

CANDIDATURA AO GALARDÃO

Ano Letivo 2024-2025

Escola Superior de comunicação Social



Lisboa

*Cláudia Silvestre
Sandra Miranda*



Campanha EcoESCS: Banca de divulgação do Eco Escolas
Instagram Dinamizado por estudantes

Tema(s) abordado(s): Todos

ESCS – IPL Início do ano letivo





Sala verde: Manutenção da sala com plantas.

Tema(s) abordado(s): Biodiversidade e Bem Estar

ESCS – IPL Durante o ano letivo



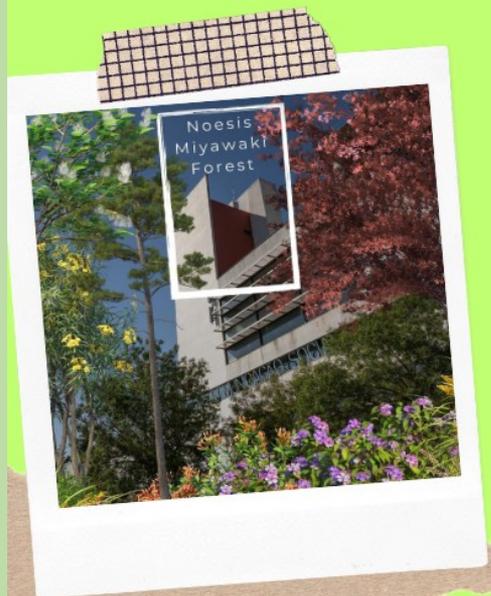


Manutenção e monitorização da microfloresta.

Tema(s) abordado(s): Biodiversidade e Alterações Climáticas

ESCS – IPL Durante o ano letivo





*25 de novembro às
14h30m*

Convidamos todos a participar na **Visita Guiada à Ilha da Biodiversidade**, um ano após a sua criação.



Magazine visita...

Ilhas da Biodiversidade na ESCS: Um Ano de Crescimento

<https://escsmagazine.escs.ipl.pt/ilhas-da-biodiversidade-na-escs-um-ano-de-crescimento/>

*Comemoração do primeiro aniversário da
Ilha da Biodiversidade*

Tema(s) abordado(s): Biodiversidade e Alterações Climáticas

ESCS – IPL Início do 1º semestre





Campanha papel por alimentos uma parceria com o Banco Alimentar.

Tema(s) abordado(s): Reutilização e Parcerias para a Implementação das Metas

ESCS – IPL todo o ano





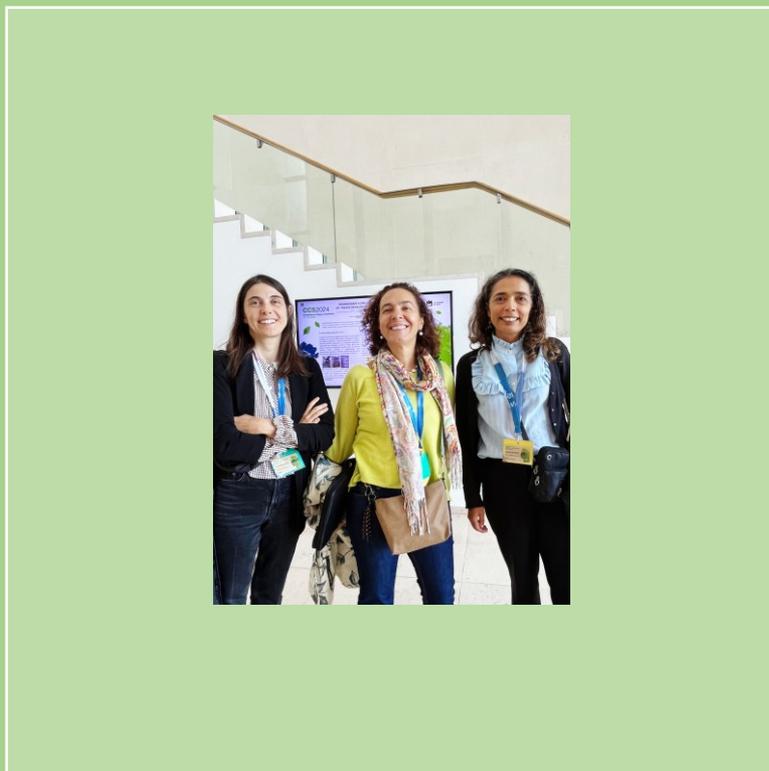
Recolha de:

- *esferográficas e marcadores em fim de vida.*
- *guarda-chuvas estragados*

Tema(s) abordado(s): Desperdício e Gestão de Resíduos

ESCS – IPL todo o ano





*Participação na 6.ª Conferência Campus Sustentável (CCS2024)
Com 3 apresentações da ESCS*

Tema(s) abordado(s): Sustentabilidade

ESCS – IPL 17 e 18 de outubro, na Universidade de Aveiro



VIDRO

Linhas Verdes: 210 302 480 www.pontoverde.pt

DEPOSITAR



garrafas, frascos, botões

NÃO DEPOSITAR



loijas e cerâmicas,
sacos de plástico,
vidro plano e janelas, cristais
e espelhos, lâmpadas,
frascos de medicamentos

PLÁSTICO E METAL

Linhas Verdes: 210 302 480 www.pontoverde.pt

DEPOSITAR



embalagens de plástico,
pacotes de bebida,
latas, sacos de plástico

NÃO DEPOSITAR



papel e cartão, pilhas,
eletrodomésticos,
outros plásticos
que não embalagens

PAPEL E CARTÃO

Linhas Verdes: 210 302 480 www.pontoverde.pt

DEPOSITAR



caixas de cartão,
revistas e jornais,
papel de escrita e impressão

NÃO DEPOSITAR



sacos de plástico,
papel vegetal, fraldas,
papel sujo, produtos tóxicos,
papel plastificado,
autocolantes

ECO-Escolas-ESCS e Sociedade Ponto Verde
Apresentam a Ação online

Onde estiveres, Recicla Sempre
22 de novembro às 11H



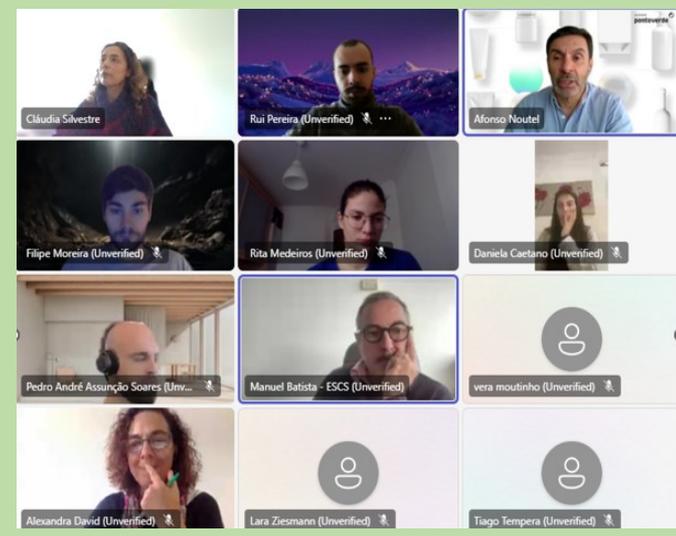
Inscribe-te aqui



Palestra: Onde Estiveres Recicla Sempre

Tema(s) abordado(s): Desperdício e gestão de resíduos

ESCS – IPL 22 de novembro 2024





Cerimónia “Galardão Eco-Escolas do Ensino Superior e FEE EcoCampus 2024”

Tema(s) abordado(s): Vários

ESCS – IPL 6 de dezembro de 2024





Workshop: Embrulhos sustentáveis

Tema(s) abordado(s): 4R's e outros R

ESCS – IPL 26 de fevereiro 2025



UMA VIAGEM À ECONOMIA CIRCULAR

2º BOOTCAMP dia 27 de fevereiro



Faz o check-in até dia 23.



Com o apoio do



Fica atento! Durante toda a semana, vai haver novidades sobre o Bootcamp!

Na sexta-feira, dia 21 às 15h, não percas a nossa atividade especial!



Exposição: *Ideias de circularidade (Promoção do Bootcamp)*

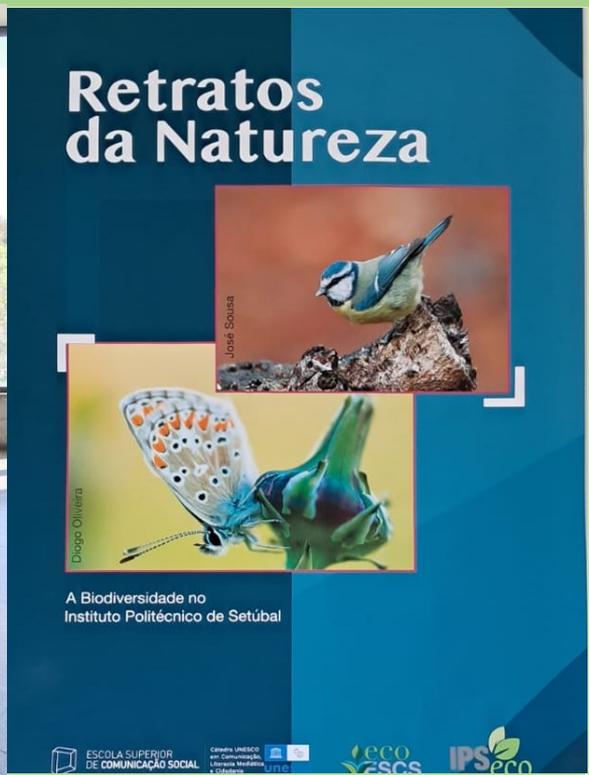
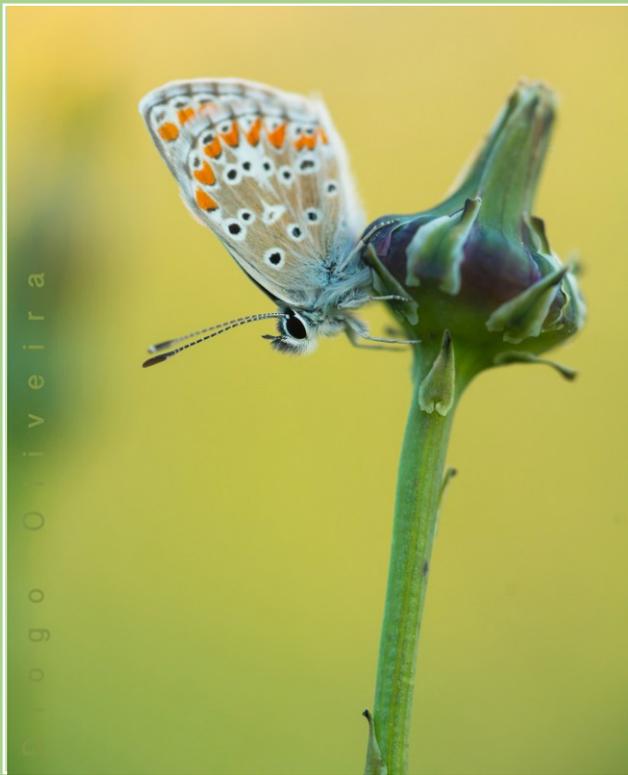
Workshop

Reaproveitamento de restos de lãs

Tema(s) abordado(s): Reduzir e Reutilizar

ESCS – IPL 18 de fevereiro 2025





*Retratos da Natureza: A Biodiversidade do IPS
(exposição itinerante do Instituto Politécnico de Setúbal)*

Tema(s) abordado(s): Proteção da Natureza e Educação de Qualidade

ESCS – IPL 25 de fevereiro 2025





Documentário e mesa redonda “Carne: A Pegada Insustentável” realizado por: @hugodealmeida produzido por: @_francisco_guerreiro_ (ex-eurodeputado)

Tema(s) abordado(s): Alimentação, sustentabilidade, alterações climáticas, recursos naturais

ESCS – IPL 26 de fevereiro 2025



@ecoescolas.escs

2ª edição

Bootcamp

ECONOMIA CIRCULAR

27 de Fevereiro

9h-18h



Programa

09:30	Boas-Vindas (Presidente da ESCS)
09:45	Olhar para dentro: Eco-Escolas na ESCS
10:00	"A revolução da Economia Circular"
10:15	Icebreaker e formação de grupos
10:30	Intervalo
10:45	Miguel Nogueira, "IA e Ação Climática"
11:05	Hugo Diogo, "O mar – alimentar a sustentabilidade"
11:25	Luís Rochartre, "Caçador de mitos de sustentabilidade"
12:00	Brainstorming em grupo e desenvolvimento das ideias de sustentabilidade e economia circular
12:30	Almoço
13:45	Icebreaker
14:00	Apresentação dos Mentores
14:15	"Ideias de negócios circulares"
14:30	Workshop: Criar e Inovar – desenvolvimento das ideias do grupo
16:00	Intervalo
16:15	Preparação dos PITCH
16:45	Dar o próximo passo: Empreendedorismo no Politécnico de Lisboa
17:00	Apresentação dos PITCH
17:45	Agradecimentos
18:00	Sunset networking celebration
19:30	Encerramento

II Bootcamp: Economia circular

Tema(s) abordado(s): Economia Circular, O Mar e ODS no geral

ESCS – IPL 27 de fevereiro 2025





*Campanha EcoESCS: Banca com plantas
Para os estudantes poderem levar e oferecer no dia da mãe*

Tema(s) abordado(s): Clima, Bem-Estar e Prendas Sustentáveis

ESCS – IPL Dia da mãe





Participação na **Exposição Eco-Escolas** a convite da Junta de Freguesia de Benfica

INAUGURAÇÃO 30 DE ABRIL - 14H30
SALA DESEMBARGADOR - PALÁCIO BALDAYA
DAS 9H00 ÀS 22H00 | ENTRADA LIVRE



Tema(s) abordado(s): *Educação formal e não formal*

ESCS – IPL 30 de abril a 7 de maio – Palácio Baldaya





*Participação
Ride Bike IPL e Clean Beach IPL*

*Materiais de comunicação
Estudante: Raquel Ferro*

*Tema(s) abordado(s): Mobilidade, Cidades Sustentáveis,
Resíduos e Mar*

ESCS – IPL 10 de maio de 2025

RIDE BIKE IPL
10 DE MAIO

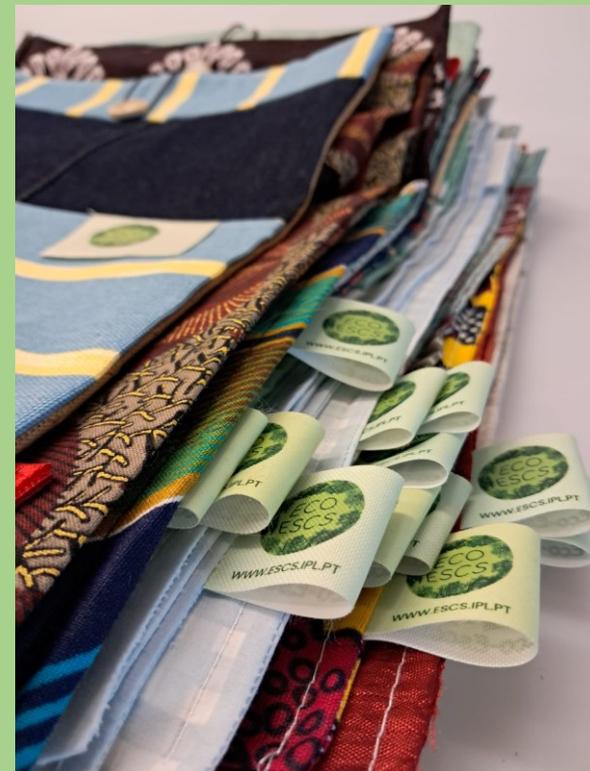
Partida: 10h – ESTeSL
Chegada: 12h – Algés

CLEAN BEACH IPL
10H – PRAIA DE ALGÉS LISBOA

EM PARCERIA COM:

10H – BAÍA DO REFUGO, ILHA TERCEIRA
10H – BALNEÁRIO RINÇÃO, SC, BRASIL

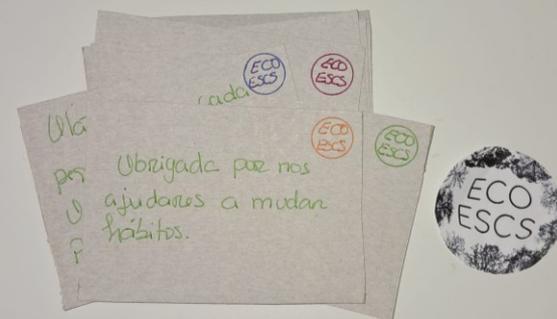
10 DE MAIO
INSCRIÇÕES ATÉ 07 DE MAIO



Campanha EcoESCS: Envelopes reutilizáveis de pano

Tema(s) abordado(s): Reutilizar e Reduzir

ESCS – IPL fim do 2º semestre





Unidade Curricular: Jornalismo Visual

Objetivo: Ilustrar uma notícia fictícia sobre a Ilha da Biodiversidade da ESCS com um documento fotojornalístico

Tema(s) abordado(s): Biodiversidade, Clima e Cidades Sustentáveis

ESCS – IPL 2º semestre



Os 6 chapéus do pensamento e a crise da Marca X

Diogo Nobre nº15493

1 Chapéu Azul

Para estruturar o pensamento colocamos o chapéu azul. Este chapéu permitiu-nos:

- 1 Organizar a abordagem
- 2 Criar uma sequência lógica de reflexão



2 Chapéu Vermelho

De seguida, colocamos o chapéu vermelho para dar espaço às emoções e intuições. Este momento foi fundamental para reconhecermos o que sentimos em relação à crise.

A sensação principal sentida foi de **pressão**. Existia um sentimento de urgência em responder ao problema de forma eficaz.

Foi também sentido um certo **medo**, sobre qual seria a abordagem mais acertada para não piorar a situação.

3 Chapéu Branco

Colocámos agora, as emoções de parte e colocámos o raciocínio lógico em primeiro plano.

Foi feita uma pesquisa aprofundada ao método de produção dos nossos produtos e reparámos que os consumidores estavam certos - havia uma falta de aproveitamento das matérias utilizadas e pouca regularidade no processo de reciclagem dos desperdícios.

4 Chapéu Amarelo

Fomos então procurar e identificar as oportunidades e os benefícios com a ajuda do chapéu amarelo.

Existia uma grande oportunidade para a Marca X se reposicionar no mercado sustentável, se assumíssemos o erro de forma transparente e clara.

Neste momento tínhamos todos os olhos postos em nós, a nossa resposta teria uma visibilidade enorme em relação à concorrência.

5 Chapéu Verde

- ideias
- 1 Assumir o erro com a maior transparência
 - 2 Reestruturar o processo de produção e reciclagem
 - 3 Campanha sobre a reestruturação com mensagem "100% reciclável"

6 Chapéu Preto

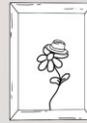
1ª ideia - sem riscos, se não dessemos a cara pelos nossos erros a frustração seria maior.

2ª ideia - maior risco, especialmente riscos económicos. Mas era um preço necessário a pagar.

3ª ideia - apesar de criativa poderia relembrar os consumidores da nossa falta de veracidade na comunicação anterior criando assim, uma certa desconfiância.

- 1º Rever o processo de pensamento
- 2º Decisão final
- 3º Passar solução aos outros departamentos

OS 6 CHAPÉUS DO PENSAMENTO



CHAPÉU AZUL

- Define foco, etapas e objetivos.
- Estrutura o pensamento e constrói a análise.

CHAPÉU VERMELHO

- Consumidores sentem-se enganados.
- Equipa sente pressão para recuperar confiança.

CHAPÉU AMARELO

- Crise com chance de reposicionamento.
- Transparência pode gerar confiança.

CHAPÉU BRANCO

- Marca internacional.
- Comunicou embalagens 100% recicláveis.
- Acusada de greenwashing.

CHAPÉU PRETO

- Análise crítica e prevenção.
- Necessidade de alinhar comunicação e prática.

CHAPÉU VERDE

- Campanhas educativas.
- Parcerias locais e selos reais.
- Conteúdo nas redes sociais.



EDUARDO MÓNGE, Nº 15003
MADALENA OLIVEIRA, Nº 15483
MARGARIDA RIBEIRO, Nº 15496
MARTA BOAL, Nº 15484

OS SEUS CHAPÉUS DO PENSAMENTO
de ensino de Bono

FICHA TÉCNICA			
UC Account Management Docente: Alexandra David Ano: 2024/2025 Ingresso: Sofia Santos, nº 15038 - Nº Inês Ribeiro, nº 15199 - Mariana Duarte, nº 15499 Marca: Danone			

JOGADA 1 - CHAPÉU AZUL • Somos assuados da fazer greenwashing, porque desmentamos uma campanha de comunicação com a promessa de que as embalagens dos nossos iogurtes eram feitas com materiais "100% recicláveis". • Com esta jog, pretendemos encontrar formas de minimizar a perceção desvalorizante que os consumidores têm e recuperar a confiança detida e a nossa credibilidade.	JOGADA 2 - CHAPÉU BRANCO • Assumir um posicionamento sustentável na redução da pegada ecológica e no combate ao desperdício alimentar. • Criar, as embalagens dos seus produtos têm contribuído para a poluição de rios. • Foi por isso tornamos-nos a única na Comissão Europeia por várias organizações ambientais contra as ações de greenwashing da marca, que tiveram também a reação negativa nas redes sociais.	JOGADA 3 - CHAPÉU VERMELHO • Os clientes sentem-se revoltados, enganados, frustrados e insatisfeitos. • A marca está preocupada com a sua imagem, tendo à reação negativa dos clientes e quer está a ser denegado. • A desconfiança da marca prejudica a sua relação com os consumidores. • Por isso, a marca sentiu-se pressionada a adotar um plano.	JOGADA 4 - CHAPÉU VERDE • Ideia 1. Explorar uma nova composição das embalagens. • Ideia 2. Lançar uma campanha de comunicação. • Ideia 3. Promoção de campanhas de reciclagem. • Ideia 4. Trabalhar junto de produtores que promovam a produção ecologicamente responsável.
JOGADA 5 - CHAPÉU AMARELO • As novas ideias são permitidas melhor a imagem da marca. • Ideia 1: Ideia 2: Restabelecer e fortalecer a confiança dos clientes. • Ideia 3: Aproveitar uma tendência = minimizar impacto ambiental da marca. • Ideia 4: Reconquistar confiança dos consumidores e acionar novos clientes sensibilizados com o nosso compromisso ambiental = trabalhar a credibilidade da marca.	JOGADA 6 - CHAPÉU PRETO • Consequências encontrar vários riscos e obstáculos no decorrer do processo. • Ideia 1: Custos financeiros positivos e negativos. • Ideia 2: 3 e 3 podem ser vistas como um investimento de uma nova/ambição de comunicação. • Ideia 4: Os projetos podem estar interessados numa parceria com a credibilidade da marca.	CHAPÉU AMARELO • Ideia 1. Criação de novas embalagens sustentáveis. • Ideia 2. Assumir o erro através da comunicação aos consumidores. • Ideia 3. Aproveitar uma tendência = minimizar impacto ambiental da marca. • Ideia 4. Reconquistar confiança dos consumidores e acionar novos clientes sensibilizados com o nosso compromisso ambiental = trabalhar a credibilidade da marca.	CHAPÉU VERDE • Ideia 3. Promoção de programas de reciclagem = criação de canais de diálogo = mostrar a prioridade da sustentabilidade para a marca. • Ideia 4. Parcerias com produtores sustentáveis vão permitir à marca destacar-se da concorrência = mostrar um investimento genuíno = empenho da marca em ter um impacto ambiental positivo = preocupação com os interesses dos consumidores.
SOLUÇÃO • Como solução para este problema, propomos um maior investimento na produção de embalagens com outro tipo de materiais que tornem o reciclagem efetiva possível, assim como a promoção de programas educativos que incentivem esta prática. • Para a marca recuperar a imagem positiva e a confiança dos seus clientes, tem de adotar um tom honesto e claro que mostre o seu compromisso em corrigir o erro de comunicação anterior, nomeadamente a responder aos comentários deixados nas suas redes sociais. • Consideramos também que trabalhar junto de produtores que promovam a redução da pegada ecológica é importante para reforçar o compromisso da marca. • Assim, isto pode transformar um problema de reputação numa oportunidade para a marca se destacar pela responsabilidade ambiental.			

Unidade Curricular: Account Management

Elaboração de um poster com a análise de um caso de Greenwashing, à luz da teoria do livro "6 Chapéus do Pensamento" de Edward de Bono

Tema(s) abordado(s): Sustentabilidade ambiental, responsabilidade social Greenwashing

Organização Estabelece e organiza as atividades e a produção apresentada. É a marca que decidiu a estratégia de marketing que se usa em relação ao "100% recicláveis" e ao apelo verde.	Reunir Informação Reúne a informação sobre o produto que se vende. • A marca apresenta e estabelece, através das comunicações, um apelo de greenwashing, os clientes sentem-se enganados e não sabem se devem confiar no nome, podendo deixar de o comprar. Criar uma estratégia de marketing que incentive os clientes a comprar.	Novas Ideias Criação, surgem ideias e novas opções. A marca deve considerar as ideias, ideias que possam ser implementadas, ideias que possam ser implementadas, ideias que possam ser implementadas, ideias que possam ser implementadas.	Expressar Sentimentos Expressar os sentimentos, angústias e as preocupações, assim como a necessidade de justificação. A imagem do nome pode estar comprometida, assim como a imagem dos clientes, os clientes não sabem se devem confiar no nome, podendo deixar de o comprar.
Solução Investir em R&D para ter embalagens mais sustentáveis e, sucessivamente, apostar em novas campanhas a constatar este facto, obter certificados que proveem que o nome não contém produtos químicos e parcerias com organizações ambientais.	Melhorar Ideias Consequências ter novas ideias que possam superar as dificuldades apresentadas anteriormente, se não for possível optar por ideias que possam ser implementadas.	Pontos Positivos Indica os pontos positivos que são de destaque e a partir disso melhorar os pontos negativos. A marca deve investir e apostar em suas responsabilidades, educar os consumidores através da importância do marketing, proporcionar um apelo verde que não seja apenas um apelo verde, mas sim uma comunicação sustentável, transparente e honesta, que possa gerar um impacto positivo na sociedade.	Conclusões Concluir, avaliar os pontos positivos e negativos, avaliar os pontos positivos e negativos, avaliar os pontos positivos e negativos, avaliar os pontos positivos e negativos.

**NO CHÃO, É MAU
PARA O AMBIENTE**

**NO SÍTIO
CERTO, É BOM PARA
TODA A GENTE**



BANCO DE JARDIM FEITO COM 6-TUOLOS
TUOLOS SUSTENTÁVEIS QUE INCORPORAM
BEATAS NA SUA COMPOSIÇÃO

TU ESCOLHES O DESTINO DA TUA BEATA
COLOCA-A NO ECO-PONTAS!

BAIRRO DE BENFICA
LISBOA ORIGINAL

JUNTA DE FREGUESIA

BAIRRO DE BENFICA
LISBOA ORIGINAL

**OBRIGADO,
ANA**



**pelos passos
extra para
descartares
corretamente
a tua beata**

CADA BEATA NO LIXO É UM PASSO
POR UM BAIRRO MAIS LIMPO.
PEQUENOS GESTOS, GRANDES EXEMPLOS

ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

BAIRRO DE BENFICA
LISBOA ORIGINAL

JUNTA DE FREGUESIA

**FARIAS
ISTO EM TUA
CASA?**



BAIRRO DE BENFICA
LISBOA ORIGINAL

JUNTA DE FREGUESIA

ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

**NÃO SUJES O
FUTURO
DOS TEUS FILHOS**



BAIRRO DE BENFICA
LISBOA ORIGINAL

JUNTA DE FREGUESIA

Unidade Curricular: Ateliê de Agência

Campanha de Sensibilização para a Eliminação de Beatas no Espaço Público – Cliente: Junta de Freguesia de Benfica

Tema(s) abordado(s):

Sustentabilidade ambiental, responsabilidade social

ESCS – IPL 2º semestre



**Apaixonam-se em instantes,
amam-se por anos**

**Abandonada num segundo
Polui por anos.**

O TEU SEGUNDO MUDOU TUDO



ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

BAIRRO DE BENFICA
LISBOA ORIGINAL

JUNTA DE FREGUESIA

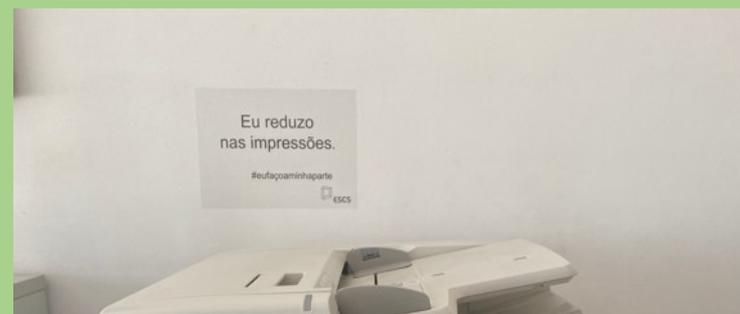


Bebedouros nos corredores das salas de aula no refeitório que também é usado como local de estudo e no espaço comida de casa. Utilização de chávenas pessoais para o café (comunicação no Instagram).

Tema(s) abordado(s): Redução da utilização de garrafas de plástico e Consumo Responsável

ESCS – IPL Durante o ano letivo





Continuação de:

- Colocação de frases que motivem comportamentos sustentáveis.
- Colocação de lâmpadas led.

Tema(s) abordado(s): Consumo Sustentável

ESCS – IPL Durante o ano letivo





**Aprenda a costurar
com a
Escs Mais Limpa!**



Duas feiras de roupa usada.
Uma feita de troca de livros.

Estante para troca de livros
(Permanente à entrada da ESCS)

Tema(s) abordado(s): Educação de qualidade, Economia Circular, Reutilizar e Solidariedade

ESCS – IPL 1º e 2º semestre





Team building do conselho Eco Escolas

♣ Pintar vasos

Tema(s) abordado(s): Biodiversidade e Bem-Estar

ESCS – IPL Fim do 2º semestre





Reunião com todos os funcionários, docentes e não docentes que são conselheiros do Eco Escolas.

♣ Almoço convívio

(com guardanapos de pano e alguns copos foram frascos reutilizados)

♣ *Entrega de plantas aos estudantes*

Tema(s) abordado(s): ODS

ESCS – IPL Fim do 2º semestre





Eco-Escuelas