ferramentas que promovam um equilíbrio entre produtividade e bem-estar pessoal.

Ferramentas apresentadas:

- Flo – conheça o seu corpo, planeie o seu bem-estar
- Insight Timer – meditação guiada e relaxamento.
- Focus To-Do – combina a técnica Pomodoro com a gestão de tarefas.
- Toggl Track – controla o tempo gasto nas tarefas.

Atividade: atividade em grupo: «Hackeie o seu bem-estar digital». Cada grupo concebe uma rotina diária saudável para um empreendedor utilizando pelo menos duas ferramentas. Os grupos partilham as suas rotinas para inspirar boas práticas.

4. Estudo de caso (30 min)

Objetivo: aplicar os conhecimentos adquiridos num contexto prático e colaborativo.

Estudo de caso. Os participantes trabalham em grupos num cenário fictício: «Está a lançar uma loja online de produtos sustentáveis. Tem 3 meses para planear e executar o projeto.»

Tarefas do grupo:

- Criar um plano de tarefas utilizando uma das ferramentas apresentadas na secção «Ferramentas digitais para o planeamento de projetos».
- Definir um cronograma utilizando uma das ferramentas apresentadas em «Ferramentas digitais para o planeamento de projetos».
- Integrar práticas de bem-estar digital, com base em «Ferramentas digitais para o bem-estar digital».

Conclusão:

- Cada grupo faz uma breve apresentação do seu plano.
- O feedback dos colegas e do formador é partilhado.

5. Reflexões (10 min)

Objetivo: Consolidar a aprendizagem, incentivar a reflexão pessoal e preparar para a aplicação no mundo real.

Activities:**a) Questões para reflexão:**

- Qual ferramenta digital o surpreendeu mais?
- O que mudará na forma como planeia a partir de agora?
- Que hábito digital saudável você deseja incorporar ou melhorar?

b) Final challenge:

“Your personal digital toolkit”. Each participant selects three tools they will apply in their daily work.

**Materiais necessários:**

- Slide deck com exemplos
- Acesso ao Planeamento de Projeto e às ferramentas de Bem Estar Digital
- Template de planeamento de projeto
- Computadores, telemóveis ou tablets com ligação à internet (opcional)



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2024-1-ES01-KA220-ADU-000250213