

**M5-T4-H2****Jogo de Ferramentas para Advocacia****Objectivo**

- O que é advocacia?
- Como se faz?
- Planificação para a reunião CIIr
- Prática do pitch

**1. O que é advocacia?**

A advocacia consiste em defender uma causa ou questão que possa levar a um maior apoio público e político, a uma mudança na política ou na lei, ao aumento do investimento ou.... as três - e mais!

No seu âmago, a advocacia consiste em pensar na forma como a mudança acontece e depois construir uma estratégia para que essa mudança aconteça.

Por exemplo, no Zimbabwe, houve uma oportunidade em 2020 de assegurar o acesso dos jovens aos serviços de sexuais e reprodutivos através de aditamentos à lei da saúde. Os activistas elaboraram uma estratégia de advocacia para fazer essa mudança acontecer (e aconteceu!) Isto implicava pensar em como a lei seria aplicada, que táticas poderiam ser necessárias e como responder a desafios imprevistos.

*A primeira pergunta é: Qual é a mudança que deseja ver?*

Trata-se de o Parlamento aprovar uma lei? Trata-se de convencer uma empresa a mudar as suas políticas para ser mais amiga do clima? Poderia ser sobre o Conselho local a dirigir fundos para ajudar um determinado grupo de pessoas ou serviço?

Mantenha a mudança simples - deverá ser capaz de a resumir numa frase. Também deveria ser algo específico - "acabar com as alterações climáticas" é uma grande ambição, mas não é algo que se consiga concretizar! "Garantir um compromisso do Ministro da Energia de reduzir as emissões de carbono em 40% até 2030" continua a ser um pedido enorme, mas é um objectivo claro em que se pode concentrar.

*A segunda pergunta: Quem tem o poder de nos dar essa mudança?*

Aqui sejam honestos de verdade - estas não devem ser apenas pessoas que conhecemos. Por vezes é realmente óbvio (o Presidente ou o Ministro da Saúde), outras vezes é muito mais difícil e é necessário o apoio de diferentes pessoas a diferentes níveis. Não faz mal! Anote todos os nomes para que os possa ver.

*A terceira pergunta: Porque é que ainda não temos esta mudança?*

Será porque os decisores não sabem do seu problema? Será porque não têm um incentivo para agir sobre o seu problema? Existe legislação existente que se opõe à mudança que pretende ver? Será porque existem outros poderosos influenciadores por aí (como as grandes empresas) que controlam a conversa? Será porque não temos sido muito influentes com o nosso trabalho? Esta é uma questão difícil, mas tem de ser feita - afinal de contas, você vai lá fora fazer essa mudança acontecer! Mais uma vez, quanto mais honesto se puder ser, melhor.

Enumere todas as razões que lhe vêm à mente. Olhe para a sua lista e realce qual considera ser a mais importante e terá de ser um foco da sua estratégia de advocacia.

## 2. Como se faz?

### *Quem tem o poder?*

O passo seguinte é dar uma vista de olhos às suas respostas à segunda grande pergunta e desmantelá-la.

A questão aqui é: **quem são as pessoas que podem fazer a sua mudança acontecer e o que sabemos sobre elas?**

Esta é a sua oportunidade de pensar em cada uma das pessoas-chave envolvidas na realização da sua mudança - o que sabe sobre elas? Elas estão interessadas nesta questão? Quais são as suas prioridades neste momento? Quem é que elas ouvem? Na sua opinião eles respondem bem a quê? Conhece alguém que as conheça, que o possa aconselhar sobre como abordá-las ou que possa fazer uma apresentação?

Este é o aspecto do mapeamento do poder - pensando através de cada interveniente que precisa de alcançar e responder a estas questões. Lembre-se - não se trata apenas de pessoas que já conhece, está a ser realmente claro sobre quem tem o poder de realizar a mudança.

### *E se não conhecermos as pessoas-chave?*

Não há problema nenhum! O objectivo deste exercício é ter uma ideia clara sobre quem precisa de influenciar - a próxima fase é pensar nas táticas que poderá utilizar para as alcançar.

### *Táticas - que acções vamos realizar?*

Recapitulando: sabe que mudança quer ver; pensou em quem pode fazer dessa mudança uma realidade e juntou um mapa do poder para melhor compreender cada um dos intervenientes e; explorou as razões pelas quais ainda não tem essa mudança.

Agora é o momento de pensar em que táticas irá utilizar para conseguir a mudança.

O que são táticas? São decisões estratégicas que toma, baseadas no pensamento que fez (acima) sobre as actividades que precisa de fazer para obter a sua mudança.

Estas podem enquadrar-se em duas grandes categorias: internas e externas.

**Advocacia Interna** tem tudo a ver com a construção de relações com indivíduos atrás de portas fechadas. Isto poderia ser escrever-lhes uma carta privada a apresentar o seu caso, ter uma reunião, ou organizar uma mesa redonda à porta fechada com os jovens para discutir o assunto mais a fundo. A advocacia interna centra-se na construção da relação com um interveniente e na construção da sua confiança, para que possa ter conversas honestas.

**A advocacia externa** é mais criativa. Isto pode ser organizar um evento público e convidar o interveniente, organizar uma manifestação, colocar um artigo de opinião num jornal nacional ou organizar uma acrobacia criativa dos meios de comunicação social. Trata-se de construir um ruído ou "zumbido" em torno de uma questão.

A maioria das boas estratégias de advocacia utiliza ambas as abordagens.

Uma forma útil de abordar o seu planeamento táctico é pensar em levar o seu interveniente numa viagem - começando com algumas actividades básicas que levantam a questão com a sua parte interessada e depois tornar-se mais criativa. Por exemplo, se a sua análise é que a razão pela qual não tem a mudança que quer ver é porque o interveniente não sabe muito sobre a questão e não tem motivos para agir, poderia:

- Escrever-lhes uma carta, expondo as suas mensagens-chave (mais abaixo) e pedindo uma reunião.

- Organizar uma reunião para o interveniente com outros jovens para falar sobre a questão.
- Escreva um blogue sobre a questão que pode enviar ao interveniente. OU poderia tentar que o artigo seja publicado num jornal que o interveniente pudesse ler.
- Se estiverem interessados, forneça-lhes um briefing detalhado sobre o assunto com uma recomendação política que gostaria que eles apoiassem. Pode ser que queira partilhar aqui os pontos altos de um estudo relevante.
- Organizar um grande evento público e convidá-los a falar sobre a questão. Se apoiarem activamente a mudança política, encontrem uma forma de demonstrar o vosso apreço, tal como agradecer-lhes nos meios de comunicação social ou convidá-los a encontrar-se com os jovens.

A viagem até aqui tem uma abordagem interna e externa, construindo as tácticas para que não se sintam assoberbados pelos intervenientes e construindo confiança em todas as fases.

#### *Coisas a considerar:*

- **Todos os intervenientes são seres humanos.** Isto significa que responderão de formas muito humanas às suas tácticas. Imagine como gostaria de ser influenciado por alguém - se for agressivo para consigo, provavelmente não fará o que eles querem. Se forem educados e adoptarem uma abordagem lógica para lhe explicar a sua questão, é mais provável que lhe dêem ouvidos.
- **Pedir-lhes apenas que façam coisas que possam realmente fazer.** Se eles são deputados, pedir-lhes uma alteração a uma resolução da ONU está provavelmente fora do seu alcance - sentir-se-á desapontado quando eles não a puderem entregar e poderão não se envolver consigo porque o seu pedido não é algo em que eles possam ajudar. Por isso, pensem na parte do poder que detêm e peçam-lhes que façam algo que lhes diga respeito.
- **Seja paciente e pense no seu tom.** Por vezes, se um interveniente for lento a compreender uma questão ou não se sentir muito conhecedor, podemos ser rápidos a explicar-lhes porque estão errados ou porque deveriam estar interessados. Tenha cuidado para não fazer a pessoa sentir que é de alguma forma estúpida ou desinformada! Em vez disso, use frases como "Sabia que....?" ou "Desde que aprendi sobre este assunto, descobri que XXXX - isso é tão interessante, não concorda?"
- **Dê-lhes a oportunidade de o desapontar.** Um dos maiores erros cometidos por quem faz advocacia e activistas é ser impaciente desde o início e utilizar tácticas que aparentem ser bastante agressivas para o interveniente. Se se reunir com o interveniente e este lhe disser que concorda e que vai tomar medidas - e depois, apesar de lhe darem garantias, não o fazem! - está bem posicionado para demonstrar publicamente o seu descontentamento (por exemplo, através de uma declaração pública). Mas deixe-os desiludi-lo primeiro, antes de tirar os cartazes de campanha e fazer uma demonstração no escritório deles!
- **Não exagere!** Pensar em tácticas é muitas vezes a parte mais excitante do planeamento de uma estratégia de advocacia - no entanto, seja honesto sobre o que se pode alcançar. É muito melhor ter um par de actividades claras e bem pensadas planeadas que se possam realizar com um elevado nível de qualidade, do que muitas e muitas actividades que terá dificuldade em realizar.
- **Agradeça.** Se um interveniente lhe der ouvidos e agir, certifique-se de que eles sabem o quanto está grato. Isto pode ser um e-mail de agradecimento, ou por algo muito grande, uma declaração pública.

Por fim, certifique-se que as suas acções são devidamente planeadas. Crie uma grelha para as suas acções, definindo o que é cada actividade, a data em que irá acontecer e quem é o responsável. Certifique-se de olhar para a grelha regularmente e de que está no bom caminho.

#### *Qual é a sua mensagem?*

Uma das partes mais importantes do planeamento da advocacia é decidir sobre a sua mensagem. A sua mensagem precisa de ser realmente clara e compreensível e suportada por evidências.

Pode pensar na sua mensagem da seguinte forma:

- **Quais são as linhas de topo?** Se pudesse resumir o seu problema e a mudança que deseja ver em três pontos, como é seria? Em alternativa, imagine que tem 30 segundos num elevador com o seu interveniente - o que diria para os convencer?
- **Um pouco mais de informação.** Em meia página, quais são os principais factos, estatísticas e argumentos para a sua mudança?
- **Conte histórias!** Ficou provado que as pessoas respondem muito melhor quando ouvem histórias sobre uma questão, do que quando ouvem estatísticas. Certifique-se de que tem algumas histórias do seu programa para jovens para contar para inspirar o seu interveniente e ilustrar a sua mensagem.
- **Ofereça soluções.** Como seria o sucesso? Como a sua proposta seria financiada?

#### *Coisas a evitar*

- **Gíria!** No desenvolvimento internacional, frequentemente utilizamos gíria e abreviaturas. Elles podem ser muito desmotivantes para o público externo e fazer as pessoas sentirem-se mal informadas, por isso encontre formas de colocar as suas mensagens numa linguagem simples.
- **Exagerar.** É importante que os interveientes compreendam que a sua questão é importante, mas tenha cuidado para não parecer que não pensou nas suas prioridades. Por exemplo, se um Ministro for encarregue de combater a mortalidade infantil, dizer-lhes que combater as alterações climáticas é a questão mais importante pode não se dar bem!
- **Ser vago.** Certifique-se de que obtém o equilíbrio certo entre o panorama geral e o seu pedido específico. Seja realmente claro sobre o que é o sucesso.

### **3. Escrever o seu plano da reunião**

**Pedir ao grupo local para explicar aos outros: 1. Com quem irão reunir? 2. O que estão a pedir? Podem explicá-las à turma para que as compreendam.**

Divida a turma em grupos de 3.

Dar 20 minutos para trabalharem em conjunto para planearem a sua abordagem à reunião com base num pedido, utilizando as seguintes rubricas:

1. Quais são as suas três mensagens-chave?
2. Que mais informações é que a Cllr precisa de saber?
3. Tem uma história que possa contar sobre a razão pela qual isto é importante para si?
4. Em que mais poderia a Cllr ter de pensar? O que poderá preocupá-los com a sua pergunta e poderá responder às suas perguntas?
5. Há alguma coisa que queira trazer/mostrar a Cllr para ajudar a convencê-los?
6. Como poderá dar seguimento depois?

### *Prática do pitch - 15 minutos*

Organize duas filas de cadeiras - de um lado estão as Cllrs, do outro lado está quem vai fazer o pitch.

Os últimos têm três minutos para o seu pitch para a Cllr. Após três minutos, troque as cadeiras, as Cllrs descem um lugar.

### *Feedback*

Como correu? Sentiu-se confiante? Alguém ouviu algum pitch particularmente bom? Repita o exercício - 2 x 3 minutos.

### *Plenária - 10 minutos*

Três perguntas a responder:

1. Mencione uma coisa que aprendeu hoje
2. Mencione uma coisa que o surpreendeu
3. Mencione uma coisa que pode tirar e usar

Pergunte à turma se alguém gostaria de partilhar as respostas.