

## REGULAMENTO

### CALL TO ACTION - COMMUNICATION & ADVOCACY NGO PROGRAMME



#### CONCEITO

É indiscutível que as organizações não-governamentais (ONG) desempenham um importante papel na transformação social, pela proximidade e mobilização das comunidades e pelo seu contributo para a influência de políticas públicas.

A pandemia veio lembrar que a sociedade civil é absolutamente necessária no apoio aos grupos mais vulneráveis, cuja exclusão económica, política e social preexistente os torna mais expostos aos efeitos da crise. As organizações da sociedade civil mobilizaram-se para coordenar as ações a partir do terreno e da esfera virtual, defendendo uma resposta à crise que seja eficaz e que, em simultâneo, respeite os direitos humanos.

No contexto atual de profunda mudança e incerteza, torna-se ainda mais difícil para as ONG acompanhar as tendências nas áreas onde operam (local/regional/nacional/internacional) e usar essa informação para promover mudança de comportamentos e influenciar processos de tomada de decisão. Por outro lado, o

Projeto implementado por:

papel tradicional das ONG como ‘intermediárias’ entre os cidadãos e outros organismos tem vindo a ser questionado, pela tendência da digitalização (ferramentas on-line permitem uma participação pública mais rápida e direta) e pela restrição do espaço cívico (por exemplo, restrições impostas por alguns governos ao papel de advocacy das ONG)<sup>12</sup>.

Acrescem ainda outros desafios:

- Fragilidade dos diagnósticos organizacionais, do planeamento estratégico, ausência de articulação entre os planos estratégicos e planos de ação, dificultando a intervenção das ONG assente na criação de valor e na sua capacidade de influência. Apenas 20% das ONG portuguesas têm um documento estratégico em comunicação<sup>3</sup>;
- Fraca aposta na comunicação ou redução do seu papel a uma função meramente institucional (imagem, reputação) e de angariação de fundos, descurando a importância da comunicação de interesse público<sup>4</sup>. Os colaboradores mais envolvidos nos esforços comunicativos das organizações acumulam, com frequência, outros “chapéus”, num equilíbrio difícil entre competências específicas (que muitas vezes escasseiam) e tempo diminuto para implementar as ações;
- Competências reduzidas em advocacy para a transformação social, nomeadamente: fundamentação da ação a partir de evidências/investigação; mapeamento e mobilização das partes interessadas; ação concertada com outros atores; potencial de novas ferramentas (advocacy digital e transnacional).

A [FEC](#), a [Escola Superior de Comunicação Social](#) e a [Norsensus Mediaforum](#) lançam este programa de aprendizagem organizacional, centrado na comunicação e advocacy, motivadas pela urgência de clarificar as mensagens e amplificar a voz das ONG para que possam, de forma mais articulada, reforçar a sua capacidade de intervenção enquanto agentes de inclusão e cidadania ativa.

O programa ambiciona reforçar a capacidade de intervenção em políticas públicas de grupos da sociedade civil portuguesa; melhorar as competências relevantes de comunicação e advocacy dos seus colaboradores e dar uma voz mais forte e efetiva às organizações comprometidas com a cultura democrática e a consciência cívica.

A iniciativa insere-se no projeto [CALL – Communication and Advocacy Learning Lab](#), apoiado pelo [Programa Cidadãos Ativ@s/Active Citizens](#), financiado pelos [EEA Grants](#) e gerido, em Portugal, pela [Fundação Calouste Gulbenkian](#) e pela [Fundação Bissaya Barreto](#).

---

<sup>1</sup> Divjak, T. & Forbici, G. [The future evolution of civil society in the European Union by 2030](#). European Economic and Social Committee. 2017

<sup>2</sup> CIVICUS. [Relatório sobre o Estado da Sociedade Civil 2020](#). 2020

<sup>3</sup> Campos, R. (coord.) [Diagnóstico das ONG em Portugal](#). Lisboa. Fundação Calouste Gulbenkian. 2015

<sup>4</sup> Eiró-Gomes, M. (coord.) [Comunicação e Organizações da Sociedade Civil: Conhecimento e Reconhecimento](#). Plataforma Portuguesa das ONGD e ESCS-IPL. 2017










Projeto implementado por:

## O PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E ADVOCACY

O programa requer a participação e o compromisso dos colaboradores das ONG, a partir de setembro de 2020 (ao longo de 12 meses). Há duas modalidades de candidatura/envolvimento previstas: **nível I** (para 20 ONG) e **nível II** (para 6 ONG). O programa é totalmente **gratuito** para as ONG selecionadas, sendo o custo de participação suportado pelas entidades que gerem o projeto, com um valor estimado de 1500€ por ONG (nível I) e de 3000€ por ONG (nível II).

O programa compreende sessões de mentoria e formação *online* e presenciais (garantindo o cumprimento de todas as regras de segurança) e o acesso a um conjunto de recursos/materiais. As sessões presenciais poderão ser transpostas para o formato online, em função da evolução da situação epidemiológica.

O nível II, disponível apenas para 6 das 20 ONG selecionadas, integra a oportunidade de realizar um diagnóstico/planeamento estratégico aprofundado, a participação num estágio de uma semana na Noruega (Oslo), promovido pela organização parceira Norsensus Mediaforum, e a inscrição no Advocacy Bootcamp, formação residencial (3 dias) para desenhar uma campanha conjunta de advocacy, com o apoio de peritos.

NÍVEL I E II		
 <b>Open Flagship Event</b> Aula inaugural com a participação de especialistas em comunicação e advocacy. <a href="#">Escola Superior de Comunicação Social</a>	 <b>Storytelling Workshop</b> Conhecimentos práticos para aplicação do transmedia storytelling (criar e narrar histórias em diferentes plataformas de forma coerente e participativa). <a href="#">FEC, Norsensus Mediaforum</a>	 <b>Media Training Course for NGO (24h)</b> Conhecimento do contexto mediático português, preparação para enfrentar microfones e câmaras, reforço do nível de literacia em social media. <a href="#">Escola Superior de Comunicação Social</a>
 <b>Communication for Behaviour and Social Change Course (16h)</b> Conhecimento e aplicação de processos específicos de desenvolvimento de uma estratégia de comunicação para a mudança comportamental e social no quadro de ação das diferentes organizações. <a href="#">Escola Superior de Comunicação Social</a>	 <b>From Empowerment to Advocacy for Social Change Course (12h)</b> Entender os princípios base de uma campanha de comunicação de interesse público num contexto claro de experimentação e participação ativa. <a href="#">Escola Superior de Comunicação Social</a>	 <b>Noites pop-up storytelling</b> ONG, humoristas e jornalistas falam sobre a importância das narrativas. <a href="#">FEC</a>
NÍVEL II		
 <b>Realização de diagnóstico organizacional e plano estratégico</b> centrado na comunicação e advocacy, permitindo analisar e resolver problemas no processo de criação de valor. <a href="#">Nova School of Business and Economics</a>	 <b>Estágios na Noruega</b> Visita de aprendizagem internacional para acompanhamento, observação e interação com organizações e profissionais da Noruega nas áreas de comunicação e advocacy. <a href="#">Norsensus Mediaforum</a>	 <b>Advocacy Bootcamp 'From impossible to I'mPOSSIBLE'</b> formação residencial para desenhar uma campanha conjunta de advocacy (ONG, grupos-alvo, atores do setor público e privado). <a href="#">FEC, Escola Superior de Comunicação Social, Norsensus Mediaforum</a>

Projeto implementado por:

## PERFIL DAS ORGANIZAÇÕES CANDIDATAS

Para efeitos da candidatura a este programa de aprendizagem, e tendo em conta a inexistência de um conceito legal no direito português, adotou-se a definição de Organização Não-Governamental (ONG), estabelecida pelo Programa Cidadãos Ativ@s/Active Citizens que apoia esta iniciativa. Uma ONG é uma entidade coletiva de direito privado, de base voluntária, sem fins lucrativos, independentemente da forma jurídica que revista e que reúna, à data de apresentação da candidatura, os seguintes requisitos:

- esteja legalmente constituída, com sede em Portugal;
- possua finalidades de interesse geral ou de bem comum e tenha propósitos não comerciais;
- seja independente de quaisquer autoridades locais, regionais ou nacionais, de partidos políticos e de outras entidades públicas ou organizações socioprofissionais ou empresariais;
- não seja uma organização partidária ou partido político;
- não seja uma organização religiosa.

Sugere-se, para melhor esclarecimento, a leitura do [Regulamento do Programa Cidadãos Ativ@s](#) (artigo 7º e seguintes) e [Manual do Promotor](#) (secção 3.1), onde são dadas informações complementares e exemplos sobre a interpretação a dar ao conceito de ONG.

## PROCESSO DE CANDIDATURA

A ONG deverá preencher um formulário *online*, evidenciando a importância da sua participação neste programa, e identificar o(s) colaborador(es) a envolver nas ações de comunicação e/ou advocacy. Apenas será permitida a inscrição de um a dois profissionais por ONG. A ONG deverá ainda assinalar o interesse em aderir ao nível II, mediante disponibilidade de vagas.

O processo de candidatura decorre até às **18:00** do dia **24 de agosto de 2020**.

Para esclarecimento de dúvidas por favor contactar Maria Marques, gestora do programa, através do email [maria.marques@fecong.org](mailto:maria.marques@fecong.org)

## PROCESSO DE SELEÇÃO

O processo de seleção será efetuado por um Comité composto por representantes das entidades promotoras e convidados externos, de acordo com os seguintes critérios:

- Pertinência das necessidades organizacionais de capacitação demonstradas no questionário de diagnóstico que integra o formulário de candidatura (40%);
- Grau de motivação para a participação no programa (30%);
- Identificação da mudança que a ONG quer que aconteça (prioridade para a estratégia de advocacy) (20%);
- Domínio razoável de inglês, falado e escrito, do colaborador identificado na candidatura (10%);

Projeto implementado por:

Em caso de se verificar um empate entre organizações e se cumpram os pontos anteriores, a prioridade é estabelecida por ordem de registo ou mediante prioridades que sejam estabelecidas pelas entidades promotoras.

O programa tem a preocupação de assegurar igualdade de oportunidades de acesso a todas as ONG portuguesas, pelo que dará especial atenção às organizações mais frágeis nas áreas de comunicação e/ou advocacy, no processo de seleção para o nível II.

## **AS ENTIDADES PROMOTORAS**

A FEC tem cerca de 30 anos de experiência na área de comunicação e advocacy para a transformação social. Exemplos da intervenção são as iniciativas Coerencia.pt, Juntos pela Mudança, Mundo à Mesa que, a partir de investigações, recolha de histórias de vida e produção documental, reuniram evidências, base das recomendações redigidas e apresentadas aos deputados nacionais e europeus, nas áreas da coerência das políticas para o desenvolvimento, alterações climáticas, direito à alimentação e produção e consumo sustentáveis. Nos últimos anos, a FEC tem participado nas Cimeiras da ONU para o Clima e no Comité de Segurança Alimentar da FAO.

A Norsensus Mediaforum, organização norueguesa, atua no âmbito da literacia mediática, storytelling, design e tecnologia para a inclusão e transformação social.

A Escola Superior de Comunicação Social é especialista na área da comunicação, pioneira na investigação de advocacy em ONG. Nos últimos anos desenvolveu alguns projetos nesta área: A Comunicação em Organizações da Sociedade Civil: do Conhecimento ao Reconhecimento; Living Lab on Media Content and Platforms; Transliteracia Jornalística.

Projeto implementado por: