

Advocacy

Já faz um certo tempo que convivemos com esta expressão. Ela tem se tornado cada vez mais presente, principalmente entre instituições do terceiro setor. Mas você sabe exatamente o que “advocacy” quer dizer?

A origem desta palavra vem do latim: *advocare*, que significa ajudar alguém em necessidade. Derivado do verbo *to advocate*, em inglês, no nosso idioma foi traduzido para “advogar”. Esta expressão tem sido usada como sinônimo de defesa e argumentação em favor de uma causa, com foco da definição de agendas e na formulação de políticas públicas voltadas às necessidades da sociedade.

Existem diversas maneiras de explicar as ações de advocacy. Pode ser:

- Uma estratégia para mudar comportamentos, políticas ou sistemas
- Um processo que informa e influencia tomadores de decisão com o objetivo de promover a mudança de alguma política pública

Mas em geral, todas as suas definições relatam a importância desta prática por organizações e indivíduos com influência para conscientizar o público sobre causas de grande importância.

Quais são os objetivos de advocacy?



- Buscar igualdade para as pessoas injustiçadas
- Gerar um propósito claro que transforme e combata temas cruciais
- Questionar as causas e temas como mudanças climáticas e desigualdade
- Influenciar e conscientizar tomadores de decisões, com poder e responsabilidades
- Desenvolver um processo ou estratégia que seja organizado, eficaz e flexível
- Empoderar cidadãos e organizações para influenciar mudanças na sociedade
- Manifestar e comunicar mensagens significantes e evidências

Metodologia para construção de uma estratégia de advocacy:



Uma estratégia de advocacy deve considerar diversos stakeholders:



Stakeholders

são pessoas, grupos ou organizações com interesse ou preocupação em uma empresa, negócio ou indústria, que – de certa forma – legitimam suas ações, seja em uma relação direta ou indireta. Essas partes interessadas podem afetar ou serem afetadas pelas ações, objetivos e políticas umas das outras.

Identificação de stakeholders:

- Priorização e identificação de grupos de stakeholders-chave (atores de influência)
- Mapeamento de influenciadores digitais por meio de Big Data e inteligência de dados
- Reconhecimento e mapeamento de candidatos com potencial de serem fortes atuantes de causa
- Reconhecimento e mapeamento da concorrência, suas motivações, táticas e argumentos

Exemplos de organizações que praticam advocacy:



GREENPEACE



Estas instituições trabalham em âmbito nacional e internacional para transformar a sociedade, inspirar ativismo, e proteger a natureza e a biodiversidade, com o objetivo principal de tornar empresas e organizações do terceiro setor em agentes protagonistas no desenvolvimento de políticas públicas que as influenciam.

A cada ano mais organizações, mais organizações vem praticando o advocacy devido a visibilidade do impacto de atuar em diversos temas influenciando políticas públicas.

Dicas para quem pratica advocacy:

- Imprevistos acontecem, mas se houver um plano fica mais fácil administrá-los.
- Gastar recursos de maneira mais efetiva usando um mapeamento que detalhe os aspectos mais importantes como guia
- A duplicidade muitas vezes é ruim é ruim para interlocução com governos e para a causa. Somar esforços é o melhor caminho
- Atuar em rede pode ser mais eficaz
- Planejamento é importante para mapear os riscos da estratégia
- Adotar um plano flexível é válido
- Construir e compartilhar o plano com os atores principais para gerar um engajamento maior de sua parte
- Foco em escala
- Saber ouvir opiniões diferentes
- Ter persistência e continuidade com a estratégia é fundamental para enfrentar os obstáculos que surgirão

Fonte:

<http://unimep.edu.br/capacit/cursos/advocacy-na-pratica>
http://tearfundbrasil.org/wp-content/uploads/Advocacy_Roots1_P_2015_web.pdf
<https://robsoncamargo.com.br/blog/O-que-sao-stakeholders-Saiba-tudo-sobre-eles-e-sua-importancia>
<https://www.pulsopublico.com.br/>