Iceland
Liechtenstein
Norway

Active citizens fund

CALL – COMMUNICATION AND ADVOCACY LEARNING LAB

GUIA PARA MONITORIZAÇÃO E AVALIAÇÃO DE AÇÕES DE INFLUÊNCIA POLÍTICA

Projeto implementado por:

FUNDAÇÃO CALOUSTE GULBENKIAN

FUNDAÇÃO BISSAYA BARRETO

FEC

ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

NorSensus MEDIAFORUM

É indiscutível que as Organizações da Sociedade Civil (OSC) desempenham um importante papel na transformação social, pela proximidade e mobilização das comunidades e pelo seu contributo na influência de políticas públicas.

A comunicação para a mudança social procura influenciar a alteração de comportamento, provocar a mobilização social e influenciar políticas públicas (advocacy). Dadas as fragilidades das OSC portuguesas em advocacy e a inexistência de um instrumento a nível nacional de (auto)avaliação sobre as capacidades das OSC na influência de políticas públicas, tornou-se imperativo a sua criação, aplicação e também a sua ampla divulgação para auxiliar as organizações a avaliar e efetuar a (re)orientação das suas práticas nestas áreas.

É no seguimento desta necessidade que foi aplicado e testado o instrumento de (auto)avaliação, constante do presente Guia, à capacidade de advocacy de 28 organizações portuguesas da sociedade civil, e que resulta da adaptação autorizada do "Informing Advocacy and Communications Capacity Building Efforts – A Robust and Culturally Responsive Tool for Assessement", produzido pela Bill and Melinda Gates Foundation[1]. Na sequência da aplicação deste instrumento, foi feito um diagnóstico às organizações participantes, que desenvolveram planos de ação capazes de responder às suas necessidades de comunicação e advocacy, e, assim, prosseguir com práticas mais eficazes.

O Guia para Monitorização e Avaliação de Ações de Influência Política é uma partilha do resultado do processo de experimentação feito por 28 organizações portuguesas e pretende apoiar as OSC, passo a passo, nas ações a tomar na aplicação do instrumento aqui apresentado, e que permitirá aferir as suas competências em advocacy e avaliar a necessidade do reforço das mesmas.

A aplicação e experimentação do instrumento de (auto)avaliação em advocacy realizou-se no âmbito do projeto CALL – Communication and Advocacy Learning Lab, promovido pela FEC – Fundação Fé e Cooperação, em parceria com a Escola Superior de Comunicação Social e a Norsensus Mediaforum, cofinanciado pelo Programa Cidadãos Ativ@s, financiado pelos EEA Grants (Islândia, Liechtenstein e Noruega) e gerido, em Portugal, pela Fundação Gulbenkian e pela Fundação Bissaya Barreto.

[1] https://orsimpact.com/DirectoryAttachments/312019_15507_183_Informing_Advocacy_and_Communications_Capacity_Building_Efforts_Feb_2019_FINAL.pdf

Para quem é este Guia?

O Guia para Monitorização e Avaliação de Ações de Influência Política foi criado para OSC que desejem melhorar a eficácia das suas comunicações e práticas de advocacy. Quer esteja a tentar ensinar bons hábitos alimentares ou a promover uma política energética nacional, um método de avaliação eficaz pode ajudá-lo a manter-se no bom caminho e a tirar o máximo partido dos seus recursos limitados. Existem técnicas na avaliação da comunicação, bem como problemas que os profissionais de hoje encontram que foram considerados na criação deste Guia.

O porquê deste Guia?

No contexto atual de profunda mudança, as OSC têm dificuldade em acompanhar as tendências nas áreas onde operam (local/regional/nacional/internacional) e usar essa informação na tomada de decisão, limitando a sua capacidade de intervenção enquanto agentes de inclusão, cidadania ativa e de advocacy. Ter uma comunicação holística e estratégica é crucial para a entrega de mensagens eficazes. O objetivo deste instrumento é, por isso, fornecer à sua organização uma imagem de onde a advocacia e a capacidade de comunicação é forte, e quais são as oportunidades para reforçar estas capacidades.

Quando utilizar este guia?

Este Guia ajuda-o a recolher contributos das suas atividades para moldar a sua estratégia de comunicação. Também lhe dá as ferramentas para acompanhar o progresso e fazer correções durante a implementação. Não foi concebido como um meio de olhar para o passado para determinar se o trabalho foi bem-sucedido. Em vez disso, a ideia é preparar antecipadamente e avaliar à medida que avança, de modo a poder ajustar as suas táticas. Este Guia é uma ferramenta de estratégia de avaliação - não uma ferramenta de planeamento de comunicação. Será muito útil para as organizações que já têm um plano de comunicação em vigor com objetivos, mensagens, estratégias e táticas claras ou para as que estão nas fases iniciais de conceção de um plano de comunicação.

Como funciona este Guia?

Este Guia apresenta um processo passo-a-passo para o desenvolvimento de uma estratégia de avaliação. Depois de ler cada secção, será encaminhado para a “Ficha de Avaliação - Advocacy Core Capacity Assessment Tool”, onde irá completar o passo correspondente. Depois de ter concluído todas as etapas, terá uma avaliação que permitirá aferir as competências de partida da organização e avaliar, ao longo do projeto, o reforço das mesmas.

A importância da comunicação eficiente deve-se à complexidade do comportamento humano e, consequentemente, à necessidade de aplicação de uma intervenção adequada. A comunicação de qualidade procura compreender as barreiras ao conhecimento e adaptação ao público-alvo, comunicando em conformidade. A comunicação, principalmente com objetivo de promover a mudança social, assenta na contínua avaliação e monitorização, em que a má comunicação pode ser mais prejudicial do que comunicação nenhuma, daí a importância dada pela parceria à "Ficha de Avaliação - Advocacy Core Capacity Assessment Tool". A comunicação para a mudança social tem três vias que modificam a forma de agir e comunicar:

Influenciar alteração de comportamento:
Dado o seu alcance, os meios de comunicação social podem atingir grandes audiências e ao apontar normas sociais podem estimular o debate. Para além deste fator, influencia alterações de comportamento devido à ressonância que têm. Se concebida adequadamente, a comunicação é um veículo de mudança social por fazer ecoar determinadas questões e provocar a reflexão.

Comunicação para a mobilização social:
Promove o envolvimento das comunidades, para além de provocar a ação e reflexão das diferentes vozes dentro destas. A comunicação como veio para a mobilização social liga as pessoas aos serviços, aumentando a sua eficácia e a responsabilização destes.

A comunicação na perspetiva de advocacy:
Procura incentivar o apoio social e político, assim como, examinar barreiras à mudança e advogar a favor de políticas saudáveis e sustentáveis. A advocacy é dirigida a influenciar a política, leis, regulamentos, programas, ou decisões de financiamento feitas aos níveis mais altos do sector público ou privado. A comunicação na perspetiva de advocacy e a "relação com instituições governamentais e supragovernamentais é fundamental para que as políticas públicas, os acordos e as agendas internacionais" incluam a voz e as necessidades não só das OSC, mas mais importante, dos beneficiários da sua ação.[2]

É nesta última via que a informação presente no guia se foca e procura analisar. Compreender até que ponto na sua OSC é feito uma monitorização das políticas e a comunicação feita segue uma estratégia de advocacy para proporcionar um impacto positivo às comunidades que protege e assiste.

[2] https://www.plataformaongd.pt/uploads/subcanais2/livro-comunicacao-osc-conhecimentoereconhecimento.pdf

PASSO 1: Compreensão dos termos e ações a serem avaliados.
Ainda antes de saber o que melhorar após a avaliação é importante garantir que os termos utilizados são bem interiorizados e compreendidos pelos diagnosticadores, neste caso, os membros da organização. Logo, na aplicação deste instrumento de diagnóstico entende-se por:

- **Advocacy**: a ação ou processo de apoiar (defender) uma causa, uma campanha ou uma proposta;
- **Comunicação:** uma abordagem estratégica para conceber e transmitir mensagens àqueles que possam influenciar pela positiva uma causa, uma campanha ou uma proposta;
- **Capacidade**: a competência das pessoas ou das organizações para executar ações ou desempenhar funções e para definir e prosseguir metas ou objetivos.

PASSO 2: Preenchimento da "Ficha de Avaliação - Advocacy Core Capacity Assessment Tool" em anexo pelos membros da organização.

PASSO 3: Compilação das respostas apresentadas e produção do Relatório de Diagnóstico de Comunicação e Advocacy, onde são apresentados os pontos fracos realçados e os aspetos a manter. O relatório deve ser discutido e, consequentemente, aplicadas estratégias de melhoria nas seções onde a avaliação é mais fraca.

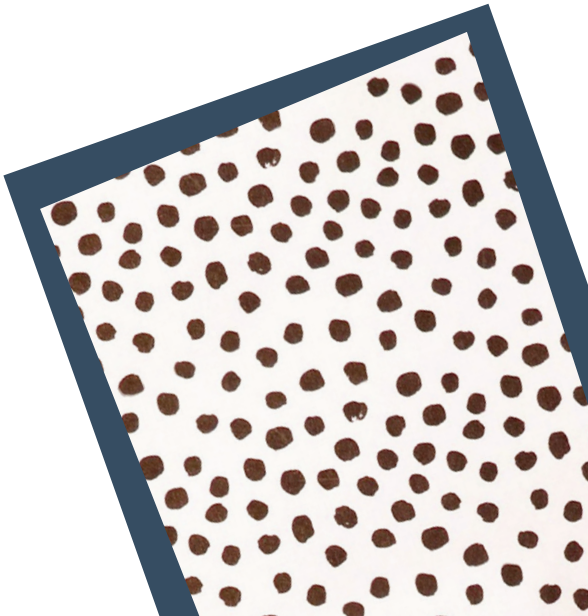
Com o Guia para Monitorização e Avaliação de Ações de Influência Política espera-se, não só permitir que as organizações potenciem o seu papel enquanto atores no espaço público, social e político, como também fortalecer os seus processos de comunicação para a mudança social.

Ao seguir as orientações neste Guia e ao aplicar o instrumento de avaliação aos membros da sua organização, é possível efetuar um diagnóstico organizacional nas áreas de comunicação e advocacy. Após a compreensão e determinação do que precisa de ser revisto, alterado ou introduzido é tempo de "deitar mãos à obra", partilhando o diagnóstico com os restantes membros da organização, obtendo o seu feedback.

É recomendado um esforço de capacitação nas áreas consideradas mais frágeis, mas também um trabalho em profundidade ao nível dos próprios processos comunicacionais, nos quais as políticas de comunicação sejam constitutivas das próprias organizações, mobilizadoras dos seus propósitos e facilitadores do apoio público. Ou seja, no seguimento da aplicação deste instrumento, após a compreensão do diagnóstico, sugerimos a reformulação ou criação do plano de comunicação da sua organização.

Recomenda-se também que comunique as suas descobertas. Partilhe o que aprendeu com outros fora da organização, de modo a que possam aprender com os progressos da sua organização.

E que aqui comece um processo 'From Empowerment to Advocacy for Social Change'.



SECÇÃO 1. ABORDAGENS DE ADVOCACY E COMUNICAÇÃO

As opções de resposta nesta secção seguem a seguinte escala:

1	2	3	4	5	6
Fazemos mal	*Fazemos razoavelmente bem*		*Fazemos bem*		*Destacamo-nos*

ESTRATÉGIA	
Como é que a sua organização...	**Identifica e documenta** prioridades e objetivos políticos claros
	Identifica e desenvolve planos de advocacy e comunicação claros (estratégias, ações e táticas) para prosseguir prioridades e objetivos políticos
	Documenta um plano ou modelo que expresse as mudanças ou resultados que a organização acredita que vão acontecer como resultado do seu trabalho de advocacy e comunicação
	Adapta rapidamente (alterando ou modificando) as táticas, sempre que necessário
	Dedica orçamento e elementos da equipa suficientes para um trabalho robusto de advocacy e comunicação
	Ajusta os recursos de advocacy e comunicação (orçamento, equipa) quando as oportunidades ou circunstâncias se alteram
	Compreende quem são os intervenientes principais em relação a questões e decisões específicas sobre políticas ou financiamentos
ENVOLVIMENTO DE PARCEIROS	
Como é que a sua organização...	**Trabalha** com outras organizações ou líderes influentes no desenvolvimento de uma agenda conjunta (objetivos comuns), estratégia ou plano de ação
	Forma ou lidera grupos ou coligações em torno de uma política ou decisão de financiamento específica ou de uma questão de implementação
	Participa em grupos ou coligações, quando isso for útil para alcançar os objetivos políticos e de financiamento
	Identifica e trabalha com pessoas que podem falar de maneira eficaz com os decisores ou defender uma questão
APRENDIZAGEM	
Como é que a sua organização...	**Analisa** ou interpreta dados sobre a qualidade ou eficácia do trabalho de advocacy e comunicação
	Reflete regularmente sobre os dados de Monitorização, Avaliação e Aprendizagem (MAA) em advocacy e comunicação, documenta as lições sobre o que está a funcionar ou não, e depois aplica as aprendizagens ao trabalho atual/futuro de advocacy e comunicação
	Envolve a equipa a vários níveis (diretores de topo, bem como a equipa dos programas) na aprendizagem a partir dos dados de Monitorização, Aprendizagem e Avaliação (MAA) em advocacy e comunicação e aplica essas lições
	Partilha as lições dos dados de Monitorização, Aprendizagem e Avaliação (MAA) em advocacy e comunicação com os membros de outras organizações (por exemplo, parceiros, coligações ou outros) que trabalhem para influenciar as decisões políticas ou sobre recursos ou a sua implementação
	Produz evidências sobre a eficácia do trabalho de advocacy e comunicação
	Reflete regularmente sobre e aplica as aprendizagens extraídas do trabalho passado ou atual sobre políticas e financiamento
	Monitoriza se o trabalho sobre uma política ou financiamento teve o impacto desejado (e se teve consequências indesejadas)

SECÇÃO 2. ÁREA DE TRABALHO - AÇÕES E COMPORTAMENTOS ESPECÍFICOS

As opções de resposta nesta secção seguem a seguinte escala:

1	2 – 3	4 – 5	6	NA
Fazemos mal	*Fazemos razoavelmente bem*	*Fazemos bem*	*Destacamo-nos*	*Esta área de trabalho não faz parte da nossa estratégia de advocacy e comunicação*

DESENVOLVER POLÍTICAS	
Como é que a sua organização...	**Desenvolve** propostas de políticas e legislação com base em dados ou investigação
	Incorpora a política e/ou a análise dos orçamentos governamentais nas propostas de políticas públicas
	Considera e **representa** as necessidades dos membros da comunidade afetados pelas decisões políticas ou de financiamento ao desenvolver propostas de políticas
MONITORIZAR POLÍTICAS	
Como é que a sua organização...	**Monitoriza** o apoio e a oposição a uma proposta de política ou decisão de financiamento
	Monitoriza o apoio dos decisores ou os padrões de voto em relação a propostas de políticas ou decisões de financiamento
	Tem um sistema para acompanhar a política ou o ambiente político e identifica onde existem oportunidades
	Acompanha os orçamentos governamentais, incluindo as propostas de compromissos orçamentais e as despesas reais
APOIAR A IMPLEMENTAÇÃO	
Como é que a sua organização...	**Potencia** as relações com funcionários governamentais para garantir que a implementação das políticas promova resultados positivos (por exemplo, garantindo que a política tem um financiamento adequado, que há capacidade suficiente para a implementação, que os planos de execução são claros)
	Potencia as relações com os prestadores de serviços de forma a garantir que a implementação das políticas promove resultados (impactos) positivos (que haja capacidade suficiente para a implementação, que os planos de execução sejam claros)
	Se esforça por garantir que os líderes governamentais têm acesso a conhecimento técnico que possa ser necessário para apoiar a implementação bem sucedida das políticas (por exemplo, garantindo que os decisores têm o conhecimento técnico necessário ou estão em contacto com especialistas bem informados)
ENVOLVER OS LÍDERES DA SOCIEDADE CIVIL	
Como é que a sua organização...	**Identifica** e constrói relações com os líderes da sociedade civil de uma variedade de setores - por exemplo, líderes religiosos e culturais; líderes de redes, associações ou sindicatos; dirigentes empresariais; académicos; meios de comunicação
	Recorre a uma variedade de estratégias para se relacionar com os líderes da sociedade civil, por exemplo, facultando resumos ou outros materiais educativos; utilizando interlocutores eficazes, contacto direto
	Informa ou consciencializa os líderes da sociedade civil sobre questões prioritárias
ENVOLVER OS REPRESENTANTES ELEITOS	
Como é que a sua organização...	**Identifica** e constrói relações com os representantes eleitos ou líderes em vários níveis do governo
	Recorre a uma variedade de estratégias para se relacionar com os representantes eleitos e líderes governamentais (por exemplo, facultando resumos ou outros materiais educativos; utilizando interlocutores eficazes; contacto direto)
	Informa ou consciencializa os representantes eleitos e líderes governamentais sobre questões prioritárias e soluções propostas, nomeadamente através de fóruns, intercâmbio entre pares ou outras plataformas

ENVOLVER AS COMUNIDADES	
Como é que a sua organização...	**Ouve e constrói relações** com os membros da comunidade que sejam mais diretamente afetados pelas questões tratadas pelos objetivos das políticas ou do financiamento
	Informa ou consciencializa os membros da comunidade afetados para que eles possam contribuir efetivamente para o desenvolvimento dos objetivos das políticas ou do financiamento
	Mobiliza e apoia os membros da comunidade afetados para que eles atuem em prol de um objetivo político ou de recursos (por exemplo, intervindo em fóruns públicos)
	Se envolve com os membros da comunidade ou populações afetadas para determinar se uma decisão política ou de financiamento foi implementada ou não
DESENVOLVER A MENSAGEM	
Como é que a sua organização...	**Desenvolve** mensagens claras, específicas e pertinentes orientadas para os objetivos de política ou de financiamento
	Utiliza dados corretos e convincentes no desenvolvimento das suas mensagens
	Testa as potenciais mensagens de comunicação junto dos públicos-alvo e adapta-as sempre que necessário
	Utiliza diferentes mensagens para diferentes públicos
	Garante que o plano de comunicação está orientado para o(s) objetivo(s) de política e de financiamento
DISSEMINAR AS MENSAGENS	
Como é que a sua organização...	**Mantém** boas relações e ligações com meios de comunicação estrategicamente relevantes
	Desenvolve produtos de comunicação direcionados, tais como brochuras educativas e infografias
	Recorre aos suportes impressos, como jornais, revistas e newsletters, de forma convincente
	Recorre aos suportes digitais, como as redes sociais, podcasts, vídeos e infografias, de forma convincente
	Recorre aos meios de comunicação de difusão, como TV e rádio, de forma convincente
	Mantém a atenção do(s) público(s) relevante(s) ou de (um) setor(es) relevante(s), por exemplo, publicando materiais, escrevendo artigos, falando nos meios de comunicação ou em fóruns e outros eventos, etc.
	Monitoriza regularmente as mensagens em torno das principais questões, tanto as que apoiam como as que se opõem às suas mensagens
UTILIZAR DADOS PARA DEFENDER UMA POSIÇÃO	
Como é que a sua organização...	**Identifica** os dados que são necessários para defender um caso de forma convincente de forma a progredir nos objetivos políticos ou de financiamento, nomeadamente onde existirem lacunas ou necessidades de dados
	Sabe onde encontrar dados de qualidade que sejam relevantes para os objetivos políticos ou de financiamento da sua organização
	Cria produtos oportunos com base na investigação ou em dados, ou seja, os produtos estão disponíveis no momento certo de forma a ter mais influência ou utilidade

Nem todas as organizações implementam todos os aspetos do trabalho de advocacy e comunicação. Indique na seguinte escala: (1) faz **parte do trabalho essencial da sua organização**, e (2) é **muito importante para que a sua organização consiga alcançar os seus objetivos**:

- ☐ Desenvolver Políticas
- ☐ Monitorização de Políticas
- ☐ Apoiar a Implementação
- ☐ Envolver os Líderes da Sociedade Civil
- ☐ Envolver os Representantes Eleitos
- ☐ Envolver as Comunidades
- ☐ Desenvolver as Mensagens
- ☐ Disseminar as Mensagens
- ☐ Utilizar Dados para Defender uma Posição

Secção 3. ATIVOS DA ORGANIZAÇÃO – 12 tópicos

As opções de resposta nesta secção seguem a seguinte escala:

–	1	2	3	4
Não aplicável	*Discordo totalmente*	*Discordo*	*Concordo*	*Concordo totalmente*

EXPERIÊNCIA E ESPECIALIZAÇÃO NA EQUIPA PARA IMPLEMENTAR COM EFICÁCIA AS ESTRATÉGIAS DE ADVOCACY E COMUNICAÇÃO
A equipa da minha organização tem pessoas com formação e/ou experiência suficiente em trabalho de advocacy, nomeadamente pessoas com experiência em intervenção política, pessoas com competências para trabalhar com diferentes tipos de intervenientes e pessoas que sabem usar bem os dados.
A equipa da minha organização tem pessoas com formação e/ou experiência suficiente em trabalho de comunicação, nomeadamente pessoas com experiência no desenvolvimento e disseminação de mensagens.
FINANCIAMENTO/GESTÃO FISCAL
A minha organização tem financiamento sem restrições - ou seja, financiamento que possa ser usado em operações internas e gestão, e não apenas financiamento para os projetos
O orçamento da minha organização prevê fundos dedicados a advocacy e comunicação – ou seja, ou financiamento subvencionado de apoio ao advocacy e comunicação, ou outro financiamento que a sua organização dedique ao trabalho de advocacy e comunicação
A minha organização tem uma situação financeira estável - ou seja, a organização tem bastante financiamento a longo prazo, um conjunto diversificado de financiadores
ESTABILIDADE E COMPROMISSO DA EQUIPA
A equipa de advocacy e comunicação manteve-se estável nos últimos 3 anos
A liderança executiva da nossa organização manteve-se estável nos últimos 3 anos
GOVERNO E LIDERANÇA
A Administração da minha organização dá, regularmente, orientações estratégicas sobre questões de política ou comunicação
A Administração da minha organização tem um comité de política/comunicação que contribui para as abordagens, táticas ou objetivos de advocacy e comunicação
REPUTAÇÃO E CREDIBILIDADE
A minha organização tem uma boa reputação entre os membros da comunidade, outras organizações de advocacy e prestadores de serviços
A minha organização tem uma boa reputação entre os decisores, líderes do governo e da sociedade civil, e comunicação social
Os elementos da equipa da organização são contactados regularmente pelos decisores, líderes do governo ou da sociedade civil, ou pela comunicação social como fonte de informação

Secção 4. PERCEÇÕES SOBRE A CAPACITAÇÃO

1. Participou pessoalmente em ações de capacitação ou desenvolvimento profissional nas áreas de advocacy e/ou comunicação nos últimos três anos, por exemplo em formação, conferências, programas de mentoria, programas de intercâmbio entre pares? Se sim, descreva brevemente.

2. Em relação à formação ou ao desenvolvimento profissional nas áreas de advocacy ou comunicação em que participou pessoalmente, o que teve maior utilidade para si e de que maneira?

3. Em relação às competências ou eficácia em advocacy e comunicação, onde é que considera que fez, bem como a sua organização, mais progressos nos últimos três anos?

4. Considerando as secções anteriores do questionário, em que áreas considera que a sua organização poderia melhorar mais o seu trabalho de advocacy e comunicação? • Que tipo de trabalho de capacitação ajudaria mais a sua organização a melhorar nas áreas que identificou?

5. Que recursos estão atualmente à disposição da sua organização e podem ajudar a apoiar ou reforçar a capacidade da sua organização em advocacy e comunicação?

TÍTULO:
Guia para Monitorização e Avaliação de Ações de Influência Política

DESIGN GRÁFICO E PAGINAÇÃO:
Diogo Lencastre

EDITOR:
FEC – Fundação Fé e Cooperação

LOCAL DE EDIÇÃO:
Lisboa

DATA DE EDIÇÃO:
Maio de 2022

© FEC – Fundação Fé e Cooperação

Este Guia é uma adaptação autorizada, para o contexto português, do "Informing Advocacy and Communications Capacity Building Efforts – A Robust and Culturally Responsive Tool for Assessement", produzido pela Bill and Melinda Gates Foundation.