

# Estratégias de Advocacia Social

**CAPABLE**  
PARTNERS PROGRAM  
Mozambique



**fhi360**  
THE SCIENCE OF IMPROVING LIVES

# Estratégias de Advocacia Social



## Identificação e análise da situação indesejável

1. Qual a situação indesejável? Como sabemos disso?  
Quem nos disse?
2. Quem são as pessoas afectadas?
3. Até que ponto a sua condição de gênero tem influencia na forma como estas pessoas são afectadas?
4. Em que lugares (casa, local de trabalho, igreja, etc.) se vive esta situação?
5. Que factores contribuem para esta situação em cada um dos lugares identificados?

# Estratégias de Advocacia Social

Conceitos de Advocacia



## Exercício em plenário de salvamento de pessoas no rio

Uma pessoa ia caminhando nas margens de um rio, olha a volta da sua superfície e apercebe-se que existem pessoas a afogarem-se na água. Apavorada, ela salta imediatamente para a água e começa a salvar as pessoas, tirando-as uma a uma para a margem do rio. Esta trabalha incansavelmente, tentando salvar as pessoas em perigo. Logo, observa as imediações e vê uma outra pessoa caminhando na mesma margem.

A segunda pessoa chama a mulher e pergunta,



# Estratégias de Advocacia Social

Conceitos sobre Advocacia



Cont. - Exercício em plenária sobre salvamento de pessoas no rio

*“O que é que vocês estão fazendo no meio do rio?”*

A primeira pessoa grita,

*“Pessoas estão a afogar-se! Eu estou salvando-as e tirando-as gentilmente para a margem!”*

A segunda grita,

*“As pessoas estão a afogar e eu estou a ensiná-las a nadar para que elas possam estar aptas a sobreviverem por si próprias !”*

# Estratégias de Advocacia Social

Conceitos sobre Advocacia

**CAPABLE**  
PARTNERS PROGRAM  
Mozambique

Cont. - Exercício em plenária sobre salvamento de pessoas no rio

A terceira pessoa escuta cuidadosamente, depois continua a caminhar pela margem. As primeiras duas pessoas gritam,

*“Aonde vais? Porquê não nos ajudas?”*

E a terceira pessoa responde,

*“Eu vou tentar descobrir quem está a lançar as pessoas ao rio e obrigá-las a pararem de fazê-lo!”*

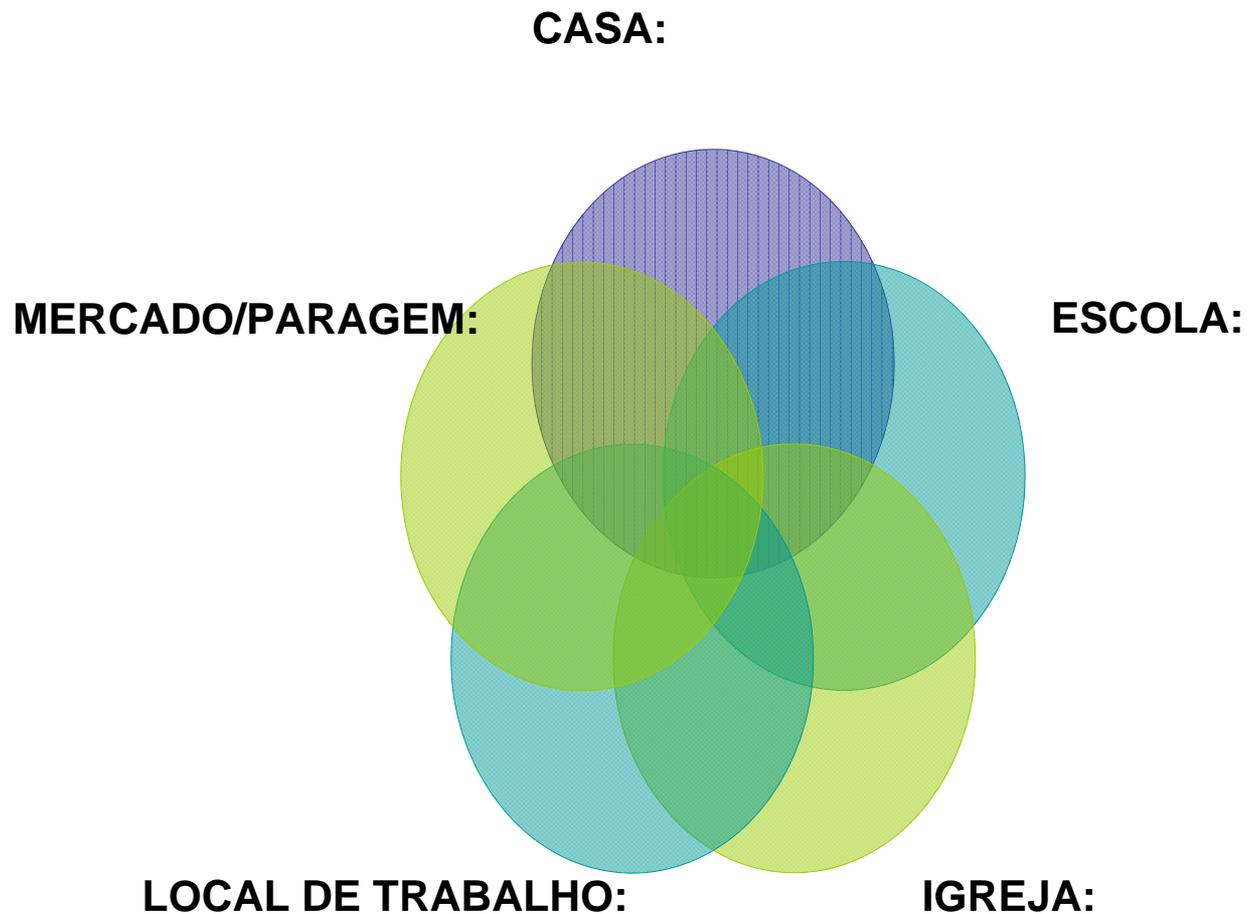
# Estratégias de Advocacia Social

## Identificação e análise da situação indesejável

1. Quem são as pessoas afectadas?
2. Que leis, programas, comportamentos e crenças contribuem para esta situação?
3. Qual deve ser a situação desejável? Que mudança deve haver ao nível dos factores contribuintes?
4. Quem devem ser os nossos alvos para atingirmos a situação desejável?
5. Quem são os nossos constituintes, aliados e adversários neste processo? Como vamos lidar com eles para maximizar o seu contributo e minimizar os seus danos?

# Estratégias de Advocacia Social

**CAPABLE**  
PARTNERS PROGRAM  
Mozambique



# Estratégias de Advocacia Social

Conceitos de Advocacia

**CAPABLE**  
PARTNERS PROGRAM  
Mozambique

Palavras associadas com a palavra advocacia

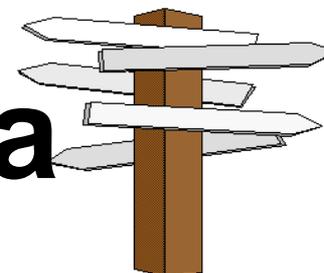


**Persuasão**



**Participação**

**Mudança**



**Transparência**



**Dar-se poder**

# Estratégias de Advocacia Social

Conceitos de Advocacia



## Proveniência da palavra Advocacia

### O que é advocacia?

A palavra advocacia em Inglês, é proveniente das raízes do Latim, significa “**chamar para**” ou **chamar as pessoas para o seu lado**. Advocacia, é uma forma de comunicação e exercer influencias. A palavra Advocacia provem de:

O Verbo “**advogar**” em Inglês significa:

- **Falar em favor da posição ou causa;**
- **Falar em nome de um grupo ou causa;**
- **Representar interesses de grupos ou causa;**
- **Defender os direitos de um grupo ou causa.**

O Nome “**advogado**” significa alguém que:

- **Porta a voz de alguém;**
- **Representa a alguém;**
- **Defende alguém;**
- **Promove interesses de alguém.**

# Estratégias de Advocacia Social

## Definição de Advocacia

### ***“Advocacia”***

Consiste na mobilização de esforços e acções da sociedade civil ou de membros de uma organização a trabalharem com os detentores de poder de decisão para criar mudanças nas políticas, programas e comportamentos sociais de forma a criar uma sociedade justa.

# Estratégias de Advocacia Social

Breve historial sobre a Amoproc

**CAPABLE**  
PARTNERS PROGRAM  
Mozambique

## Diferença entre advocacia e Lobby

**Advocacia**, como se abordou anteriormente neste manual, é a mobilização de esforços e acções da sociedade civil ou de membros de uma organização a trabalharem com os detentores de poder de decisão para criar mudanças nas políticas, programas e comportamentos sociais de forma a criar uma sociedade justa.

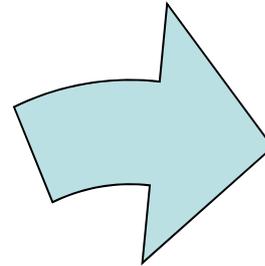
**Lobby**, o sentido da palavra “lobbying” em Inglês não implica uma advocacia praticada por um grupo de pessoas (lobby é uma das táticas de advocacia, ela leva a que pessoa ou membros de um grupo de advocacia negociem e influenciem decisões a título individual, pequenos grupos e sem muita planificação que se pode realizar através de reuniões, conversas no quintal, pequenos encontros, palestras, cartas dirigidas, telefonemas, etc.).



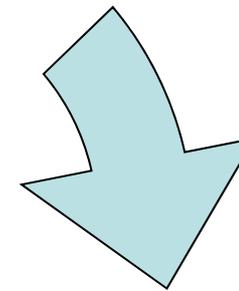
# Estratégias de Advocacia Social

**CAPABLE**  
PARTNERS PROGRAM  
Mozambique

Elaboração do cronograma de acções e o orçamento



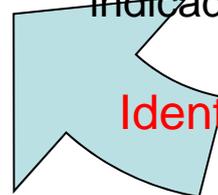
Identificação e análise da situação indesejável  
•Qual a situação indesejável?



Definição e pesquisa do tema  
Análise da situação: consequências  
Factores contribuintes

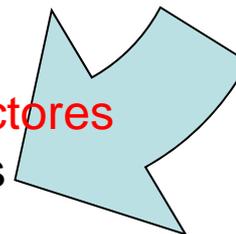
Determinação da Tabela-Estratégia

Definição dos objectivos  
Identificação dos alvos  
Seleção de táticas apropriadas  
Cronograma de actividades  
Identificação de recursos  
Avaliação e estabelecimento de indicadores



Identificação de actores

Constituintes  
Aliados  
Adversários



# Estratégias de Advocacia Social

Planeamento da Campanha de Advocacia Social



## Actores da Campanha

São três tipos de actores seguintes:

**Constituintes** são pessoas que se importam com o que acontecerá com a Campanha e serão de uma ou de outra forma afectadas. Normalmente são os membros e associados das organizações.

**Aliados** são indivíduos, grupos ou instituições que apoiam ou poderão ser facilmente convencidos, ou ainda colaborarão directamente na realização da campanha.

**Adversários** são pessoas que estão firmes e vocalmente contra, ou ainda indecisos com a mudança da campanha.



# Estratégias de Advocacia Social

Planeamento da Campanha de Advocacia Social

**CAPABLE**  
PARTNERS PROGRAM  
Mozambique

## Como os Adversários respondem

**Desvio** - Os adversários usam "**desvio**" quando tentam trocar ou mudar o enfoque do debate de uma situação indesejável real para outras questões como pretexto.

**Demora** - A "**demora**" reconhecesse quando os adversários dizem que estão trabalhando na situação indesejável, mas na realidade nada está sendo feito para se resolver ou dizem que precisam de mais informação (como evidência de boa fé) quando já há bastante informação sobre a situação indesejável.

**Refutar** - Usando **acções refutáveis**, os adversários tentam dizer que a situação indesejável não existe ou que a proposta de solução não funcionará ou dizem que gostaria de ajudar, mas não tem recursos ou influência necessária.

**Ignorar** é semelhante a **refutação**. A única diferença é que o adversário não está dizendo que a situação indesejável não existe, apenas diz que não é importante ou que não é uma grande situação indesejável como vocês pensam.



# Estratégias de Advocacia Social

Planeamento da Campanha de Advocacia Social

**CAPABLE**  
PARTNERS PROGRAM  
Mozambique

## Como os Adversários respondem

**Decepção** - Os adversários usam esta estratégia quando querem enganar intencionalmente ou confundir a meta da campanha, mentindo o público mentindo "esquecendo" ou contando histórias.

**Divisão** - Os adversários podem tentar dividir um grupo coordenativo com assuntos controversos ou ainda, no máximo dos máximos, podem tentar comprar sócios com ofertas de trabalhos ou outros incentivos.

**Pacificação** - Os adversários podem tentar satisfazer ou pacificar os membros de uma coligação com pequenas concessões, sem sentido.

# Estratégias de Advocacia Social

Planeamento da Campanha de Advocacia Social

**CAPABLE**  
PARTNERS PROGRAM  
Mozambique

## Como os Adversários respondem

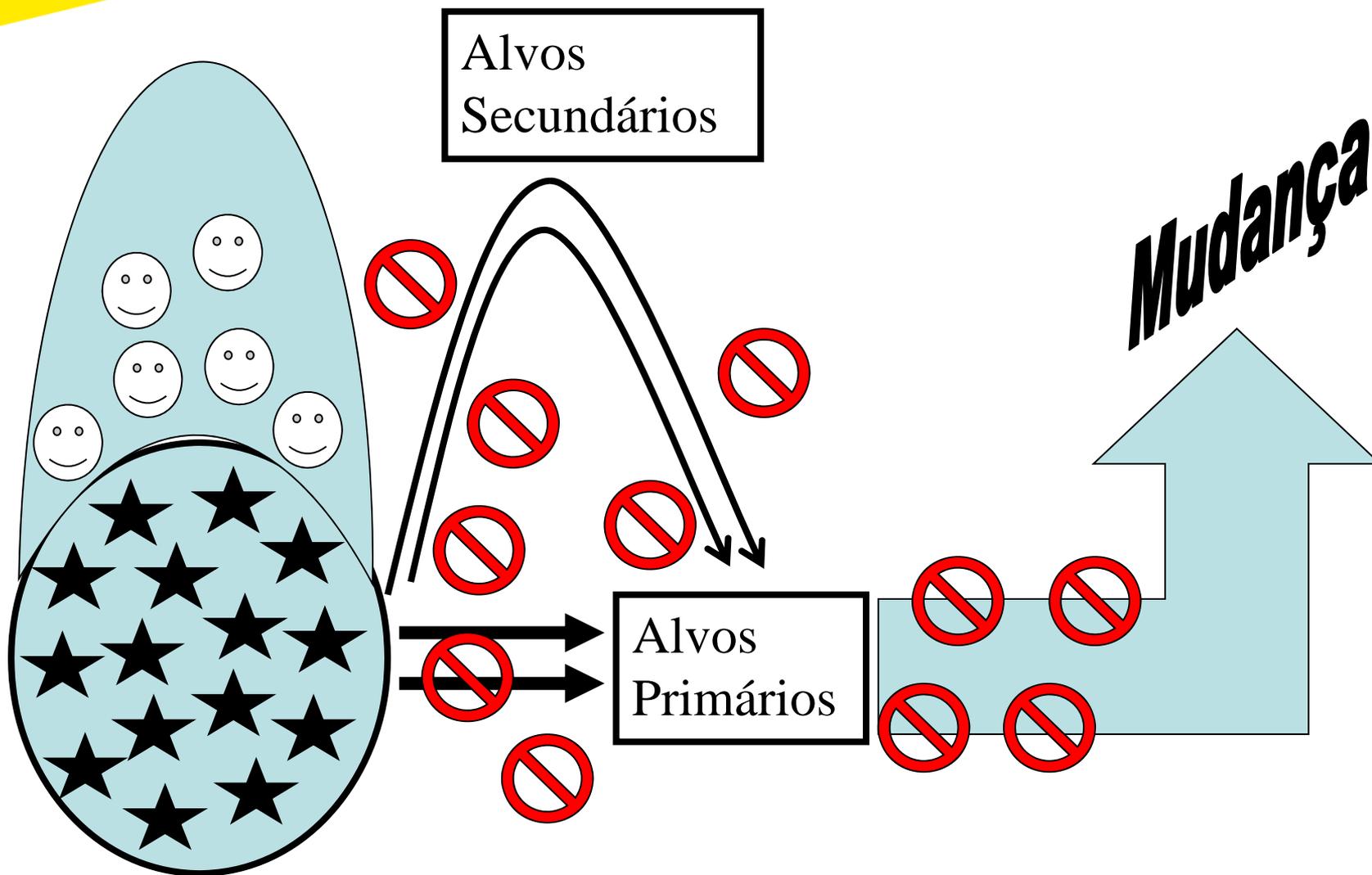
Para dar resposta as tácticas usadas pelos adversários acima, reajam rapidamente, repugnem mostrando factos e evidencias, persistam usando todos os tipos de tácticas até que a veracidade venha a prova e se resolva a favor da mudança pretendida pelos constituintes da vossa campanha.

# Estratégias de Advocacia Social

Planeamento da Campanha de Advocacia Social

**CAPABLE**  
PARTNERS PROGRAM  
Mozambique

Alvos duma Campanha/Acao de Advocacia



# Estratégias de Advocacia Social

Planeamento da Campanha de Advocacia Social

**CAPABLE**  
PARTNERS PROGRAM  
Mozambique

## Alvos da Campanha de Advocacia Social

Os alvos em campanhas de advocacia social são pessoas que tem poder de decisão sobre a mudança pretendida numa campanha. Existem dois tipos de alvos:

**Os alvos primários** são os dirigentes que têm o poder para efectuar a mudança desejada e visada pela campanha.

**Os secundários** não têm este poder, mas têm mais influência sobre os dirigentes do que o grupo da campanha de advocacia, e que podem pressioná-los.

# Estratégias de Advocacia Social

Planeamento da Campanha de Advocacia Social

**CAPABLE**  
PARTNERS PROGRAM  
Mozambique

## Conselhos para Reunir com os Alvos

- ❑ Façam referência a interesses pessoais ou preocupações dos alvos com os quais se familiarizaram antes de um contacto formal.
- ❑ Façam referência ao facto de declararem antecipadamente o objectivo do encontro por forma a permitir que o alvo esteja melhor preparado para o encontro.
- ❑ Apresentem exemplos locais, casos ou dados estatísticos.
- ❑ Sejam corteses mas firmes. Evitem confrontações. Não insultem, não intimidem e nem ameacem.
- ❑ Mantenham a apresentação da proposta simples e clara.
- ❑ Procurem um compromisso específico do alvo, mesmo que seja apenas um desejo de aprofundar mais a questão.
- ❑ Sempre que o alvo parecer estar em desacordo com os vossos pontos de vista, mantenham a porta aberta para contactos futuros.
- ❑ Informem ao alvo sobre os passos que pretendem fazer em seguida.
- ❑ Sejam honestos e cordiais.

# Estratégias de Advocacia Social

Planeamento da Campanha de Advocacia Social

**CAPABLE**  
PARTNERS PROGRAM  
Mozambique

## Diferentes Categorias e tipos de Tácticas em Advocacia

**Educação e informação** - boletins informativos, encontros comunitários, panfletos, contactos porta a porta, dísticos, peças de teatro, programas de divulgação radiofónica e televisiva, etc..

**Confrontação/Manifestação (tácticas mais drásticas)** – desobediência civil, greves, boicotes, marchas e comícios.

**Projecto Piloto** - Demonstram maneiras e alternativas de abordar os problemas que baseasse em tomar como experiência ou exemplo duma proposta de um outro pais para adaptarem a realidade Moçambicana.

**Litígio** - Trata-se de recorrer a um caso no tribunal para realçar uma injustiça.

**Mecanismos internacionais** - Trata-se de recorrer e influenciar a opinião pública internacional.

**Monitorização e relatórios** - recolha de informação, procura de factos, elaboração de conclusões legais, entrevistas, registos, avaliação de informação, criação de recomendações ou sugestões, etc..

**Mobilização** - campanha de envio de cartas, opiniões escritas aos editores, petições, fóruns públicos, etc..

**Uso dos Órgãos de Comunicação sociais** - Notas de imprensa, Comunicados de imprensa, Conferência de imprensa, Artigos de opinião , Cartas para o editor.

**Outros tipos** - Eventos Culturais e desportivos; Callings; Internet; lobby; Programas radiofónicos e televisivos;



# Estratégias de Advocacia Social

Planeamento da Campanha de Advocacia Social

**CAPABLE**  
PARTNERS PROGRAM  
Mozambique

## Passos para Elaboração em ordem cronológica

- 1) Identificação e análise da situação indesejável.
- 2) Definição e pesquisa do tema de campanha.
- 3) Identificação de actores – constituintes, aliados e adversários
- 4) Determinação da Tabela-Estratégia da campanha
  - a) Definição dos objectivos a longo, médio e a curto prazos da campanha;
  - b) Identificação dos alvos;
  - c) Selecção de tácticas apropriadas;
  - d) Cronograma de actividades;
  - e) Identificação de recursos – disponíveis e necessários;
  - f) Avaliar e estabelecer indicadores de alcance para o sucesso de cada acção.
- 5) Elaboração do cronograma de acções e o orçamento.

# Avaliação do dia

1. O que e que fizemos? Porque?
2. O que lhe aconteceu? Como se sentiu?
3. O que aprendeu? Como pode usar no futuro para a sua situação especifica?  
Em que alternativas pode pensar?