



CARTEA DE REȚETE A PROIECTULUI PEOPLE & PLANET PENTRU

ACȚIUNI , COLECTIVE

ALE TINERILOR





MULȚUMIRI

Proiectul People & Planet mulțumește tuturor celor care au contribuit la această activitate și publicație.

În mod special, tinerilor care au facilitat sesiunea din cadrul European Youth Event și sunt activi în proiect: Órla Hayes și Sli (@waterfordсли), Maria Fiorino și WeWorld (@weworld.onlus), Artur Szlęzak și Kupuj Odpowiedzialnie (@kupujodpowiedzialnie), Iulia-Maria Ioniță și Asociația APDD - Agenda 21 alături de Consiliul Județean Brașov (@waterofthefuture_romania), Michelle Guevara și Fondo Galego (@fondogalego).



DE CE CONTEAZĂ ACEASTĂ CARTE DE REȚETE

Ți-ai dorit vreodată să contribui la dezvoltarea durabilă, dar nu ai știut cum să acționezi? Sau simți că deja faci tot ceea ce poți, dar descoperi că fără schimbări fundamentale și sprijin din partea autorităților locale și instituțiilor, este greu să obții schimbări semnificative?

Vestea bună: este posibil să dezvoltăm acțiuni individuale în acțiuni colective pentru a încuraja schimbări mai semnificative. Tinerii s-au dovedit deja a fi factori cheie pentru dezvoltare în contexte naționale și locale. Există mai multe modalități prin care tinerii - aceste motoare ale transformării - își pot activa întregul potențial și contribui la schimbări semnificative.

CE VEI GĂSI ÎN ACEASTĂ CARTE DE REȚETE?

Aici prezentăm o serie de rețete pentru schimbarea colectivă spre sustenabilitate condusă de tineri.

Aceste rețete sunt rezultatul unei sesiuni de discuții din cadrul celei de-a treia ediții a European Youth Event 2023 de la Strasbourg. 20 de tineri cetățeni europeni au participat la o sesiune de brainstorming, facilitată de patru tineri activiști care fac parte din proiectul People & Planet: a Common Destiny.

Acestea sunt subiectele pe care le vom aborda:

- 1) Consilii ale tinerilor
- 2) Marketing
- 3) Campanii
- 4) Greenwashing



CONSILII ALE TINERILOR

Rareori un singur individ poate avea un impact semnificativ în lupta împotriva schimbărilor climatice; provocarea constă în promovarea acțiunilor direcționate în rândul maselor. Mobilizarea mai multor oameni poate duce la schimbări pozitive.

Gândește la scară mare, dar începe cu ceva mic. De exemplu, nu uita de oamenii din pozițiile de conducere. Selectarea acelor factori de decizie ale căror interese sunt în conformitate cu propriile tale priorități poate fi o modalitate excelentă de a începe schimbarea colectivă. Fii un cetățean activ: încearcă să „ademenеști” autoritățile locale să ia în considerare sustenabilitatea!

Te poți confrunta cu mai multe dificultăți – o lipsă de interes din partea autorităților locale sau chiar probleme în găsirea canalelor de comunicare potrivite. Cu toate acestea, cu ajutorul acestor sfaturi, și tu poți influența „mașinăria” pe care o credeai de neatins.

ALĂTURĂ-TE UNEI ORGANIZAȚII LOCALE

Dacă afli că autoritățile nu sunt instituțiile cele mai accesibile pentru a colabora, alătură-te unui grup de tineri sau altor organizații locale. Vocea ta va fi amplificată, ideile tale vor căpăta mai multă vizibilitate și vor fi identificate mai ușor de autorități.



ALĂTURĂ-TE INIȚIATIVELOR LOCALE PROMOVATE DE AUTORITĂȚILE TALE LOCALE

Poate te gândești că adunările locale sunt inutile în atingerea obiectivelor tale, în special a celor care vizează tinerii. Totuși, acestea sunt exemple importante de democrație participativă prin care poți înțelege ce tip de probleme afectează comunitățile locale și poți învăța cum să acționezi asupra lor.

AFLĂ MAI MULTE DESPRE SUBIECTUL TĂU LA NIVEL LOCAL

Pentru a fi un bun avocat, ar trebui să cunoști realitatea ta locală și să recunoști practicile teritoriale existente pentru a promova sustenabilitatea. Cunoașterea creează cunoștințe suplimentare, inspiră soluții noi și o gândire inovatoare.

RĂSPÂNDEȘTE CONȘTIENȚIZAREA ȘI FII INFORMAT

Consiliile tinerilor nu trebuie să vizeze doar puterea politică. Ele sunt cheie în răspândirea conștientizării populației generale. Promovarea schimbării comportamentelor colective poate avea un impact mare și, de asemenea, poate ajuta consiliul din care faci parte să capete mai mult sprijin și influență.



MARKETING

Ți-ai cumpărat vreodată o gustare după ce ai văzut pe altcineva savurând una la fel?

Ai fost inspirat să cumperi aceleași haine după ce le-ai văzut pe altcineva? Acest comportament influențat se întâmplă deoarece oamenii prețuiesc alegerile celor din jur și învață rapid de la semenii lor.

Așa că, de ce să nu vorbim deschis cu prietenii și familia despre acțiunea climatică?

Uneori, oamenii nu își dau seama că ceilalți împărtășesc aceleași idei ca și ei.

Fă echipă cu prietenii și colegii tăi și folosește rețelele sociale pentru a arăta lumii că acțiunile tale colective la scară mică pot duce la schimbări mai mari – nu știi niciodată pe cine vei influența până nu îți folosești vocea.



SPUNE CEEA CE TREBUIE ÎN MODUL CORECT

Informațiile despre criza climatică pot fi uneori confuze sau prea descurajante, așa că datele verificate și ușor de utilizat sunt obligatorii. Vorbește cu alții pentru a-ți dezvolta ideile. Folosește imagini și videoclipuri accesibile în rețelele sociale pentru a crește gradul de conștientizare. În școli, construiește activități interactive pentru copiii mai mici pentru a le explica cât mai clar ideile complexe.



FII FUN, FII ZGOMOTOS, FII PRIETENOS ȘI PROVOCATOR

Dacă ești creativ, este mai ușor să faci o schimbare. Dacă vorbești despre acțiune climatică, spune ceva captivant și interactiv. Adaptează avalanșa de informații care ar putea fi plictisitoare și transform-o în cunoștințe valoroase pentru a face povestea instructivă. Inspiră acțiuni care să fie interesante, stimulatoare și plăcute să te implici.

CONSTRUIEȘTE MAI MULTE ACTIVITĂȚI FIZICE

Adresează-te oamenilor față în față, pe lângă activitățile de pe rețelele sociale. Cunoaște-ți publicul, care va fi format din tineri la fel ca tine. Vorbește cu prietenii tăi, mergi în școli, universități și grupuri de tineri și dă de veste.



OFERĂ OAMENILOR SPERANȚĂ

Criza climatică este cea mai mare provocare cu care se confruntă societatea. A da oamenilor speranță și a simți că schimbându-ne obiceiurile în mod colectiv putem îmbunătăți lucrurile, este un pas uriaș în crearea unor practici mai durabile.

CAMPANII

Mișcarea activistă globală Fridays for Future - o inițiativă lansată de activista suedeză Greta Thunberg - a arătat lumii că tinerii nu numai că sunt dedicați și implicați în protejarea planetei și stoparea schimbărilor climatice, ci și că, dacă toată lumea se adună în jurul unui obiectiv comun prin intermediul unui set organizat de acțiuni, ele pot face diferența.

Există, de asemenea, o mulțime de alte exemple mai puțin cunoscute de campanii de succes în domeniul climei, care au sensibilizat comunitățile locale și au promovat schimbări reale.

Atunci când îți exprimi opinia către întreaga lume, te poți simți vulnerabil; dar amintește-ți că este un mod de a face încă un pas spre obținerea impactului colectiv.



CUNOAȘTE-ȚI PUBLICUL

Înțelegerea publicului țintă și adaptarea campaniei la acesta este cel mai bun mod de a avea impact și de a comunica clar cu oamenii.

FAPTELE NU MINT

Criza climatică este un fapt, nu o opinie. Știința este de partea ta atunci când exprimi nevoia unei schimbări. Faptele sunt cei mai buni prieteni ai campaniei tale și ar trebui comunicate în moduri originale. Dacă oamenii se plâng sau contra-argumentează, împărtășește-le ce spun oamenii de știință.



PLANIFICĂ-ȚI STRATEGIA

Planificarea face toată diferența atunci când vine vorba de a avea o campanie de succes, mai degrabă decât o grămadă de muncă de care nimeni nu își va aminti vreodată. Creează scurte sondaje și chestionare online pentru a afla de la publicul tău cum să abordezi subiectele cărora ai dori să le acorzi prioritate în mod colectiv. Dezvoltă acțiuni de follow-up pentru a te asigura că orice rezultat pentru care ai muncit poate avea impact, chiar și după terminarea campaniei.

O ARMĂ ÎMPOTRIVA INAȚIUNII

Din păcate, autoritățile nu sunt întotdeauna de partea dreaptă a istoriei în ceea ce privește criza climatică. Campaniile pot fi o modalitate excelentă de a organiza comunitatea și de a cere măsuri mai durabile. Activismul și acțiunea colectivă vor avea întotdeauna avantajul asupra inacțiunii și represiunii.

GREENWASHING*

Acțiunea climatică are la îndemână o resursă neprețuită: nenumăratele studii care reprezintă o modalitate fiabilă de a promova dezvoltarea durabilă și de a sugera acțiuni concrete pentru a o atinge.

Totuși, nu toată lumea împărtășește aceleași puncte de vedere. Se dovedește că unele companii practică „greenwashing”, folosind acțiunile sau limbajul potrivit pentru a fi pe valul „verde”, pentru a vinde oamenilor „soluții” care ar putea face mai mult rău decât bine. Prin urmare, este mai important ca niciodată să reflectăm asupra a ceea ce este cu adevărat sustenabil în obiceiurile oamenilor și la produsele pe care aceștia le folosesc.

Începe prin a te întreba: când ai văzut ultima dată o reclamă care menționa cuvinte precum: sustenabil, organic, vegan, produs local etc. Poți avea cu adevărat încredere în ei sau sunt doar campanii de marketing?



* Acțiune de dezinformare menită să-i creeze unei organizații imaginea că ar fi responsabilă față de mediu, folosind elemente false sau irelevante. Dacă vreodată ai simțit că termeni precum “eco” sau “bio” sunt folosiți în exces și cu scopul de a te induce în eroare, ai fost victima greenwashing-ului.

INFORMAȚIA ESTE CHEIA

Într-o economie de piață capitalistă, informația înseamnă cunoaștere. Află mai multe despre produsele pe care le folosești în mod obișnuit – ingredientele, materialele utilizate și modul în care sunt produse. Fă câteva cercetări pentru a identifica mărcile care nu au „jucat” cinstit și cum poți găsi alternative (mai ecologice).



BINE, O VOI FACE SINGUR!

Gătește mai des cu ingrediente locale, creează propriile produse de curățare, reutilizează recipientele și cumpără haine second-hand. Părăsirea zonei proprii de confort este un pas mare în direcția corectă.

AI ÎNCREDERE ÎN INSTINCTUL TĂU

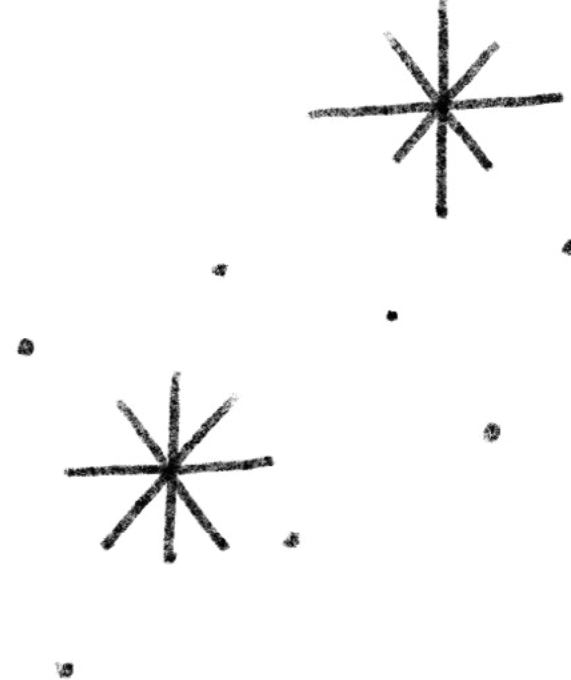
De cele mai multe ori, valorile și ideile tale îți pot ghida intuiția cu privire la ce este sau nu este un produs ori o afacere bună. Nu te baza doar pe ceea ce-ți spun companiile și, atunci când pică testul de sustenabilitate, denunță-le și boicotează-le afacerea.

CHEAMĂ PERSOANA RESPONSABILĂ

Există mai multe legi care protejează consumatorii împotriva practicilor de greenwashing. Când descoperi o companie care face acest lucru, contactează departamentul guvernamental corespunzător sau un organism de reglementare sau de audit. Poți chiar să le spui prietenilor și familiei tale.







PROIECTUL PEOPLE & PLANET

People & Planet: a Common Destiny este un proiect european care își propune să sensibilizeze tinerii cetățeni europeni la provocările și consecințele care decurg din schimbările climatice, încurajându-i astfel să se mobilizeze și chiar să preia conducerea în adoptarea unor stiluri de viață mai sustenabile. De asemenea, își propune să îmbunătățească practicile autorităților locale, permițând implicarea activă a tinerilor în procesul de elaborare a politicilor și vizând localizarea Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă.

People & Planet este cofinanțat de Comisia Europeană prin Programul DEAR. Proiectul implică 17 organizații - autorități locale și organizații nonguvernamentale - din 8 state membre UE (Germania, Italia, Irlanda, Olanda, Polonia, Portugalia, România, Spania) și Capul Verde, care contribuie la îngrijirea mai bună a planetei noastre.



Această publicație a fost realizată cu sprijinul financiar al Uniunii Europene. Conținutul său este responsabilitatea exclusivă a proiectului People & Planet și nu reflectă în niciun mod opiniile Uniunii Europene.

