

Mapeando uma Estratégia de Advocacia

Tomando em consideração os limites de tempo e recursos dos implementadores, as ferramentas da série *Straight to the Point* (Directo ao Ponto), da Pathfinder International, oferecem-lhe uma orientação clara e concisa sobre uma série de questões relacionadas com o design, implementação e avaliação de programas.



FERRAMENTAS DE ADVOCACIA

As ferramentas de advocacia “Directo ao Ponto” são destinadas às organizações que querem incluir advocacia no país e abordar políticas públicas entre suas estratégias programáticas. As ferramentas vão lhe conduzir através dos três passos essenciais para o desenvolvimento de uma iniciativa de advocacia.

- 1 Estabelecendo as Prioridades para Advocacia** vai ajudá-lo a dar o primeiro passo no desenvolvimento de uma iniciativa de advocacia - seleccionar um problema para defender.
- 2 Avaliando o Cenário Político para a Advocacia** vai ajudá-lo a compreender o cenário em que você está trabalhando e os pontos-chave que você precisa considerar para desenvolver a sua iniciativa.
- 3 Mapeando uma Estratégia de Advocacia** (esta ferramenta) ajudará você a planificar uma estratégia concreta para atingir seu objectivo, incluindo a definição de actividades específicas.

Após concluir estas três ferramentas você estará pronto para lançar a sua iniciativa de advocacia.

Nesta ferramenta você irá juntar as informações colectadas nas ferramentas anteriores (por exemplo, potenciais parceiros e adversários, pessoas-chave dentro e fora do governo, a opinião pública) e usá-la para mapear os passos que você dará para atingir o seu objectivo.

Para desenvolver sua estratégia de advocacia você precisará responder às seguintes questões:

- Qual é a sua meta para advocacia?
- Quais são os seus objectivos específicos que contribuirão para a realização de seu objectivo geral?

- Com quem você quer fazer parcerias ou colaborar? Quais serão as contribuições deles para a sua iniciativa?
- Quem são os grupos-alvo (os formuladores de políticas, agências governamentais etc.) que você precisa influenciar para atingir seu objectivo?
- Quais são os próximos eventos importantes que podem proporcionar oportunidades para a mobilização e advocacia?
- Qual é a sua abordagem para a advocacia (por exemplo, directa ou indirecta)?
- Quais são as actividades específicas que você irá realizar? Quando? Como?

Como usar esta ferramenta:

As ferramentas de advocacia “Directo ao Ponto” podem parecer difíceis de ser preenchidas, mas elas realmente são o modo mais rápido e fácil de se desenvolver uma estratégia de advocacia. Se você completar as três ferramentas em uma ou duas oficinas de trabalho, vocês estarão preparados para lançar sua estratégia - um processo que poderia se estender por meses de outra forma. Embora existam inúmeras perguntas para responder e tabelas para preencher, esteja ciente de que você não precisará escrever muito, podendo apenas tomar notas sobre as informações essenciais.

A ferramenta *Mapeando uma Estratégia de Advocacia* pode ser preenchida individualmente. No entanto, o *ideal* é que ele seja preenchido em uma sessão de trabalho com os gestores e líderes de sua organização ou associação (caso você faça parte de uma) como parte de um trabalho da equipa. Após o grupo central se reunir para liderar a iniciativa, a estratégia deve ser continuamente adaptada e ajustada por meio de um processo de discussão aberta e participativa com todos os intervenientes relevantes.

À medida que utiliza essa ferramenta, é importante lembrar que o desenvolvimento de uma estratégia de advocacia não é necessariamente um processo linear ou directo. Você precisa ser flexível e às vezes você tem que ir adiante ou voltar atrás e repetir passos que já foram tomados. Folhas adicionais de papel ou um computador podem ser úteis para fazer anotações e gravar suas respostas.

Nota: Observe que as mudanças no cenário político, incluindo novos riscos e oportunidades, bem como reacções das pessoas e instituições que você está a focar podem afectar sua estratégia de advocacia e a gama de actividades que você irá implementar. Portanto, as ferramentas Avaliando o Cenário Político para a *Advocacia e Mapeando uma Estratégia de Advocacia* devem ser revistas periodicamente.

Antes de usar esta ferramenta, você deve estar familiarizado com os termos e definições apresentados abaixo:

ADVOCACIA

A advocacia é uma estratégia para influenciar os actores que tomam decisões políticas para fazer uma mudança de política (por exemplo, criar políticas de apoio, reforma ou remover políticas prejudiciais, assegurar o financiamento e implementação de políticas de apoio).

Quando se fala de advocacia *não* se está a falar de actividades de informação, educação e comunicação (IEC). Advocacia não significa mudar determinadas práticas ou mesmo a construção de conscientização da comunidade ou apoio para um problema ou prática. Ao contrário, advocacia está direccionada a mudar as opiniões sobre *políticas* - especificamente a opinião dos actores que tomam decisões políticas - e obter uma mudança política específica. Muitas vezes é necessário realizar actividades de mudança de opinião com os meios de comunicação, membros da comunidade, líderes religiosos e provedores de saúde antes de realizar actividades de advocacia. No entanto, estes esforços só são considerados actividades de advocacia caso foquem em um público e em seguida coloquem pressão sobre o processo de formulação de políticas. Os esforços para persuadir os gabinetes governamentais / ministérios / etc. para dar financiamento aos seus programas *não* são advocacia.

POLÍTICA

Política pode ser um plano, estratégia ou agenda; programa ou plano de acção; instrumento de direitos humanos; decisão orçamentária; parte da legislação, ou regulamentos ou protocolos/orientações emitidas por um governo, entidade multinacional, ou instituição.

FORMULADORES DE POLÍTICAS

Os formuladores de políticas são tipicamente funcionários do governo ou pessoas com poder político formal (por exemplo, parlamentares, ministros ou funcionários das agências e seus funcionários).

LOBBYING

Geralmente o lobby é definido como o processo de influenciar uma parte específica da legislação. Assim, enquanto o lobby pode ser parte de uma estratégia de advocacia, o trabalho de advocacia não envolve necessariamente o lobby. Por exemplo, a realização de uma reunião com um formulador de políticas explicando os benefícios em permitir que agentes comunitários de saúde distribuam contraceptivos injectáveis não significa fazer lobby. No entanto, incentivar o mesmo formulador de políticas a assinar uma legislação que o permite é lobby. Muitas vezes há limitações às actividades de lobby das ONGs. Antes de considerar o lobbying como parte de sua estratégia de advocacia, reveja as leis e políticas do seu país que regem o lobbying das ONG e advocacia.

Tema, Meta e Objectivos

TEMA

Seu tema de advocacia deve ser específico e concreto. Deve reflectir claramente a mudança política que você deseja alcançar (ou seja, a questão deve ser directamente ligada ao seu objectivo). A ferramenta *Estabelecendo as Prioridades para Advocacia* pode ajudá-lo a identificar o problema.

Exemplo de tema sólido: Agentes comunitários de saúde (ACS) estão autorizados a distribuir contraceptivos injectáveis.

Exemplo de tema fraco: Planeamento familiar.

Qual é o seu tema?

META

Sua meta de advocacia baseia-se no seu tema de advocacia, acrescentando *quem* (por exemplo pessoa, instituição, cargo) fará a mudança política, *como* a mudança política vai ser feita (por exemplo, através de um projecto de lei específico, uma orientação ou regulamentação) e *quando* ele vai ser alcançado. *Defina uma meta atingível com um prazo realista.*

Exemplo de meta sólida: O Ministério da Saúde fará novos protocolos/directrizes para a distribuição de contraceptivos injectáveis por ACS até dezembro de 2014.

Exemplo de meta fraca: O governo vai permitir que os ACSs distribuam contraceptivos injectáveis.

Qual é o seu meta?

OBJECTIVOS

Seu objectivo deve ser dividido em alguns objectivos de curto prazo, que contribuam *directamente* para atingir seu objectivo geral. Os objectivos são os pequenos passos que você deve alcançar para atingir o seu objectivo geral, a sua meta. Eles devem ser claros e focados e devem incluir: a *mudança* que você quer *ver*, *quem* (por exemplo, pessoa, instituição, cargo) irá fazer a mudança, e *quando* isso será alcançado. Eles devem ser em número limitado (não mais do que 3). **Nota:** Se o seu objectivo provavelmente levar mais tempo para alcançar do que sua meta, ele não é um bom objectivo.

Exemplo de objectivo sólido: Cinco defensores do alto escalão do Ministério da Saúde - Departamento de Saúde Reprodutiva farão declarações públicas em apoio a agentes comunitários distribuírem contraceptivos injectáveis até Junho de 2014.

Exemplo de objectivo fraco: Promover o apoio do ministério para que os ACS distribuam contraceptivos injectáveis.

Qual é a seu objectivo?

Objectivo 1	
Objectivo 2	
Objectivo 3	

Alvos

Seus alvos principais são os formuladores de políticas que têm o poder de fazer a mudança que você está a defender. Quando você não pode influenciar os seus alvos principais, escolha alvos secundários. Um alvo secundário são a pessoas/grupos que você pode influenciar e que podem, por sua vez, influenciar o seu alvo principal. Os alvos devem ser *específicos* (por exemplo, uma pessoa, jornal, departamento, comitê). “Público” ou “governo” são muito genéricos e, portanto, não são bons alvos.

Identifique 5 alvos primários para cada objectivo. Em seguida, preencha a posição do alvo no seu problema, com base em dois critérios: apoio neutro/oposição e informado/desinformado. Em seguida, observe quem na sua organização/parceiros tem as conexões necessárias para influenciar cada alvo principal. Se você não tem as conexões que você precisa para influenciar o alvo principal, escolha um alvo secundário (que pode influenciar o primário) e preencha as informações na tabela “Alvo Secundário” na próxima página.

OBJECTIVO 1

NOME DO ALVO PRIMÁRIO	POSIÇÃO NO SEU PROBLEMA	PARCEIROS COM CONEXÕES PARA INFLUENCIAR O ALVO

OBJECTIVO 2

NOME DO ALVO PRIMÁRIO	POSIÇÃO NO SEU PROBLEMA	PARCEIROS COM CONEXÕES PARA INFLUENCIAR O ALVO

Alvos *(continuação)*

OBJECTIVO 3

NOME DO ALVO PRIMÁRIO	POSIÇÃO NO SEU PROBLEMA	PARCEIROS COM CONEXÕES PARA INFLUENCIAR O ALVO

ALVOS SECUNDÁRIOS

OBJECTIVO #	NOME	ALVO PRIMÁRIO QUE PODE SER INFLUENCIADO	POSIÇÃO NO SEU PROBLEMA	PARCEIROS COM CONEXÕES PARA INFLUENCIAR O ALVO

Tempo

As actividades de advocacia devem ser programadas para ocorrer pouco antes das principais decisões serem tomadas ou antes de um evento importante.

Quais os próximos eventos, datas importantes, ou decisões do governo onde pode ser importante a mobilização e as oportunidades de comunicação?

Abordagens e Actividades

ABORDAGENS

Existem diferentes formas de se abordar acções de advocacia. Uma maneira é a abordagem *pública*, o que geralmente significa a mobilização de um amplo apoio do governo e/ou do público por meio de actividades bastante visíveis. Há também uma abordagem *privada*, que envolve o trabalho discreto com alguns parceiros-chave para promover mudanças nos bastidores.

Também considere abordagens *directas* em relação às *indirectas*. Abordagens directas envolvem pedir directamente aos formuladores de políticas alguma acção. Abordagens indirectas envolvem influenciar a opinião através de um terceiro, como os meios de comunicação, o público ou outros atores.

Que abordagem (s) você quer ter?

- Pública
- Privada
- Directa
- Indirecta

Ao seleccionar suas abordagens de advocacia, pense sobre a melhor maneira de exercer influência usando a informação que recolheu na ferramenta *Avaliando o Cenário Político para a Advocacia*. A abordagem(s) que você escolher vai direccionar suas actividades.

ACTIVIDADES

Suas actividades de advocacia devem ser concebidas para ajudá-lo a alcançar cada um dos objectivos, levando-os em direcção à sua meta.

Encontre abaixo uma lista de actividades comuns de advocacia. Você pode fazer uma combinação delas para cada objectivo. Não tenha medo de usar sua imaginação, mas seja selectivo. Você não pode e não deve fazer tudo. Pense na sua experiência, seu financiamento, sua capacidade e o que terá o maior impacto sobre o seu alvo.

Exemplos de actividades:

- Organizar visitas ou viagens de estudo
- Apoiar reuniões e eventos educativos
- Realizar treinamentos de advocacia
- Implementar campanhas de sensibilização pública
- Apoiar diálogos políticos e fóruns entre os principais interessados
- Documentar problemas para os formuladores de políticas (por exemplo, a preparação de um relatório)
- Envolver os meios de comunicação para abordarem o seu problema
- Realizar reuniões face-a-face com os responsáveis políticos
- Mobilizar grupos (membros da comunidade, grupos de interesse público etc) em apoio à mudança política
- Fornecer informações técnicas e recomendações para os formuladores de políticas
- Utilizar e-mails, telefonemas, cartas, petições, e mídias sociais para mobilizar eleitores a entrar em contacto com os responsáveis políticos

Abordagens e Actividades (continuação)

Preencha a tabela abaixo para ajudá-lo a decidir quais actividades que você vai realizar para atingir seus objectivos. Para cada actividade, determine o tempo necessário aproximado. O tempo vai depender de prioridade de cada actividade. Não tente fazer tudo ao mesmo tempo. Identifique o custo da actividade e da pessoa/organização principal responsável por liderar, junto com parceiros que irão apoiá-los. Seja o mais detalhado possível sobre seus planos e tácticas, incluindo a forma como eles vão atingir os seus objectivos específicos. Por exemplo, não basta escrever “campanha de sensibilização”. Incluir o tema da campanha que você vai atingir, quais as formas de media que você vai usar etc. Selecione 5 actividades para cada objectivo.

OBJECTIVO 1

ACTIVIDADE	PESSOA/ORGANIZAÇÃO LÍDER	PARCEIROS(S)	TEMPO	CUSTO

OBJECTIVO 2

ACTIVIDADE	PESSOA/ORGANIZAÇÃO LÍDER	PARCEIROS(S)	TEMPO	CUSTO

Abordagens e Actividades *(continuação)*

OBJECTIVO 3

ACTIVIDADE	PESSOA/ORGANIZAÇÃO LÍDER	PARCEIROS(S)	TEMPO	CUSTO