

advocacy

estratégias para o futuro da cultura

Aula 03

Elementos essenciais para a estruturação de um Plano de Advocacy (Parte 1)

Daniela Castro (Impacta Advocacy)

Parceria Internacional:



Apoio:



Parceria Nacional:



Realização:



MUDANÇAS

- Complexas e imprevisíveis
- Resolver a raiz dos problemas
- Entraves são estruturais, políticos e de gestão e governança
- Problema atual implementação
- Políticas e decisões são tomadas com ou sem participação social
- Políticas públicas vêm da decisão daqueles que se envolvem.
- Entrar no jogo



advocacy

estratégias para o futuro da cultura



ADVOCACY

Estratégia para trazer mudanças políticas, comportamentais ou sistêmicas



ADVOCACY

Ação nas causas dos problemas

Escala

Longo Prazo

Resultados duradouros

CAUSAS



EFEITO



AÇÃO SOCIAL

Atendimento de população vulnerável

Ações emergenciais

Ferramentas inovadoras

Escala reduzida e
Não sustentável

TEMAS

Educação

Meio Ambiente

Segurança

Saúde

Esporte

Criança e Adolescente

Mulheres

Reforma Política

Judiciário

Gestão Pública

Combate à Corrupção

Desenvolvimento
Urbano

Equidade

MUDANÇAS

- Compromisso político
- Exigência pública – pressão ou demanda
- Participação social e engajamento
- Decisão baseada em evidências
- Metas claras, gestão eficiente e viabilidade
- Continuidade com mensuração e monitoramento
- Cultura e mentalidade

ADVOCACY NA PRÁTICA

Quem pode fazer

- Organizações da sociedade civil
 - **Barreiras:** preconceito com a política, metodologia e investimento
 - Investidores sociais
 - **Barreiras:** desconhecimento, preconceito, falta de técnica e métricas
 - Empresas
 - Capitalismo consciente - impacto social das empresas
 - Negócio Social
- Papel dos governos: cultura participativa



RAZÕES PARA PLANEJAR

Resultados e mudança

- Maior chance de resultados
- Complexas e de longo prazo
- Necessidade de escala
- Fazer x ação planejada
- Atuação somente nos sintomas
- Duplicidade e ações pontuais
- Economia de tempo e recursos
- Diminuição de riscos
- Aproveitamento oportunidades
- Credibilidade financiadores e stakeholders



TEORIA DA MUDANÇA

- Quais as mudanças que se quer?
 - Quais as causas do problema ?
 - Quais as precondições para se alcançar tais mudanças?
 - Quais intervenções podem trazer mudanças?
 - Qual o papel da minha organização no alcance de tais mudanças?
- **Será que essa ação realmente trará a mudança que se deseja ?**



PLANO DE ADVOCACY



OBJETIVOS

A mudança que se quer

- Toque a alma
- Alinhamento visão e missão
- Definição problemas, causas e soluções
- Evidências
- Análise cenários, capacidade interna, recursos e perfil institucional



Persistência e envolvimento

Flexibilidade

Surfar nas oportunidades

Prever complexidades

Pressão e negociação

Diretrizes de comunicação

Longo prazo

DIAGNÓSTICO

Cenário interno e externo

- Levantar dados
- Bibliografia
- Análise do cenário político
- Marco legal (atual e em tramitação)
- Políticas existentes
- Organograma
- Orçamento
- Lista de stakeholders



DIAGNÓSTICO

Mapeamento Legislativo

PROPOSTA	EMENTA	AUTOR	RELATOR	AGENDA	IMPACTO	TRAMITAÇÃO	STATUS
PL xxxx 2000							

DIAGNÓSTICO

Mapeamento de Políticas Públicas

- Nome do programa
- Gestão
- Marco legal
- Governança e desenho institucional
- Funcionamento
- Atores governamentais
- Parceiros sociedade civil
- Público alvo e escala
- Orçamento
- Implantação e status



DIAGNÓSTICO

Mapeamento de Stakeholders

- Mapeamento stakeholders - qualificação
- Mapa político – como é tomada a decisão
- Mapas de resistências e riscos
- Benchmarking de Advocacy
- Posicionamento
- Cultura e ambiente
- Comunicação interna e externa
- Perfil da instituição – conselho, liderança, apoiadores, equipe, recursos e governança



METAS

O que se quer alcançar

*“Algo é impossível, até que seja
feito”
Mandela*

➤ Impacto

- Claras, específicas, mensuráveis e factíveis
- 3 a 5 anos
- Longo prazo > preferência finalísticas: aumentar em 20% IDEB
 - Excesso para metas de processo de alta relevância ou ausência dados

➤ Intermediárias

- *Quais as metas que ajudarão a atingir a meta LP?*
- *O que precisa acontecer para que a mudança ocorra?*

advocacy

estratégias para o futuro da cultura

Parceria Internacional:



U.S. Embassy
and Consulates
in Brazil



Apoio:



Parceria Nacional:



Realização:

