

## Relatório de actividade ProSAVANA

Julho 2014

### Actividades desenvolvidas

- 1) Assessoria e Consultoria de Comunicação
  - a. Reuniões de coordenação
  - b. Actualização da versão portuguesa do Manual de Comunicação
    - i. Ainda não está paginado.
  - c. Revisão das FAQ
  - d. Reuniões técnicas em Nampula e Lichinga
    - i. Levantamento de informação e negociação com rádios comunitárias e grupos teatrais
  - e. Elaboração, discussão e revisão de guiões para teatro e rádio
  - f. Criação e edição de texto jornalístico para website
  - g. Identificação de parceiros para a tradução de textos para línguas locais no Corredor de Nacala
  
- 2) Concepção de materiais
  - a. Criação e revisão de propostas para cartaz das comunidades
  - b. Criação e revisão de propostas para folheto das comunidades
  - c. Elaboração de monofolha com mensagens-chave
  - d. Elaboração de *roll-ups* para ProSAVANA-HQ (2) e ProSAVANA-PI (1)
  - e. Revisão de folheto institucional do ProSAVANA
  - f. Levantamento de orçamentos e acompanhamento de produção de materiais
  
- 3) Serviços de tradução
  - a. Tradução de textos para o website

## Relatório de actividade ProSAVANA

Agosto 2014

### Actividades desenvolvidas pela CV&A

- 1) Assessoria e Consultoria de Comunicação
  - a. Reuniões de coordenação
  - b. Consultoria na aplicação da estratégia de comunicação
  - c. Assessoria de Comunicação mediática e gestão de entrevistas
  - d. Revisão e conclusão de guiões de rádio e teatro
    - i. O papel da CV&A neste processo está concluído, estando de momento na mão do ProSAVANA
  - e. Revisão do conceito de cartaz para as comunidades
    - i. Incorporou-se todas as opiniões sobre o cartaz para redefinir o conceito
  - f. Coordenação da produção de cartaz para as comunidades e apoio na contratação de ilustrador
    - i. O ProSAVANA optou por alterar o grafismo das ilustrações, pelo que o processo teve de se reiniciar, tendo também sido definidos novos passos e textos.
  - g. Criação e edição de texto jornalístico para website
    - i. "ProSAVANA inicia nova campanha de apresentação do Programa às Comunidades"
    - ii. "Ensaio para produção hortícola com sistema de irrigação gota a gota"
- 2) Concepção de materiais
  - a. Revisão e edição de conceito do cartaz das comunidades
    - i. Incorporou-se todas as opiniões sobre o cartaz para redefinir o conceito
  - b. Revisão, adaptação e finalização de folheto das comunidades em quatro idiomas
  - c. Coordenação e acompanhamento da produção de folhetos e monofolhas do ProSAVANA
- 3) Serviços de tradução
  - a. Tradução do Manual de Comunicação
  - b. Tradução de textos para o website
  - c. Tradução de textos para línguas locais no Corredor de Nacala e revisão das traduções
    - i. Identificação e selecção de tradutores para a tradução dos folhetos
- 4) Gestão de base de dados
  - a. Início da criação de base de dados digital
    - i. As informações foram recebidas no mês de Agosto

## Análise de cumprimento dos Termos de Referência para prestação de serviços e dos Termos no Contrato assinado

A CV&A Moçambique irá entregar até ao final do presente contrato todos os materiais e serviços pedidos para execução nos Termos de Referência relativos ao actual contrato.

Para além dos já entregues e descritos neste relatório de actividade e no de Julho, a CV&A Moçambique terá de entregar:

- o cartaz para a comunidades finalizado;
  - a base de dados digitalizada e organizada;
  - o folheto do PI;
  - textos e imagens para o *site* do ProSAVANA e para a imprensa, se necessário.
- Isto para além da consultoria permanente em comunicação.

No final do contrato, a CV&A Moçambique irá também entregar um relatório analítico da comunicação do ProSAVANA, relativo à evolução do programa em termos de comunicação e aos próximos passos que devem ser dados.

Adicionalmente, será também entregue um relatório detalhado de análise dos serviços prestados pela CV&A Moçambique e os serviços previstos nos Termos de Referência e na Proposta.

## Ponto de situação implementação de estratégia de comunicação ProSAVANA

07.08.2014

Com base na nossa última reunião, envio um relatório e recomendações relativas aos serviços e materiais ainda por executar:

### 1) Divulgação da declaração conjunta colocada pelas partes no *site* ProSAVANA:

Penso que não temos material para fazer um comunicado público. O ProSAVANA saiu "por cima" na última ronda de acções, pelo que não sinto a necessidade do Programa ter de esclarecer nada neste momento.

### 2) Criação de conteúdos para o *website*

No imediato, deveriam ser criados conteúdos escritos e audiovisuais:

- Notícia com início da ronda de apresentações às comunidades;
- Notícia após o final das reuniões sobre o sucesso e com relatório das consultas;
- Criação de conteúdos vídeo para carregar no *site* (dependente da contratação de uma equipa externa ou da compra de material audiovisual e utilização por equipas internas);
- *Upload* de fotografias das reuniões nas comunidades no *site*, a ser editadas, caso necessário, pela CV&A;
- Identificar, no início de cada mês, duas acções a decorrer nesse mês que dêem possíveis notícias no *site*;
- Carregar no *site* uma gravação da campanha de rádio do ProSAVANA nas comunidades em cada uma das línguas;

### 3) Acções junto dos *media* moçambicanos

- Divulgação de nota de imprensa a dar conta do início das apresentações nas comunidades;
- Convide a correspondentes locais dos *media* nacionais para acompanharem uma das reuniões nas comunidades: TVM, STV, RM, Noticias (grupos provinciais devem dizer qual a melhor data e localização mais simpática para fazer esta cobertura);
- Divulgação de nota de imprensa a dar conta do fim desta fase de apresentação e balanço das reuniões;
- Identificar outras oportunidades;

### 4) Recolha de imagens nas comunidades

- Aconselha-se a recolha de imagens vídeo e fotográficas das reuniões com as comunidades, com qualidade HD, para que fiquem em arquivo e, em alguns casos, sejam carregadas no *site* do ProSAVANA depois de editadas;

- Deve-se desde já iniciar a recolha de imagens vídeo com declarações de agricultores/associações que beneficiaram do ProSAVANA para ficar em arquivo e carregar no *site*, depois de editadas;

Processo para a recolha de imagens:

- I. Identificar a oportunidade e comunicar ao ProSAVANA HQ;
- II. Analisar se é possível gravar vídeo, qual a melhor data e se o agricultor tem capacidade para fazer declarações;
- III. Caso a resposta seja positiva, fazer a gravação;
- IV. Editar o vídeo e carrega-lo no *website* ou guardá-lo para ocasião futura. Guardar também a versão do vídeo em bruto;

#### 5) Folhetos ProSAVANA

Identificámos que o contrato ainda contempla a elaboração de dois formatos de folhetos para o Programa.

Deve-se decidir que materiais criar durante o mês de Agosto, para que possam ser executados o quanto antes.

Da nossa análise, e dado que já foram/estão a ser produzidos quatro folhetos: apresentação geral, monofolha com mensagens-chave, folheto para as comunidades e folheto do PEM (este feito directamente pelo projecto), consideramos que pode ser criado um do PI, fazendo uma apresentação dos seus objectivos e um balanço da sua actividade. Eventualmente para ficar pronto aquando da inauguração do laboratório. Neste caso, apenas ficaria em aberto algum do conteúdo e seria necessário incluir uma fotografia do laboratório pronto.

Fica então a sobrar a discussão sobre o conteúdo de um folheto.

#### 6) Cartazes/Roll-ups ProSAVANA

Consideram-se entregues/em fase de entrega o total de 4 cartazes considerados no contrato: o das comunidades, dois do ProSAVANA em geral e um do PI (estes últimos três foram criados aquando da reunião de Nampula, em Maio).

#### 7) Criação/actualização da base de dados

Deve-se articular entre as partes como se deverá desenvolver este projecto, agendar a entrega dos dados e da base de dados já organizada.

## RELATÓRIO DE BALANÇO DAS ACTIVIDADES DE COMUNICAÇÃO DO PROSAVANA

Outubro 2014

Este documento pretende fazer um balanço das principais actividades de comunicação contempladas nos termos de referência para o contrato na área de comunicação do ProSAVANA que agora terminou e na proposta apresentada pela empresa com base no documento com os ToR.

### Objectivos a ser alcançados:

1) Desenvolvimento de materiais e ferramentas relacionais para o bom entendimento pelas comunidades locais sobre o ProSAVANA;

### EXECUTADO:

O ProSAVANA dispõe agora de vários materiais e ferramentas que lhe permitem comunicar com as comunidades locais, quer directamente, quer massivamente:

- Folhetos destinados a identificarem o que o ProSAVANA está a implementar no Corredor de Nacala, com forte componente gráfica e produzidos em quatro línguas (português, lomwé, cyao e makua);
- Cartazes destinados a explicar como o ProSAVANA pretende beneficiar as comunidades no Corredor de Nacala e como isso poderá ter forte impacto positivo socioeconómico da região. Os cartazes têm forte componente gráfica e estão produzidos em quatro línguas (português, lomwé, cyao e makua);
- Foi produzida uma peça de teatro do ProSAVANA, estando os grupos teatrais locais definidos e prontos a fazer a apresentação nas comunidades;
- Peça de rádio informativa do ProSAVANA produzida, estando o acordo com as rádios comunitárias previamente escolhidas já em implementação. A peça de rádio será transmitida em quatro línguas, dependendo da região;
- Criação de folheto com as mensagens-chave para distribuição aos colaboradores nacionais e locais do ProSAVANA, para que estes dominem as mensagens-chave a passar aos seus interlocutores;
- Criação de apresentação *powerpoint* do ProSAVANA mais simplificada, de modo a que as equipas no Corredor de Nacala possam comunicar a nível distrital com maior facilidade.

#### **POR EXECUTAR:**

Neste ponto, a não execução de acções prendeu-se essencialmente com a não implementação do Plano de Comunicação com as comunidades, nomeadamente as apresentações teatrais e a totalidade das campanhas de rádio. Isso sucedeu por vários motivos, os quais enumero de seguida:

- Opção, correcta, por não sobrepor as campanhas de comunicação do ProSAVANA com o período de campanhas políticas para as eleições gerais do país;
- As partes envolvidas, directa e indirectamente, no contrato fizeram uma avaliação incompleta relativamente aos prazos necessários para a criação dos materiais e organização com as equipas provinciais;
- A alteração da linha gráfica aprovada no contrato anterior para criar as ilustrações a utilizar em vários materiais, principalmente no cartaz para as comunidades, mas também no folheto do ProSAVANA-PEM, retirou tempo considerável na criação desses mesmos materiais;
- O período de mobilização dos esforços no Corredor de Nacala para implementação das actividades de comunicação demorou mais que o planeado, tendo apenas ficado definido no final de Agosto;

#### **RECOMENDAÇÕES**

O ProSAVANA está em condições de avançar com todo o projecto de comunicação com as comunidades já delineado, tendo já todos os materiais produzidos e os prestadores de serviços identificados necessários para a sua implementação. As equipas do ProSAVANA, quer a nível central, quer a nível provincial também estão prontas para executar este projecto, o qual se aconselha que seja retomado após o período eleitoral e a definição do vencedor, possivelmente, Novembro.

2) Actualização da lista de contactos/distribuição dos parceiros do ProSAVANA a nível nacional, regional e local para a distribuição e partilha de informações sobre o Programa e suas publicações;

#### **EXECUTADO:**

Foi entregue a lista, em formato *excel* e *access*, devendo esta agora ser actualizada sempre que necessário.

### 3) Planeamento de campanhas de rádio e televisão;

Como descrito relativamente ao ponto 1), foram desenhadas campanhas de rádio que já estão em execução.

Aconselha-se que, finda a campanha em execução, se analise com grande detalhe o impacto que teve e que outras campanhas se podem seguir, de forma a manter esta comunicação com as comunidades.

Deve-se definir os objectivos destas campanhas (informativo, debate, apoio à extensão, etc.), o guião, a duração, as rádios onde fazer campanha e, por fim, o orçamento adequado.

Relativamente às campanhas em televisão, não foram definidas como prioridade e penso que devem continuar a não ser, dado ainda não ter sido dado o primeiro passo de sistematização de recolha de imagens televisivas de grande qualidade e ao custo que tal projecto pode significar.

Sobre este ponto, recorda-se uma recomendação feita num documento datado de 07 de Agosto de 2014:

- Aconselha-se a recolha de imagens vídeo e fotográficas das reuniões com as comunidades, com qualidade HD, para que fiquem em arquivo e, em alguns casos, sejam carregadas no *site* do ProSAVANA depois de editadas;
- Deve-se desde já iniciar a recolha de imagens vídeo com declarações de agricultores/associações que beneficiaram do ProSAVANA para ficar em arquivo e carregar no *site*, depois de editadas;

Processo para a recolha de imagens:

- Identificar a oportunidade e comunicar ao ProSAVANA HQ;
- Analisar se é possível gravar vídeo, qual a melhor data e se o agricultor tem capacidade para fazer declarações;
- Caso a resposta seja positiva, fazer a gravação;
- Editar o vídeo e carrega-lo no *website* ou guardá-lo para ocasião futura. Guardar também a versão do vídeo em bruto;

### 4) Coordenação e comunicação com jornalistas em Moçambique:

#### ANÁLISE

O impacto mediático dos temas relacionados com o ProSAVANA, positivos ou negativos, diminuiu consideravelmente ao longo do último ano. Prova disso é a pouca cobertura mediática que eventos/campanhas orquestradas contra o Programa têm tido,



comparativamente com meados de 2013. Por esta razão, considera-se que o ProSAVANA deve tentar manter um perfil *low-profile* junto dos media, executando apenas acções quando efectivamente começar a ter resultados no terreno que possa demonstrar.

Exemplos disso, a curto-prazo são:

- Inauguração do laboratório em Nampula;
- Início da campanha agrícola;
- Campanha de comunicação nas comunidades (teatros);
- Outras oportunidades de visita de campo onde se demonstre os benefícios do ProSAVANA;

As acções acima identificadas são exemplos para os quais o ProSAVANA deve convidar jornalistas dos órgãos de comunicação social presentes no Corredor de Nacala para eles assistirem e reportarem os benefícios do Programa e dos projectos.

A execução destas actividades deve seguir as regras definidas no Manual de Comunicação.

Desaconselham-se as entrevistas ou outras acções de comunicação puramente de reacção a outras que sejam potenciadas por entidades que combatem o Programa, mas deve-se analisar cada situação individualmente para analisar os benefícios/custos de responder ou não.

5) Apoio às discussões académicas promovidas pelo ProSAVANA-HQ sobre temas relacionados ao ProSAVANA;

Este ponto ainda não está a ser implementado pelo ProSAVANA, pelo que não houve grande desenvolvimento. No entanto, aconselha-se uma aproximação do Programa ou dos seus coordenadores a instituições de ensino, no sentido de definir como podem ser implementadas essas discussões. A explicação clara junto da classe académica do que é o ProSAVANA e os seus projectos, quais os seus objectivos e como serão executados, poderá ser importante para ter a comunidade académica do lado do Programa.

6) Ligação e organização das actividades para promoção do ProSAVANA junto dos meios de comunicação antes, durante e depois de cada evento, assegurando que os comunicados de imprensa, entrevistas à imprensa / briefings, etc. sejam preparadas e apresentadas em tempo e que sejam realmente publicados/divulgados por órgãos de comunicação social;

Durante o período de vigência do contrato não houve acções de promoção do ProSAVANA onde fossem necessários estes serviços de assessoria mediática.

Como referido no ponto 4), esta comunicação pode ser necessária em acções a desenvolver em breve.

Apesar de não terem sido comunicados, foram elaborados textos que podem ser enviados para a imprensa aquando da inauguração do laboratório e do início das acções de comunicação junto das comunidades.

7) Apoio à Coordenação do ProSAVANA a produzir histórias, artigos de opinião, "press-releases" e notícias sobre as suas realizações mais importantes a serem colocadas nos meios de comunicação nacionais e internacionais, bem como nos *sites* locais e regionais;

A comunicação proactiva do ProSAVANA com os *media* foi reduzida no período de vigência do contrato que agora terminou, pelo que a actividade foi reduzida. Mas sempre que tal foi necessário, foi dado apoio para execução destas actividades.

Por favor, ver ponto 4.

8) Atuar como ponto focal para o ProSAVANA e os seus projectos junto dos jornalistas, tais como: elaboração de comunicados de imprensa e respondendo a todas as solicitações e pedidos de informação em Moçambique externos relacionados ao projecto, sob coordenação do ProSAVANA-HQ;

Pelas razões referidas nos pontos atrás, a actividade foi reduzida. Ainda assim foram produzidos os textos sempre que necessário e intermediaram-se vários contactos com vários órgãos de comunicação social, nomeadamente: STV, RTP África, Lusa, Vertical.

Por favor, ver ponto 4.

9) Buscar activamente oportunidades de divulgação, através do desenvolvimento e manutenção de uma rede de contactos com meios de comunicação para promover o interesse e garantir uma comunicação regular do Programa com as principais partes interessadas;

Ver pontos anteriores, nomeadamente os pontos 4) e 8).

10) Manter estreita relação com o ProSAVANA-HQ para garantir que as ferramentas de comunicação corporativa (por exemplo, website) sejam regularmente actualizadas e que parceiros internos e externos sejam informados do andamento do programa e seus Projectos;

Foram elaborados vários textos para o site do ProSAVANA, e foram entregues textos para utilização futura na *newsletter*, e no site.

11) Trabalhar em coordenação com o ProSAVANA-HQ;

Executado.

12) Relatar o progresso das actividades e prover *feedback* regular à Coordenação do Programa sobre as actividades de comunicação no terreno;

Executado.

13) Outras atribuições que sejam acordadas;

Sempre que necessário, executado.

#### **ANÁLISE GLOBAL**

Após seis meses de execução de contrato, aos quais se soma a criação do logótipo, o ProSAVANA encontra-se apetrechado com os materiais de comunicação necessários para implementar um recomendável plano de comunicação proactivo junto das comunidades e dos restantes principais *stakeholders*.

Para além do *site*, o ProSAVANA e os seus projectos dispõem de materiais institucionais informativos do Programa e dos projectos, materiais informativos para as comunidades, ferramentas de comunicação directa com as comunidades prontas a executar e, mais importante que tudo, uma estratégia de comunicação que orienta os caminhos a seguir e um manual de comunicação que estabelece as regras de actuação na comunicação do ProSAVANA.

Mas neste momento há alguns passos a dar na implementação da comunicação do ProSAVANA:

#### **Criação de Conteúdos**

Agora que o Programa e alguns dos seus Projectos começam a apresentar resultados mais visíveis, é importante fazer chegar a informação aos *stakeholders* do ProSAVANA sobre o que está a ser conquistado. Assim sendo, é necessário criar regras para uma recolha regular de informação escrita e visual (fotografias e vídeos) que não só alimentem as ferramentas de comunicação do ProSAVANA (*site* e *newsletter*, e futuramente permitam a criação de um

vídeo institucional e a actualização das brochuras) mas também permitam comunicar com maior regularidade com os *media*, demonstrando o que se está a fazer. A comunicação proactiva e positiva é a melhor ferramenta para silenciar os que atacam o Programa.

#### **Recomendações para a criação de conteúdos escritos:**

- Cada Projecto deve identificar trimestralmente as acções/marcos/inaugurações que vão decorrer nos três meses que se seguem e comunicar ao ProSAVANA-HQ;
- As duas partes chegarão a consenso sobre o que deve ser comunicado;
- Cria-se um cronograma com todas as notícias que terão de ser criadas nos três meses seguintes;
- No início de cada mês, o ProSAVANA-HQ deve recolher toda a informação necessária para a criação da notícia, tendo assim tempo para a preparar, gerir a informação no site e decidir que informação deve ir para a *newsletter*.

#### **Gestão do site ProSAVANA**

É essencial atingir dois objectivos na comunicação através do site:

- 1) Potenciar o máximo possível de acções desenvolvidas pelo ProSAVANA;
- 2) Dar-lhes o devido destaque no site;

Através da criação planeada de conteúdos, que podem ser usados no site, fica mais fácil gerir o site e a frequência com que se insere nova informação. Conseguido isto, deve-se pensar de que forma se pode dar mais destaque no site.

#### **Recomendações:**

- Fazer acompanhar todas as notícias de imagem, de preferência associada ao texto;
- Destacar cada notícia no banner entre um período mínimo de uma semana e um período máximo de um mês;
- Reduzir o número de informações no banner até um máximo de três/quatro destaques;

#### **Potenciar acções mediáticas**

A política de comunicação proactiva e positiva que se aconselha ao ProSAVANA requiere que se potenciem mediaticamente acções desenvolvidas pelo ProSAVANA e/ou por produtores associados.

Devem-se identificar de trimestralmente as acções que vão acontecer nos três meses seguintes por forma a haver uma melhor gestão da agenda de comunicação do ProSAVANA e seleccionar quais poderão ter cobertura mediática.

Devem-se seguir os procedimentos definidos no Manual de Comunicação na gestão do contacto com os media.

### **Recomendações**

Devem-se identificar as acções chave a acontecer nos próximos meses, podendo-se já identificar e/ou recomendar:

- Inauguração do laboratório em Nampula;
- Visita de campo no início da campanha agrícola, convidando jornalistas residentes perto do local de visita (se necessário, organizar duas ou três visitas de campo);
- Encontro de jornalistas em Maputo, após o fim da campanha, para fazer balanço dos benefícios que os agricultores já tiveram e fazer um ponto de situação do ProSAVANA;
- Convite a jornalistas para assistir a uma sessão de comunicação com as Comunidades, a desenvolver no Corredor de Nacala;

Na gestão do pedido de entrevistas, o ProSAVANA deve diminuir as suas entrevistas a um número de apenas duas a três por ano, devendo fazer a sua comunicação essencialmente através de demonstração de actividades desenvolvidas, tal como referido acima.

### **NOTA FINAL**

É desaconselhável que, após os passos dados na criação das bases de comunicação do ProSAVANA e das ferramentas que sustentam essas bases, não se implemente a estratégia de comunicação que se considerou mais adequada para garantir o diálogo entre o ProSAVANA e os *stakeholders* e, no fim de tudo, a boa imagem e a boa execução do Programa e seus Projectos.

No passado, a não execução regular de acções de comunicação durante cerca de nove meses não teve consequências maiores porque o impacto dos ataques ao Programa diminuiu consideravelmente, após algumas acções positivas desenvolvidas pelo ProSAVANA no esclarecimento e de aproximação aos seus parceiros. Mas o risco de se interromperem os projectos de comunicação prejudica a imagem e poderá prejudicar o desenvolvimento do ProSAVANA.

É aconselhável que o ProSAVANA identifique uma entidade, interna ou subcontratada, para se dedicar de forma contínua à área de comunicação e que trabalhe em parceria com a Coordenação do ProSAVANA-HQ na execução destas tarefas, bem como as que estão definidas na Estratégia de Comunicação.