



COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO

Tal como uma pessoa pode “mover uma montanha” (perguntem a Maomé), acredito que um grupo bem-intencionado e bem preparado pode também “construir uma montanha”.

Denise Gray-Felder

The Rockefeller Foundation

:: A comunicação para a mudança social pode ser definida como um processo de diálogo público e privado através do qual as pessoas definem quem são, o que querem e como o conseguem obter.

:: Communication for Development (ComDev) is a social process based on dialogue using a Broad range of tools and methods. ComDev is about seeking change at different levels including listening, establishing trust, sharing knowledge and skills, building policies, debating and learning for sustained and meaningful change. (FAO / UN)

:: Comunicação para o Desenvolvimento (ComDev) é um processo social, baseado no diálogo que utiliza um vasto conjunto de ferramentas e métodos. ComDev é sobre a procura de mudanças a diferentes níveis, incluindo a escuta, o estabelecimento de relações de confiança, a partilha de conhecimentos e competências, a construção de políticas, o debate e a aprendizagem para a para alcançar uma mudança significativa e sustentada (FAO / ONU)

“Só comunicamos, a nossa comunicação só será efetiva, se e só se compreendermos.” (Mafalda Eiró-Gomes)

**“Compreender não significa estar de acordo mas sim a capacidade de agir em conjunto para atingirmos objetivos comuns.”
(Mafalda Eiró-Gomes)**

**“Strategic communication is much more than merely informing citizens
(...) It is the active seeking of the perspectives and contributions of citizens so that they can help to shape policy. “**

Mozammel & Odugbemi (World Bank)

“Communication is strategic when it is integrated, orchestrated and ongoing....

It is mission driven, audience focused, and action oriented. (...)

Patterson, Sally, Radtke e Janel, 2009

As “communication” practitioners we all believe that communication by enabling adaptation, by providing the means to work out accommodations, by promoting innovation, makes arbitrary actions less likely, or so it should. My view is that this will only be true if our decisions are taken, not merely from my institution, corporation, government, and so on – point of view, my own perspective, but by the demand that my actions conform to universally applicable standards that make them potentially part of a harmonious collective system.

Eiró-Gomes, 2007

Development communication involves creating mechanisms to broaden public access to information on reforms; strengthening clients’ ability to listen to their constituencies and negotiate with stakeholders; empowering grassroots organizations to achieve a more participatory process; and undertaking communication activities that are grounded in research. (World Bank, 2006)

A comunicação para o Desenvolvimento pressupõe a criação de mecanismos que ampliem o acesso público à informação sobre as reformas; fortalecendo a capacidade do cliente ouvir os seus apoiantes e negociar com os stakeholders; empoderando as comunidades de base para alcançar um processo mais participativo; e empreendendo atividades de comunicação alicerçadas na pesquisa. (Banco Mundial, 2006)

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO (ESTRATÉGICA)

1. ANÁLISE DA SITUAÇÃO

- Objetivo
- Assunto (mudança que é necessário que ocorra /barreiras à mudança)
- Contexto (pontos fortes/fracos, oportunidades, ameaças)
- Falhas na informação
- Ficha formativa
- *Enunciação clara do problema*

2. PLANIFICAÇÃO (DA ESTRATÉGIA/DO PROGRAMA/DO PLANO/DA CAMPANHA)

- Públicos (audiências)
- Posicionamento (identidade / benefícios)
- Abordagem estratégica
- Mensagens chave
- Meios, canais, suportes (instrumentos)
- Plano de implementação, monitorização, avaliação

2.1. DESENVOLVIMENTO (PRÉ-TESTE)

- Construção de manuais
- Testes (mensagem, canais, processos)
- Reformulação do plano estratégico
- Participação, flexibilidade, treino

2.2. IMPLEMENTAÇÃO

- Participação, flexibilidade, treino
- Produzir
- Divulgar
- Treinar
- Mobilizar
- Gerir e avaliar
- Ajustar o programa

3. CONSIDERAÇÕES DE GESTÃO

- Parceiros; responsabilidades; papéis
- Cronograma da implementação
- Orçamento
- Plano de monitorização

4. AVALIAÇÃO

- Avaliação (monitorização do processo) do progresso da campanha
- Avaliação do impacto
- Informar todos os envolvidos dos resultados do programa
- Determinar necessidades futuras

Esta ficha formativa foi elaborada com textos e saberes da Professora Dra. Mafalda Eiró-Gomes, Escola Superior de Comunicação Social – Instituto Politécnico de Lisboa