

CENTRO DE COMPETÊNCIAS PARA A
AGRICULTURA FAMILIAR SUSTENTÁVEL

Plano de Comunicação

Novembro, 2021



CCAFS

Índice

CCAFS: APRESENTAÇÃO DO PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO

- 1) Introdução
- 2) Mapeamento de stakeholders e análise SWOT
- 3) Objetivos, missão, visão e valores
- 4) Inclusão digital na CPLP e atuação nas redes sociais
- 5) Agenda prioritária e plano de ação

Introdução - Ponto de situação

- 4 webinários
- inauguração
- situação agroecologia na CPLP
- parcerias estratégicas
 - 2 formações em Agroecologia
 - 3 newsletters
 - Hub ConectAgroecologia
 - Formação presencial em STP

Próximos passos

- Lançamento do estudo
- Realização do último webinar
- Lançamento do vídeo

Introdução - Oferta formativa

Formação MISTA de média duração (5 a 7 semanas de duração)

1. Uma formação de formadores em Agroecologia, com um total de 7 módulos incluindo educação ambiental, florestal, de produção animal, produção vegetal e partilha de conhecimentos.

Formação MISTA ou PRESENCIAL de curta duração (2 a 5 dias de duração)

1. Gestão agroecológica do ciclo de produção.
2. Hortas agroecológicas e segurança alimentar.
3. Utilização de adubos agroecológicos.
4. Tratamento de pragas e doenças.
5. Irrigação em sistemas agroecológicos.
6. Sistemas agroflorestais.
7. Gestão dos solos.

Stakeholders e Análise SWOT



Stakeholder é definido como qualquer indivíduo ou organização que, de alguma forma, é impactado pelas ações de uma determinada empresa ou organização (Freeman, 1983).

Stakeholders locais (STP)

Governamentais

- Governo de STP, Ministério de Agricultura, Pesca e Desenvolvimento Rural de STP;
- Autarquias Locais.

Sociedade Civil

- Produtores/as de alimentos locais, organizações de agricultores/as, formadores/as em Agroecologia;
- Cooperativas de produtores/as de alimentos,
- Sindicatos de trabalhadores/as do setor primário, comunidade do entorno geográfico do CCAFS.

Academia

- Universidades públicas e privadas e cursos técnicos ligados ao setor agrícola.

Media

- Veículos impressos de STP (jornais e revistas), rádio e TV, formadores de opinião nas áreas de interesse.

Organizações não-governamentais

- Organizações ligadas à produção de alimentos e o Direito Humano à Alimentação e Nutrição Adequadas.

Setor privado

- Empresas e microempresas ligadas ao setor alimentício;
- Ramos empresariais que vendem
- insumos (máquinas, sementes) para o setor agrícola local,
- empresas locais com interesse em Agroecologia e sustentabilidade.

Stakeholders internacionais e regionais

Internacionais

- FAO;
- FIDA;
- PNUD;
- União Europeia;
- Organizações internacionais ligadas à Agroecologia, à Agricultura Familiar Sustentável, às Mulheres Rurais, entre outros temas tangentes ao CCAFS;
- Pesquisadores/as do tema da Agroecologia no âmbito internacional;
- Media internacional: agências internacionais de notícias.

Regionais (CPLP)

- CONSAN-CPLP;
- MSC CONSAN-CPLP;
- Secretariado-executivo da CPLP;
- Ministérios da Agricultura dos países da CPLP.

Análise SWOT - cenário interno

FORÇAS

- Projeto pioneiro para o desenvolvimento da Agroecologia na CPLP;
- Sede já estruturada com capacidade de acomodação de pessoas;
- Localização estratégica da sede em STP;
- Centro fundado no seio das relações em redes de SAN da CPLP;
- Experiência já adquirida no primeiro ano de atividades;
- Formadores capacitados pelo Centro em todos os países da CPLP exceto Guiné Equatorial;
- Conhecimento adquirido sobre as necessidades de formação dos países da CPLP.

FRAQUEZAS

- Dependência de investidores;
- Instabilidade dos recursos para a continuação das atividades;
- Dificuldade em manter uma equipa fixa constante;
- Alcance limitado a comunidades sem acesso à internet;
- Necessidade de manter o Centro ativo nas redes e realizar a manutenção do hub digital.

Análise SWOT - cenário externo

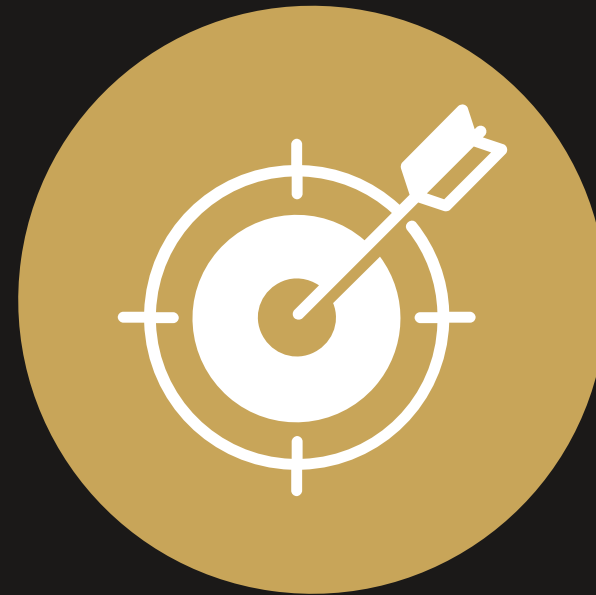
AMEAÇAS

- Cenário de pandemia (Covid-19) tem impossibilitado as ações presenciais;
- Greenwashing afeta a reputação da Agroecologia e da produção orgânica / biológica;
- *Path-dependency* dos governos da CPLP com a produção convencional e com *commodities*;
- Políticas públicas e legislações que apoiam a produção convencional em detrimento da produção familiar sustentável;
- Dificuldade de acesso à internet e de energia em alguns países da CPLP;
- Períodos sem recursos em função de possibilidade de alcançar investidores.

OPORTUNIDADES

- Crescimento da Agroecologia e da Agricultura Orgânica/Biológica na agenda global;
- Expansão da área de investigação académica em Agroecologia;
- Interesse de investidores em colaborar no desenvolvimento de atividades relacionadas à Agroecologia;
- Cenário da pandemia acelerou o modelo de cursos virtuais, o que permite alcançar mais pessoas da CPLP pela via digital;
- Alta demanda de formação em Agroecologia na CPLP.
- Engajamento do Governo são-tomense;
- Avaliação positiva dos formandos que já concluíram o primeiro curso.

Objetivos, missão, visão e valores



Objetivos

Objetivos gerais

- Colaborar para o desenvolvimento de sistemas alimentares sustentáveis;
- Promover a soberania alimentar na CPLP através da Agroecologia;
- Capacitar formadores/as que atuem como multiplicares de conhecimentos;
- Criar uma rede de intercâmbio de conhecimentos e cooperação em Agroecologia na CPLP.

Objetivos específicos

- Garantir fonte de renda digna e diversificada para quem vive da produção de alimentos na CPLP;
- Mobilizar decisores políticos a nível local, nacional e da CPLP para a centralidade da Agroecologia na soberania alimentar e na promoção de sistemas alimentares sustentáveis nos países comunidade;
- Possibilitar o contato contínuo entre atores da Agroecologia na CPLP;
- Contribuir para a consolidação da agricultura sustentável em São Tomé e Príncipe e o seu reconhecimento internacional como exemplo de pilotagem de boas práticas.

Mensagens-chave

Missão

PROMOVER A SOBERANIA ALIMENTAR NA CPLP POR MEIO DE FORMAÇÃO, CAPACITAÇÃO E DIÁLOGO COM BASE NOS PRINCÍPIOS DA AGROECOLOGIA.

Objetivo principal da instituição

Mensagens-chave

Visão

- TORNAR-SE REFERÊNCIA EM CAPACITAÇÃO DE FORMADORES/AS EM AGROECOLOGIA NA CPLP;
- CONSOLIDAR UMA REDE MULTIATOES PARA PROMOVER A AGROECOLOGIA NA CPLP;
- TORNAR O HUB DIGITAL UMA REFERÊNCIA GLOBAL EM TROCA DE EXPERIÊNCIAS DE PRÁTICAS AGROECOLÓGICAS;
- ALCANÇAR AVANÇOS EM TERMOS DE LEGISLAÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS NOS PAÍSES DA CPLP PARA GARANTIR UMA MAIOR EFICIÊNCIA NA UTILIZAÇÃO DOS RECURSOS NATURAIS E FONTE DE RENDA DIGNA E DIVERSIFICADA PARA QUEM VIVE DA PRODUÇÃO DE ALIMENTOS NESTES PAÍSES.

O que pretende alcançar no futuro

Mensagens-chave

Valores

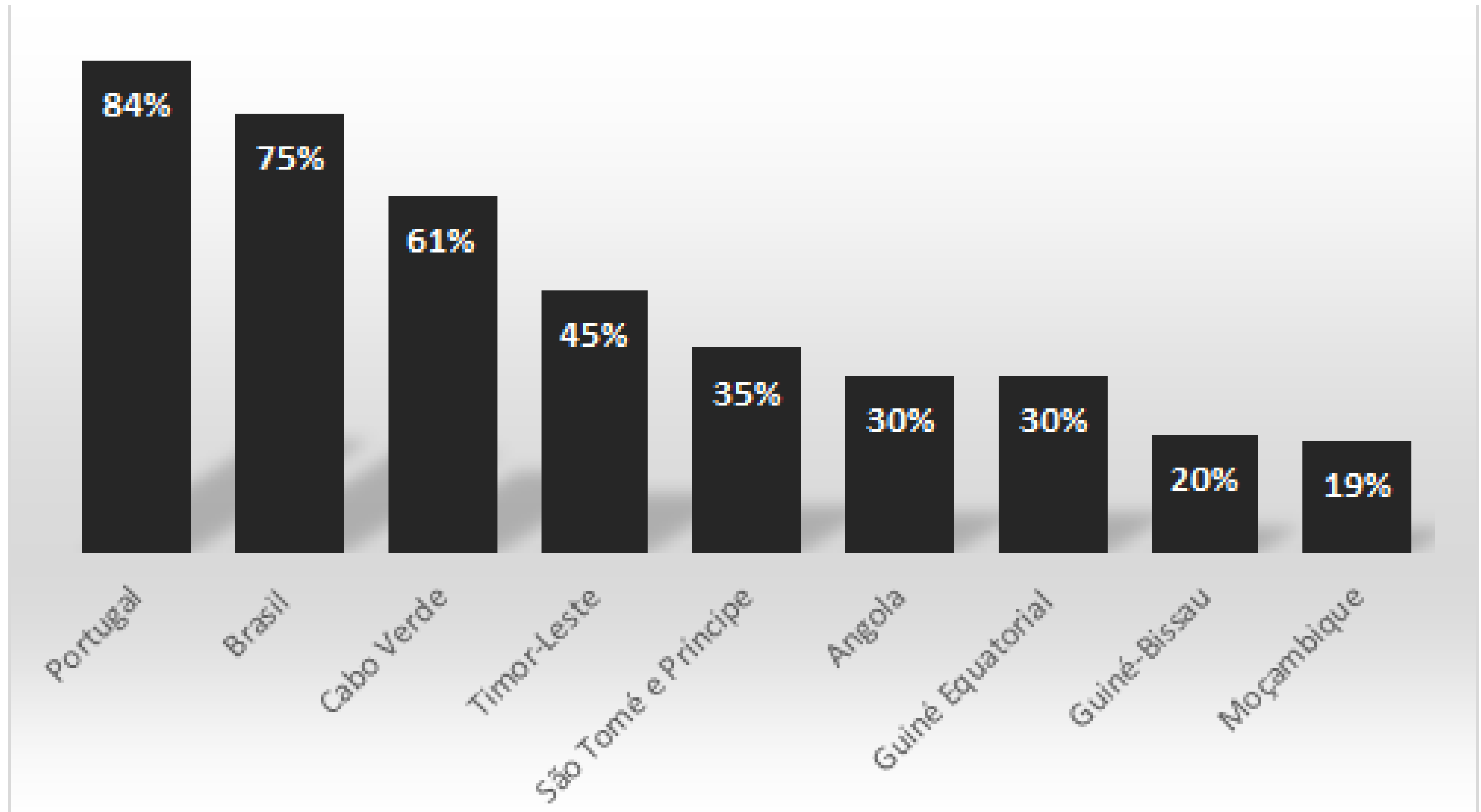
AGROECOLOGIA, CAPACITAÇÃO, FORMAÇÃO, INCLUSÃO,
JUSTIÇA SOCIAL, COOPERAÇÃO, SUSTENTABILIDADE,
TRABALHO EM REDE, INTERCÂMBIO, QUALIDADE DE VIDA.

Valores que sustentam esta instituição

Inclusão digital na CPLP e atuação nas redes sociais



Utilizadores de internet na CPLP



Fonte: Agência We are Social

JANEIRO 2021

Utilizadores ativos por rede social



FONTE: WE ARE SOCIAL (2021).

Redes sociais na CPLP

O **Facebook** ainda é a rede social predominante em todos os países da CPLP, o que faz desta rede social uma opção relevante para a divulgação das ações do CCAFS. No entanto, é preciso observar qual o **público-alvo** pretendido para cada ação e fazer um estudo prévio de qual a rede social em que este público está mais ativo.

No caso do **Brasil e de Portugal**, em que o acesso à internet é mais abrangente para a população, ações de comunicação nas redes social têm potencial de grande alcance.

Porém, em países como **Moçambique, Guiné-Bissau, Guiné-Equatorial, Angola e São Tomé e Príncipe** é preciso levar em consideração que o acesso à internet está abaixo dos 40%, portanto, uma ação voltada somente para as redes sociais pode não surtir o efeito desejado.

Recomendações de visibilidade

- ➔ Em alguns casos, para ser efetivo em sua comunicação e visibilidade, o Centro terá que avaliar a divulgação das principais atividades em veículos de imprensa mais tradicionais como jornais locais e rádio além de trabalhar com informativos institucionais impressos.
- ➔ A depender da importância da divulgação de uma determinada atividade ou evento, recomenda-se um trabalho de assessoria de imprensa para aumentar a visibilidade nos media e também a divulgação de material impresso no terreno, principalmente quando o público-alvo for agricultores/as e demais pessoas localizadas nas áreas rurais.
- ➔ Realizar inquéritos com o público engajado nas atividades do CCAFS.

Formulário "Como busca informação?"

Aplicado à turma do primeiro Curso de Formação de Formadores em Agroecologia - maio de 2021



- **19 respondentes**
- **Interesse** em ler e **participar de formações no tempo livre;**
- Buscam **informação diária** (acontecimentos) pela **TV** e **site de notícias;**
- **Facebook** é a rede social onde mais buscam **informação e formação;**
- **Youtube** é relevante para cursos de **formação e entretenimento;**
- **Whatsapp** é uma relevante ferramenta de **trabalho e entretenimento;**
- **E-mail** é a principal **ferramenta de trabalho;**
- **Internet** é utilizada em grau "elevado" e muito elevado" para **fins laborais;**
- **Sites de organizações,** empresas e universidades são importantes ferramentas para **desenvolvimento de competências;**
- Buscam **informações** sobre o tema **Agroecologia** pelo **Youtube, sites institucionais (FAO) e revistas científicas.**

Agenda prioritária e plano de ação



Tendências e ações prioritárias

1) Capacitação e crise pandêmica

- Trânsito entre países e as atividades presenciais limitadas;
- Tendência de cursos on-line;
- Investimento constante em digitalização e melhoria sistemática das ferramentas de *e-learning*;
- Considerar o acesso limitado à internet e aos dispositivos móveis em alguns países da CPLP - importância das atividades e cursos presenciais para maior inclusão de todos os países - organização a nível local;
- Projetos que invistam na criação de centros físicos digitais com computadores e acesso à internet em determinados pontos rurais dos países para fortalecer o acesso à informação e construção da rede Agroecologia na CPLP.

Tendências e ações prioritárias

2) Recursos financeiros

- Prioridade central: captar recursos financeiros para investir nas atividades de capacitação, na digitalização das suas ferramentas assim como criar possibilidades para a realização presencial de cursos de formação;
- A inauguração do CCAFS, assim como a realização concluída do primeiro curso de formação e início previsto do segundo curso, já dão sinais para possíveis financiadores de que o projeto foi concretizado e está em plena atividade;
- É preciso um trabalho de comunicação e visibilidade constante para dar conhecimento ao público, incluindo possíveis financiadores, da missão e valores do Centro assim como os benefícios das suas atividades para a comunidade onde atua;
- Recomenda-se um levantamento dos potenciais financiadores para que seja trabalhada uma estratégia de comunicação voltada para este público-alvo.

Tendências e ações prioritárias

3) Potencial da Agroecologia

- Desenvolver estratégias de comunicação para avançar no debate sobre a importância da Agroecologia e da Agricultura Familiar para a definição de políticas públicas diferenciadas mostrando o seu papel fundamental na promoção de uma transição alimentar nos países da CPLP, principalmente nos países africanos;
- Criar conteúdo e estratégias para mobilizar a opinião pública sobre o que é a Agroecologia, de modo que tanto o público em geral como os financiadores e decisores políticos se sensibilizem pelo tema e o tenham em consideração na tomada de decisão;
- Desenvolver o potencial do hub digital ConectAgroecologia como uma plataforma on-line que se propõe em fomentar uma rede de troca de experiências e conhecimento sobre o papel da Agroecologia para a soberania alimentar na CPLP com conteúdo de formação, de reflexão e espaços de interação.

Recomendações finais

- ➔ O trabalho de assessoria de imprensa é altamente recomendado para construir uma relação com jornalistas especializados nos temas que tangem o CCAFS e ocupar espaços em veículos com credibilidade de forma a apoiar na construção da imagem e reputação do CCAFS.
- ➔ No âmbito das redes sociais, recomenda-se um trabalho constante de divulgação e monitoramento de forma a construir um diálogo com stakeholders e parceiros estratégicos.
- ➔ É recomendado que seja desenhada uma estrutura organizacional de Comunicação Integrada para que sejam desenvolvidas atividades de comunicação interna de forma a fortalecer a rede de colaboradores do CCAFS.
- ➔ É importante que este Plano de Comunicação seja revisto periodicamente e que se faça um estudo de inclusão digital a cada ano para embasar as decisões estratégicas de visibilidade nas redes sociais e demais veículos de comunicação.



Obrigada!

Contacto: anabellypontes@gmail.com

Imagem: Divulgação / ConectAgroecologia