



# ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO DA SADC

REVISTA 2016 - 2020



**Secretariado da Comunidade de Desenvolvimento da África Austral (SADC)**

Plot 54385 CBD  
Private Bag 0095  
Gaberone, Botswana  
Tel.: +267 395 1863  
Email: [prinfo@sadc.int](mailto:prinfo@sadc.int)  
Website: [www.sadc.int](http://www.sadc.int)

©SADC, 2016

ISBN NO: 978-99968-435-4-9



**ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO E  
DIVULGAÇÃO DA SADC**

REVISTA 2016 - 2020

A informação contida na presente publicação pode ser reproduzida, usada e partilhada mediante conhecimento pleno do editor, a SADC.

Citação: Estratégia de Comunicação e Divulgação da SADC Revista, 2016 - 2020, Gaborone, Botswana, 2016

### Sobre a SADC

A Comunidade de Desenvolvimento da África Austral (SADC) é uma organização fundada e dirigida por países da África Austral cujo objectivo é estreitar a cooperação nas áreas socioeconómica, política e de segurança entre os seus Estados-Membros e impulsionar a integração regional com vista ao alcance da paz, estabilidade e prosperidade. Os Estados-Membros da SADC são África do Sul, Angola, Botswana, União das Comores, República Democrática do Congo (RDC), Eswatini, Lesoto, Madagáscar, Malawi, Maurícias, Moçambique, Namíbia, Seychelles, República Unida da Tanzânia, Zâmbia e Zimbabwe.

\*O pedido da União das Comores, de adesão à SADC, estava a ser objecto de apreciação na altura em que a presente publicação foi enviada para a gráfica.

## ÍNDICE

PREFÁCIO	6
AGRADECIMENTOS	8
SUMÁRIO EXECUTIVO	9
ESFORÇOS RENOVADOS PARA DIVULGAR A SADC	10
INTRODUÇÃO	12
ANÁLISE DO CONTEXTO	14
Pontos Fortes, Pontos Fracos, Oportunidades e Ameaças	14
• Crescimento significativo nas áreas críticas de desenvolvimento	14
• Cometimento da liderança	15
• Crescimento na área da comunicação	15
• Crescimento a nível da Internet e das TIC	16
PROGRESSO REALIZADO RELATIVAMENTE À ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO DA SADC, 2005	17
REALIZAÇÕES	17
DESAFIOS	19
OBJECTIVOS, AUDIÊNCIAS-ALVO E MENSAGENS	20
FINALIDADE	20
OBJECTIVOS	20
AUDIÊNCIAS-ALVO	20
CANAIS, TÁCTICAS E FERRAMENTAS	22
ENCORAJAR A APRENDIZAGEM PELOS PARES	22
UMA EXPLORAÇÃO COLECTIVA E MAIS EFICAZ DE HORIZONTES	23
REFORÇO DE COMPETÊNCIAS	23
COMUNICAÇÃO COM AUDIÊNCIAS EXTERNAS	23
QUADRO PARA A PRODUÇÃO DE MENSAGENS	24
PRINCÍPIOS	26
ÁREAS PRINCIPAIS DE RESULTADOS	26
AUMENTO DA CONSCIENCIALIZAÇÃO E INTERLIGAÇÃO ENTRE CIDADÃOS	26
TROCA DE INFORMAÇÕES E DE CONHECIMENTOS	27
ENVOLVIMENTO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	28
FORTALECIMENTO DOS SISTEMAS INTERNOS DE COMUNICAÇÃO E COESÃO	29
PRESERVAÇÃO DA IMAGEM INSTITUCIONAL E GESTÃO DA MARCA	29
ATRIBUIÇÕES E RESPONSABILIDADES DA UNIDADE DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS	31
ORGANIGRAMA DA UNIDADE DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS DA SADC	31
MONITORIZAÇÃO E AVALIAÇÃO	32
ELEMENTOS DO PLANO DE TRABALHO	32
RECOMENDAÇÕES PARA A IMPLEMENTAÇÃO DO PRÉMIO REGIONAL DE JORNALISMO	33
POLÍTICA SOBRE REDES SOCIAIS DA SADC	34
PRINCIPAIS ÁREAS DE RESULTADOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO	36
PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO	37 - 49

## LISTA DE ABREVIATURAS

<b>CIM</b>	Manual de Identidade Institucional da SADC
<b>CPRU</b>	Unidade de Comunicação e Relações Públicas
<b>CRA</b>	Comité Regional de Adjudicação
<b>ES</b>	Secretário Executivo
<b>ICP</b>	Parceiros de Cooperação Internacional
<b>NAC</b>	Comité Nacional de Adjudicação
<b>PIB</b>	Produto Interno Bruto
<b>PRU</b>	Unidade de Relações Públicas
<b>SABA</b>	Associação de Radiodifusão da África Austral
<b>SADC</b>	Comunidade de Desenvolvimento da África Austral
<b>SARDC</b>	Centro de Investigação e Documentação da África Austral
<b>SCPS</b>	Estratégia de Comunicação e Divulgação da SADC
<b>SIPO</b>	Plano Estratégico Indicativo do Órgão
<b>SNCP</b>	Pontos de Contacto Nacionais da SADC
<b>SNMC</b>	Coordenadores Nacionais de Comunicação Social da SADC
<b>RISDP</b>	Plano Estratégico Indicativo de Desenvolvimento Regional
<b>TAR</b>	Tratamento Anti-Retroviral
<b>VIH/SIDA</b>	Vírus de Imunodeficiência Humana e Síndrome de Imunodeficiência Adquirida

## PREFÁCIO



Os objectivos da Estratégia de Comunicação e Divulgação Revista da SADC (SCPS), 2016-2020, e do respectivo Plano de Acção para a sua Implementação, que foram aprovados pelo Conselho de Ministros da SADC em Agosto de 2016, são de consolidar e facilitar a comunicação efectiva. Na consecução destes objectivos, a Estratégia irá contribuir para aumentar o conhecimento, a sensibilização e a visibilidade da SADC relativamente ao seu mandato, às suas realizações e ao seu impacto nas vidas dos cidadãos da Região.

Desde a sua criação, em 1980, em tanto que Conferência de Coordenação para o Desenvolvimento da África Austral e, a sua transformação em Comunidade de Desenvolvimento da África Austral (SADC), em 1992, a SADC registou vários marcos que contribuíram para o avanço do desenvolvimento socioeconómico, a estabilidade política e a consolidação da democracia. Para além do aumento da sensibilização e da visibilidade da SADC, a Estratégia também apresenta formas e canais de envolvimento e comunicação com intervenientes internos e externos.

Uma comunicação eficaz requer planificação estratégica em termos do que precisa ser comunicado, a quem, porque motivos, em que momento e em que formato. A presente Estratégia orienta o Secretariado da SADC e os Estados-Membros, incluindo os Pontos de Contacto Nacionais da SADC, os Coordenadores Nacionais de Comunicação Social da SADC, os Órgãos de Comunicação Social da SADC, assim como os Parceiros de Cooperação Internacional no âmbito dos esforços envidados pela organização para aumentar a sensibilização, a comunicação e a visibilidade da SADC.

Esta Estratégia é oportuna, pois ocorre no momento em que a Região está a implementar o Plano Estratégico Indicativo de Desenvolvimento Regional Revisto, 2015-2020, o Plano Estratégico Indicativo do Órgão (SIPO), 2015-2020, e a Estratégia e o Roteiro para Industrialização da SADC, 2015-2063, documentos estratégicos essenciais que delineam a visão da SADC rumo ao alcance da integração regional.

Os diversos métodos e canais de comunicação delineados na presente Estratégia ajudar-nos-ão a melhor articular, desenvolver e comunicar uma identidade consistente com a visão da SADC, permitindo, simultaneamente, que a comunidade compreenda a agenda de integração da SADC e as suas realizações.

Para realizar os objectivos delineados nesta Estratégia, a SADC precisa de recursos humanos e financeiros. Venho convidar a todos os intervenientes dos Estados-Membros da SADC, os Parceiros de Cooperação Internacional e o Sector Privado para apoiarem o Secretariado da SADC e os Estados-Membros da SADC na implementação da presente Estratégia e, ao fazê-lo, contribuirem para o alcance dos objectivos da agenda de desenvolvimento e integração da SADC como apresentados no Tratado da SADC “promover o crescimento económico sustentado e equitativo, bem como o desenvolvimento socioeconómico para aliviar a pobreza e melhorar a qualidade de vida dos povos da África Austral”.



**Dr.ª Stergomena Lawrence Tax**  
**Secretária Executiva da SADC**



## AGRADECIMENTOS

O Secretariado da SADC agradece a todos os intervenientes da área da comunicação na Região da SADC pela sua participação na revisão da Estratégia de Comunicação e Divulgação da SADC.

A revisão da Estratégia de Comunicação e Divulgação da SADC não teria sido possível sem a participação activa dos Coordenadores Nacionais de Comunicação Social da SADC e dos membros do Comité Regional de Adjudicação (CRA) do Prémio de Jornalismo da SADC, cujos contributos lançaram os alicerces, definiram a direcção e determinaram os resultados do workshop de revisão da Estratégia.

O Secretariado gostaria de agradecer, muito sinceramente, os funcionários das Missões Diplomáticas da SADC acreditadas no Botswana pela participação e contribuição valiosa prestada durante o workshop de revisão da Estratégia. De igual modo, merecem o nosso apreço os membros do Conselho de Publicidade e Editorial do Secretariado da SADC pelo contributo construtivo prestado antes, durante e depois do workshop.

Os nossos agradecimentos especiais são extensivos à Cooperação Alemã para o Desenvolvimento (GIZ) pelo apoio financeiro e administrativo que garantiu a realização bem-sucedida do workshop. O Secretariado deseja agradecer também os consultores que fizeram ofício de pessoas-recurso e facilitadores do workshop, assim como os relatores do workshop e os redactores da Estratégia Revista.

Saudamos os apresentadores das Direcções/Unidades da SADC, que reservaram tempo para participarem no workshop e partilharem informação sobre as várias disposições do Tratado da SADC dedicadas à informação e comunicação.

De igual modo, e em especial, o Secretariado deseja agradecer os entrevistados da auditoria de comunicação por proporcionarem ao workshop matéria bastante para reflexão.

## SUMARIO EXECUTIVO

A presente Estratégia de Comunicação e Divulgação da SADC (SCPS) é uma emenda à Estratégia de Comunicação e Divulgação da SADC, 2005. O processo de elaboração da presente Estratégia Revista envolveu processos consultivos profundos com diversos intervenientes. A revisão foi realizada em resposta à Decisão n.º 7 do Conselho de Ministros da SADC, em sessão decorrida em Agosto de 2012, em Maputo. Em Novembro de 2015 o presente documento foi actualizado para integrar questões prioritárias delineadas no Plano Estratégico Indicativo de Desenvolvimento Regional (RISDP), 2015-2020, e na Estratégia e Roteiro para a Industrialização da SADC para 2015-2063, dois documentos que delineam a visão da SADC rumo ao alcance da integração regional e proporcionam muitas oportunidades de alinhamento com os objectivos de comunicação da organização.

A SCPS serve de quadro para a Comunidade de Desenvolvimento da África Austral (SADC) adoptar estratégias e planos para a comunicação eficaz com todos os seus intervenientes internos e externos.

Os pontos fortes da SADC no âmbito da comunicação e divulgação do seu mandato residem no progresso alcançado em várias áreas críticas de desenvolvimento. O Secretariado da SADC e os Estados-Membros possuem um imenso manancial em termos de capacidade técnica no domínio do desenvolvimento, para além de inúmeros projectos e programas que representam oportunidades no domínio da comunicação. Os eventos e as reuniões da SADC, bem como a gestão estratégica da comunicação social resultaram no reforço da consciencialização da SADC.

Todavia, subsistem desafios no tocante aos sistemas de comunicação internos da SADC, coesão e apoio às estruturas de comunicação nacionais. A Unidade de Relações Públicas do Secretariado da SADC não dispõe de recursos e estrutura adequados para cumprir com o mandato da comunicação da organização.

Existem imensas oportunidades de comunicação, conforme comprovou o interesse manifestado pela população da Região em estar informada dos êxitos e intervenções da SADC. As infra-estruturas e tecnologias de comunicação aumentaram e melhoraram e o Secretariado agora pode comunicar-se com os cidadãos nas três línguas de trabalho da SADC. A Estratégia e o Roteiro para a Industrialização da SADC delineam a orientação primária da SADC para os próximos anos como um 'programa focado na acumulação e no desenvolvimento de conhecimento' requerendo esforços de vulto para o fortalecimento do quadro tecnológico e o aumento da capacidade produtiva.

Sem uma comunicação eficaz, a SADC continuará a ser mal compreendida. As realizações permanecerão invisíveis e a organização não concretizará na íntegra os seus objectivos de desenvolvimento, ou seja, a erradicação da pobreza na Região da SADC, sendo os seus cidadãos as principais forças motrizes da integração regional.

## **ESFORÇOS RENOVADOS PARA DIVULGAR A SADC**

A Estratégia de Comunicação e Divulgação da SADC visa fortalecer os canais de informação que aumentam o conhecimento e a consciencialização públicos sobre a visão e as realizações da SADC para o alcance da integração regional e a erradicação da pobreza.

Assim, a Estratégia Revista terá como foco o seguinte:

- Consolidar os níveis de consciencialização já estabelecidos e a ligação com os cidadãos.
- Fortalecer os sistemas de troca de informação e do conhecimento.
- Redobrar os esforços de envolvimento da comunicação social, reforçar a capacidade da comunicação social para reportar de forma competente sobre matérias relativas à SADC e harmonizar as políticas de informação.
- Melhorar e fortalecer os sistemas de comunicação internos no Secretariado da SADC e com as estruturas nacionais.
- Preservar a imagem institucional da SADC e melhorar a gestão da marca da SADC através da utilização do Manual de Identidade Institucional da SADC, incluindo estratégias coesivas para sítios web e redes sociais.

A estratégia descreve, ao pormenor, as abordagens tendentes a alcançar cada uma das principais áreas de resultados acima referidas. Algumas dessas acções e abordagens incluem o seguinte:

- A SADC irá promover o diálogo e a ligação entre os cidadãos através de fóruns interactivos que permitam aos cidadãos e líderes, aos diferentes níveis, dar forma à agenda de desenvolvimento da Região.
- A SADC redobrá esforços com vista a envolver activamente os órgãos de comunicação social, tanto a nível nacional como regional. Será formulada uma política de informação harmonizada e vigorosa para orientar os jornalistas na cobertura de matérias relativas à SADC.
- Através do Conselho e/ou Comité de Ministros Responsáveis pela Informação e com o apoio das estruturas nacionais, os Estados-Membros continuarão a organizar e a mobilizar recursos para os Prémios Nacionais do Jornalismo da SADC e para a consolidação do Prémio Regional de Jornalismo.
- Serão aproveitadas as oportunidades oferecidas pelos novos meios de comunicação social, com destaque para as redes sociais, para comunicar sobre a SADC e providenciar uma plataforma para interligar os cidadãos. Para assegurar a realização de uma campanha estratégica coordenada nas redes sociais que reflecta a visão da SADC, o Secretariado formulará directrizes afins para os funcionários.
- Os funcionários da SADC serão preparados para serem embaixadores efectivos da organização. Isso implicará uma cooperação e coordenação mais estreitas entre as Direcções, as Unidades e a Unidade de Comunicação e Relações Públicas. Serão

implementadas estratégias tendentes a estimular uma melhor compreensão sobre a visão da organização, seus objectivos, prioridades e programas.

- Serão feitas melhorias no funcionamento das estruturas nacionais, de modo particular dos Coordenadores Nacionais da Comunicação Social, a fim de consolidar a sua capacidade de planear, executar e monitorizar a implementação da SCPS e para os apoiar no seu papel de face da SADC a nível nacional.
- A marca e a imagem institucional da SADC serão promovidas de forma activa e utilizadas para reforçar e consolidar as realizações alcançadas pela organização na Região e a nível mundial. Serão criados e divulgados mecanismos claros para o seu uso por todos os funcionários, a fim de assegurar o seu uso por todos os Estados-Membros e pelas Direcções e Unidades do Secretariado.
- A Estratégia irá aplicar ferramentas e práticas inovadoras de comunicação que sejam adequadas ao fim a que se destinam (isto é, adequadas tanto para as mensagens a serem transmitidas como para as audiências visadas); estimulem o envolvimento dos seus principais intervenientes e sejam eficazes em termos de custos.

A capacidade da SADC de tirar proveito dos conhecimentos técnicos e competências para alcançar o desiderato estabelecido na SCPS é fundamental. A Unidade de Comunicação e Relações Públicas (CPRU) tem o mandato de impulsionar a planificação e coordenação de todas as funções de comunicação ao mais alto nível hierárquico. A Unidade de Comunicação e Relações Públicas será motivada por uma cultura de comunicação e de relações públicas e um forte espírito de equipa, que será imbuido em todo o seu pessoal.

Os funcionários da Unidade de Comunicação e Relações Públicas, juntamente com as Direcções e Unidades, constituirão um Grupo de Trabalho Conjunto para a comunicação no seio do Secretariado. O Grupo de Trabalho Conjunto irá planear, monitorizar e analisar as actividades de comunicação, com vista a maximizar e sistematizar a comunicação estratégica em toda a organização.

A CPRU irá estabelecer mecanismos de avaliação do progresso alcançado para a materialização da presente Estratégia.

## INTRODUÇÃO

A Estratégia de Comunicação e Divulgação da SADC Revista visa aumentar a visibilidade da SADC, o seu mandato e impacto nas vidas dos cidadãos da Região. Uma comunicação eficaz não resulta do acaso, requer planificação estratégica em termos do que precisa ser comunicado, a quem, porque motivos, em que momento e formato.

O processo de desenvolvimento da presente Estratégia de Comunicação e Divulgação da SADC Revista (SCPS), 2016-2020, teve início em 2012, na sequência de uma decisão do Conselho. Na sua reunião realizada em Maputo, em Agosto de 2012, o Conselho de Ministros da SADC orientou o Secretariado no sentido de *“convocar uma reunião dos Coordenadores Nacionais dos Meios de Comunicação Social da SADC e do Comité Regional de Adjudicação do Prémio de Jornalismo, a fim de rever a Estratégia de Comunicação e Divulgação da SADC e apresentar recomendações ao Conselho, para apreciação, durante a sua próxima reunião em Fevereiro de 2013”*. A presente Estratégia de Comunicação e Divulgação revista foi produzida em 2012, em resposta a essa decisão do Conselho tendo sido subsequentemente revista em Novembro de 2015 para acomodar questões prioritárias delineadas no Plano Estratégico Indicativo de Desenvolvimento Regional Revisto, 2015-2020, e na Estratégia e Roteiro para Industrialização da SADC, 2015-2063, assim como no quadro da reestruturação do Secretariado da SADC.

A revisão da presente Estratégia incluiu um processo consultivo profundo que envolveu Coordenadores Nacionais dos Meios de Comunicação Social da SADC, membros do Comité Regional de Avaliação dos Prémios de Jornalismo, Directores das instituições de comunicação social na SADC e, em certa medida, intervenientes de todo um espectro de cidadãos da Região e a Direcção e funcionários do Secretariado da SADC.

A Estratégia serve de quadro para a SADC adoptar estratégias e planos para a comunicação eficaz com todos os seus intervenientes internos e externos.

A Estratégia visa apoiar a concretização da visão da SADC: *“A visão da SADC é de um futuro comum, dentro de uma comunidade regional que garantirá o bem-estar económico, a melhoria dos níveis e qualidade de vida, a liberdade e a justiça social, paz e segurança para os povos da África Austral”*. Esta visão compartilhada está alicerçada em valores e princípios comuns e em afinidades históricas e culturais que existem entre os povos da África Austral.

O Secretariado da SADC detém a responsabilidade pela SCSP incluindo pela sua supervisão e implementação. A Unidade de Comunicação e Relações Públicas facilitará a implementação da SCPS a nível regional sob a orientação do Secretário Executivo. Tal inclui a coordenação, geração e divulgação de informação a todos os intervenientes, de modo a garantir o entendimento das metas, dos objectivos, das políticas e das acções da SADC e apoio para a sua materialização. Esta Unidade irá, igualmente, assegurar a gestão estratégica da marca, o posicionamento e a projecção positiva consistente da imagem institucional. O mandato da Unidade inclui ainda o estabelecimento e a manutenção de canais mútuos de comunicação, a compreensão, a aceitação e a cooperação entre a SADC, os Estados-Membros e os seus parceiros.

O êxito desta estratégia depende fundamentalmente da capacidade da SADC tirar proveito dos conhecimentos técnicos e das competências dos parceiros e principais intervenientes de modo a adoptar abordagens inovadoras de comunicação. A nível de política regional, cabe ao Conselho de Ministros e aos Ministros responsáveis por informação pública e comunicação avaliar o progresso alcançado na implementação da Estratégia.

A nível dos Estados-Membros, os Pontos de Contacto Nacionais (SNCP) e as Comissões Nacionais da SADC, que integram os intervenientes previstos no artigo 16A do Acordo que Emenda o Tratado da Comunidade de Desenvolvimento da África Austral, aprovarão as estratégias e os planos nacionais e procederão à monitorização da sua implementação. Os Coordenadores Nacionais de Comunicação Social da SADC (SNMC) são os pontos focais para a área da comunicação na SADC e os principais promotores da SCPS, a nível nacional.

A SADC identificou ainda intermediários do sector de informação, as organizações do sector da comunicação social privado e da sociedade civil em ambos níveis nacional e regional, ávidas em facilitar a partilha de informação sobre a SADC. Nalguns casos, os intermediários foram identificados graças à sua capacidade de alcançar um elevado número de pessoas, incluindo aquelas que se encontram em zonas remotas.

## ANÁLISE DO CONTEXTO

A Estratégia de Comunicação e Divulgação da SADC (SCPS) revista surge numa conjuntura crítica, numa altura em que os cidadãos dos Estados-Membros e demais intervenientes pedem provas do que a SADC está a fazer para promover a integração regional e erradicar a pobreza. Desde a aprovação da SCPS em 2005, a SADC alcançou marcos significativos mas a comunicação não seguiu o evoluir desses acontecimentos. O Plano Estratégico Indicativo de Desenvolvimento Regional (RISDP), um quadro de desenvolvimento de 15 anos que estabelece as prioridades, políticas e estratégias para o alcance dos objectivos da SADC a longo prazo requer coordenação institucional entre o Secretariado da SADC, os Estados-Membros e outros actores. Esta coordenação também é essencial para se lograr uma comunicação institucional clara e uma imagem e marca coerentes da SADC para ambas audiências internas e externas.

### ***Pontos fortes, pontos fracos e oportunidades***

Os pontos fortes da SADC residem no progresso alcançado em várias áreas críticas de desenvolvimento. O Secretariado da SADC e os Estados-Membros possuem um imenso manancial em termos de capacidade técnica no domínio do desenvolvimento, assim como inúmeros projectos e programas que constituem oportunidades no domínio da comunicação. O aproveitamento dos eventos e reuniões da SADC, bem como a gestão estratégica da comunicação social levaram ao reforço da consciencialização sobre a SADC.

A SADC actualizou e aprovou dois documentos estratégicos chave, o Plano Estratégico Indicativo de Desenvolvimento Regional e a Estratégia e Roteiro para a Industrialização da SADC, em 2014 e em 2016, respectivamente. Estes dois documentos definem a visão da SADC para a concretização da integração regional e proporcionam imensas oportunidades para o seu alinhamento com os objectivos de comunicação da organização.

Todavia, subsistem pontos fracos nos sistemas de comunicação interna da SADC e em termos de coesão e apoio às estruturas de comunicação nacionais. A Unidade de Comunicação e Relações Públicas do Secretariado da SADC não está adequadamente equipada e estruturada para cumprir o mandato de comunicação da organização.

Existem imensas oportunidades de comunicação, conforme comprovou o interesse manifestado pela população da Região em estar informada dos êxitos e intervenções realizados com apoio da SADC.

### ***Crescimento significativo nas áreas críticas de desenvolvimento***

Juntamente com os seus parceiros de desenvolvimento, a SADC investiu milhares de milhões de dólares que permitiram a conclusão com êxito de vários projectos de desenvolvimento. Os mesmos incluem várias iniciativas como a formulação de políticas e directrizes para melhorar as trocas comerciais e os serviços entre os países da SADC, o fomento da paz e segurança e os esforços com vista à melhoria das condições de saúde, especialmente através do combate ao VIH e SIDA, de segurança alimentar e do género e desenvolvimento, bem como, com vista à uma melhor gestão dos recursos

partilhados, tais como a vida selvagem, a água, os transportes, as comunicações e meteorologia, a energia e o turismo. Neste contexto, a SADC está a focar as atenções na transformação da Região numa economia integrada, através da promoção da criação de infra-estruturas regionais adequadas, interligadas e eficientes, apenas para citar alguns exemplos.

### ***Cometimento da liderança***

Os líderes da SADC exprimiram o seu compromisso em melhorar a comunicação na Região através de vários instrumentos jurídicos e outros pertinentes, tais como o Protocolo da SADC sobre a Cultura, Informação e Desporto, a Declaração da SADC sobre o Papel da Informação e a Declaração da SADC sobre as Tecnologias de Informação e Comunicação.

Existem provas de empenho e interesse no seio dos Estados-Membros em abordar questões relacionadas com a visibilidade da SADC na Região, com vista a assegurar que os êxitos e intervenções apoiados pela SADC sejam devidamente publicitados.

A indicação de Coordenadores Nacionais dos Meios de Comunicação Social da SADC (SNMC) em cada Estado-Membro, a criação do Prémio de Jornalismo da SADC e a disposição que permite a criação de subcomités dos Comitês Nacionais, que podem, potencialmente, incluir um subcomité para Informação Pública e Comunicação, são testemunho do cometimento dos líderes para com a promoção e o desenvolvimento da função de comunicação da SADC.

A SADC tem estado na vanguarda da resolução de conflitos em alguns dos seus Estados-Membros bem como em outros blocos regionais na África Oriental e Ocidental. Todavia, sabe-se muito pouco sobre estas realizações.

### ***Crescimento na área da comunicação***

A Região desenvolveu infra-estruturas sólidas tanto de comunicações como de transportes. De um modo geral, os Estados-Membros da SADC registaram melhorias no que respeita à liberdade de imprensa. Os meios de comunicação social na maioria dos Estados-Membros são cada vez mais vibrantes e diversificados, e há associações regionais fortes de profissionais da comunicação social. A revolução registada no sector da informação na SADC clama por inovação na forma como a SADC se comunica com os seus cidadãos e facilita a comunicação entre os cidadãos.

A plétora de instrumentos de comunicação melhorados que permitem uma comunicação bidireccional, tais como as plataformas de redes sociais e de blogues, em oposição à simples radiodifusão unidireccional de e para os cidadãos da Região, atesta a força da Região. A comunicação bidireccional permite à SADC ouvir e, ao mesmo tempo, dialogar com as suas populações tanto sobre os desafios como sobre os progressos alcançados na Região.

O número de estações radiofónicas privadas continua a crescer e a utilização das línguas locais ganha terreno. A rádio continua a ser o meio mais amplamente disponível ao alcance da maioria dos cidadãos da Região. É um instrumento indispensável para alcançar e informar os cidadãos da SADC.



A televisão está amplamente disponível nas áreas urbanas, sendo que os telespectadores usam-na para entretenimento e notícias. Com muitos países a tirarem proveito das oportunidades proporcionadas pela digitalização, os cidadãos irão desfrutar de mais escolhas e acesso a conteúdos diversos. Entretanto, o fornecimento intermitente de electricidade pode torná-la inacessível, especialmente para as populações rurais. O mesmo também pode afectar as populações urbanas.

Apesar de não ser uma área de crescimento significativo, os meios de comunicação social escrita continuam a ser um veículo importante para a divulgação de informação, especialmente nas zonas urbanas.

### ***Crescimento a nível da Internet e das TIC***

À semelhança do resto do mundo, a SADC registou um crescimento fenomenal no campo das Tecnologias de Informação e Comunicação. É óbvio que os telemóveis são agora uma janela de comunicação importante para a maioria dos cidadãos.

Embora sejam utilizados predominantemente para fazer chamadas de voz, os telemóveis também estão a ser utilizados para partilhar informação e para serviços mais eficientes através da plataforma de SMS. A penetração de telemóveis aumentou, estando os telefones a ser utilizados para uma multiplicidade de serviços que vão desde serviços bancários, publicitários e de informação sobre a saúde (em que, por exemplo, as pessoas em tratamento anti-retroviral (TAR) recebem alertas para tomarem a sua medicação), ao pagamento mais eficiente e em tempo real de facturas de serviços de públicos e subscrições.

## PROGRESSO REALIZADO RELATIVAMENTE À ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO DA SADC, 2005

### REALIZAÇÕES

Um dos maiores êxitos da Estratégia de Comunicação da SADC, de 2005, foi a realização de acções de consciencialização sobre a SADC. Isto foi alcançado através do envolvimento deliberado e consistente dos meios de comunicação social, aproveitando todas as oportunidades, incluindo a rotatividade da presidência e o acolhimento dos principais eventos da SADC, tais como Cimeiras de Chefes de Estado e de Governo da SADC realizadas em diferentes Estados-Membros. Todas as actividades relacionadas com as Cimeiras e os Conselhos da SADC tiveram uma cobertura exaustiva dos meios de comunicação social e, além fronteiras da Região, em alguns casos, através de emissões via satélite.

O projecto Informação 21 da SADC, apoiado pela Cooperação Técnica Belga, alcançou êxitos na melhoria da competência dos jornalistas de modo particular e da quantidade e qualidade das reportagens sobre a SADC por meio de um serviço de imprensa direccionado que acompanhava os acontecimentos na SADC e disseminava a informação aos meios de comunicação social a nível regional e mundial. Além disso, este projecto facilitou o seguinte:

- A produção de um Manual de Formação para os Meios de Comunicação Social para utilização pelos profissionais da comunicação social da Região.
- O resumo de todos os instrumentos jurídicos da SADC.
- A produção da SADC Today, uma revista que ilustra os desenvolvimentos ocorridos na SADC e que continua a ser publicada em Inglês, Português e Francês.
- A criação de fóruns de comunicação social nacionais que se interessam por questões relacionadas com a SADC e o apoio destes.
- O processo de harmonização das Políticas de Informação da SADC.
- A Produção de programas televisivos sobre a visão da SADC em todas as 3 línguas de trabalho da SADC que destacaram as origens e realizações da SADC.

Todos os instrumentos jurídicos da SADC (2007) foram resumidos, simplificados, traduzidos em todas as línguas de trabalho da SADC, ou seja, Inglês, Francês e Português, e distribuídos a todos os Estados-Membros por intermédio dos Pontos de Contacto Nacionais (NCP) e SNMC.

Agora já estão estabelecidos sistemas de partilha de informação através de redes de divulgação nacionais e de listas abrangentes de endereços dos meios de comunicação social da maioria dos Estados-Membros da SADC.

Foi produzido o Manual de Identidade Institucional da SADC para facilitar o reforço da sensibilização e da visibilidade da marca e da identidade da SADC em diferentes níveis bem como servir de guião protocolar.

O sítio web da SADC [www.sadc.int](http://www.sadc.int) foi actualizado a fim de consolidar a presença em linha da organização e proporcionar uma plataforma às audiências para o acesso ao

conjunto de informações e serviços oferecidos pela SADC e o contacto com os seus membros.

SADC INDUSTRIALIZATION STRATEGY AND ROADMAP 2015 - 2023  
Approved by Summit in Harare on 29 April 2015

SADC Industrialisation Strategy and Roadmap  
SADC Industrialisation Strategy and Roadmap seeks to engender a major economic and technological transformation at national and regional levels

**Recent News**

9 Nov, 2015  
**President Magufuli Is Sworn in**  
Pomp, fanfare and jubilation graced the Uhuru Stadium in Dar es Salaam, United Republic of Tanzania as President Dr. John Pombe Magufuli was being inaugurated yesterday at a ceremony attended by nine Heads of State and Government, local, regional and...

[READ MORE](#) [TWEET!](#)

**FEATURED PROCUREMENT**

**Mauritius Local and Overseas Procurement Opportunities**

Bids on appropriate forms are invited from local and overseas suppliers. Details can be found on <http://publicprocurement.govmu.org/pages/procurementlist.aspx>.

[SEE ALL](#)

**FEATURED EMPLOYMENT**

Sítio web da SADC; [www.sadc.int](http://www.sadc.int)

A presença em linha da SADC foi reforçada através do estabelecimento de uma presença forte nas redes de comunicação social como facebook, twitter e outros.

Southern African Development Community

SADC Government Organization

2,776 people like this

[Status](#) [Photo / Video](#)

Página Facebook da SADC; [www.facebook.com/sadc.int](http://www.facebook.com/sadc.int)

## DESAFIOS

Apesar destas realizações significativas, subsistem vários desafios. Os SNMC são o testemunho do nível elevado de sensibilização nos Estados-Membros, especialmente nas zonas urbanas, mas assiste-se a pouca ou nenhuma penetração nas zonas rurais. Existe um fosso entre o acesso a informação por parte das comunidades rurais e o acesso por parte dos cidadãos das zonas urbanas. O fraco sinal e os constrangimentos em termos de recursos para a manutenção das infra-estruturas de comunicação excluem, frequentemente, as populações rurais.

A cobertura das notícias da SADC pelos meios de comunicação social da Região tem-se baseado, em grande medida, em eventos e é fragmentada, deixando a audiência com um quadro incompleto da agenda de desenvolvimento e das realizações da SADC.

A comunicação é um processo bidireccional. Até ao presente, a SADC tem-se concentrado na divulgação de informação, verificando-se muito pouco investimento na auscultação do que a população já sabe ou pretende saber. Há necessidade de se comunicar de um modo em que se reflectam os interesses do público, a fim de assegurar que este participe plenamente na moldagem da agenda da Região. Pode-se conseguir isso, em parte, através da adopção e expansão do uso de plataformas e ferramentas estratégicas de comunicação em linha, com recurso a conteúdos de vídeo e imagem fixa em suporte multimédia. As redes sociais e as plataformas online oferecem um espaço acessível para comunicar com o público em geral, permitindo a obtenção de contributos das audiências para especificarem que conteúdos gostariam de ver publicados.

A comunicação interna no Secretariado da SADC é, de um modo geral, fraca. Regista-se uma comunicação frequente e prolífica a nível dos programas e das direcções, mas a comunicação entre os diferentes programas é inconsistente e assistemática.

O Secretariado da SADC e os Estados-Membros possuem um imenso manancial em termos de capacidade técnica no domínio do desenvolvimento, assim como inúmeros projectos e programas patrocinados que representam oportunidades no domínio da comunicação. Existe uma grande procura e apetência por parte dos meios de comunicação social por mais informação sobre as actividades da SADC.

## **OBJECTIVOS, AUDIÊNCIAS-ALVO E MENSAGENS**

À luz destes desafios e oportunidades, a SADC intensificará os seus esforços em prol da integração regional, assegurando que os cidadãos sejam mantidos informados e possam participar na definição da agenda de alívio da pobreza da Região. Durante os próximos anos, a atenção estará virada para o alcance das seguintes metas e objectivos:

### **FINALIDADE**

A finalidade da Estratégia de Comunicação e Promoção da SADC (2013 – 2017) é fortalecer os canais de informação que aumentam o conhecimento e a consciencialização públicos sobre a visão e as realizações da SADC, com vista ao alcance da integração regional e à erradicação da pobreza.

### **OBJECTIVOS**

- Aumentar a consciencialização e o conhecimento sobre a SADC, suas actividades e impacto em todos os Estados-Membros e a nível mundial.
- Melhorar o acesso e a troca de informações e de conhecimentos por parte dos Estados-Membros da SADC e do cidadão comum da Região.
- Fortalecer as relações com os meios de comunicação social e reforçar a sua capacidade de reportar, de forma competente, sobre a SADC.
- Fortalecer as parcerias com os intermediários do sector da informação para apoiar a promoção da visão, dos objectivos e das realizações da SADC.
- Tornar-se o repositório de informação e dados actualizados sobre as actividades da SADC e suas realizações, a fim de permitir uma comunicação célere e eficaz aos intervenientes.
- Posicionar, projectar e manter a imagem e marca institucionais da SADC em todos os seus Estados-Membros e além fronteiras.
- Apoiar e contribuir para a mobilização de recursos suficientes para sustentar e comunicar sobre os programas da SADC.
- Aumentar a forte presença da SADC em linha e nas redes sociais, com realce para a criação de conteúdos partilháveis de vídeo e imagem fixa em suporte multimédia.

### **AUDIÊNCIAS-ALVO**

A Estratégia de Comunicação e Divulgação da SADC terá por alvo uma variedade de audiências (a nível interno e externo) com vista a concretizar as suas ambições amplas em termos de comunicação.

Os cidadãos da SADC são o principal alvo da presente Estratégia de Comunicação. A compreensão dos cidadãos sobre as realizações, funções e capacidades da SADC é crucial para a mobilização de apoios e para a criação de parcerias estratégicas, sob pena de a organização ser incapaz de cumprir com o seu mandato e realizar o seu pleno potencial.

Os jornalistas assumem um papel essencial tanto na comunicação com, e no envolvimento dos cidadãos, permitindo que estes últimos relatem as suas histórias pessoais, como na clarificação das narrativas que configuram o debate, o pensamento e a opinião pública na Região.

Outras audiências externas, tais como investigadores e instituições académicas, serão informadas das questões e do manancial de informação de que a SADC dispõe nas suas bases de dados e através dos seus peritos. Organizações não-governamentais, parceiros de desenvolvimento e os principais formuladores de políticas serão visados na divulgação de informação crítica a fim de garantir que o seu trabalho esteja em conformidade com as prioridades da SADC.

No Secretariado e nos Estados-Membros, a Estratégia de Comunicação terá por alvo os funcionários do Secretariado da SADC enquanto embaixadores, na linha da frente, da organização. Estes serão informados sobre o trabalho desenvolvido pela organização para que aprofundem o seu conhecimento sobre a mesma. O que, em última análise, contribuirá, para melhorar a comunicação e construir uma marca e reputação positivas. A nível nacional, a Estratégia visará activamente os Coordenadores dos Meios de Comunicação Social Nacionais da SADC e os Pontos de Contacto Nacionais da SADC, a fim de mantê-los informados e para coordenar as suas acções locais de divulgação da SADC.

A comunicação com o Conselho de Ministros da SADC e departamentos governamentais é essencial para garantir que os mesmos sejam mantidos ao corrente dos acontecimentos que ocorrem na SADC e se obtenha deles o apoio necessário para a promoção da Estratégia de Comunicação junto do Secretariado e nos Estados-Membros.

A comunicação e a cooperação com as organizações subsidiárias da SADC e com os agentes de implementação dos programas da SADC concorrerão para o cruzamento de ideias e a compreensão mútua do trabalho levado a cabo por todos, resultando na consolidação da comunicação da SADC.

Os Parceiros de Cooperação Internacional (ICP), com potencial para apoiar, ou que já apoiem, os programas da SADC, serão informados de forma consistente sobre os planos e metas da SADC, a fim de os ajudar a harmonizar o seu apoio com a visão, as prioridades e as necessidades da SADC.



## CANAIS, TÁCTICAS E FERRAMENTAS

Serão identificados e utilizados canais, táticas, conteúdos e ferramentas apropriados para os diversos grupos de intervenientes para transmitir, eficazmente, mensagens fundamentais aos vários intervenientes e audiências. Será prestada igual atenção para assegurar a instalação interna de software e hardware de comunicação eficientes para permitir a comunicação e o engajamento efectivos com o exterior.

DEFINIÇÃO DOS PRINCIPAIS TERMOS	
<b>Canais</b> são as condutas a serem usadas para a transmissão de conteúdo.	<p>Incluem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Canais de meios de comunicação de massas como a imprensa escrita</li> <li>• Rádio e sítios web</li> <li>• Media digitais como as redes sociais</li> </ul>
<b>Táticas</b> referem-se a actividades que serão usadas para gerar conteúdo necessário para o envolvimento de audiências prioritárias.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sessões face-a-face</li> <li>• Envolvimento dos principais parceiros de desenvolvimento que apoiam o trabalho da SADC</li> <li>• Artigos de opinião em jornais electrónicos, etc.</li> </ul>
<b>Conteúdo</b> é o input produzido em diferentes formas, dependendo da tática escolhida, que é disseminado através de diversos canais, como rádio, televisão, vídeo, audio, publicação em blog, transmissão vídeo ao vivo (streaming), etc.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mensagens dos principais eventos da SADC</li> <li>• Mensagens de reuniões</li> <li>• Discursos de Chefes de Estado</li> <li>• Acontecimentos ocorridos na Região, etc.</li> </ul>
<b>Ferramentas</b> são dispositivos, tecnologias e aplicativos usados para a criação de conteúdo e transmissão de conteúdo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Softwares para planeadores de media e sítios web</li> <li>• Os sítios web dos Estados-Membros da SADC devem ser usados como canais eficazes para o envolvimento de diversas audiências</li> </ul>

### ENCORAJAR A APRENDIZAGEM PELOS PARES

Os Coordenadores Nacionais dos Meios de Comunicação podem aprender muito uns com os outros. O Secretariado precisa de apoiar a aprendizagem entre países centrada em táticas de comunicação que foram bem-sucedidas e tiveram um impacto máximo. Embora seja encorajada a realização de encontros presenciais, agora pode ser usada uma variedade de plataformas em linha para facilitar este aprendizado. Tais plataformas também podem ser usadas para a resolução de problemas (troubleshooting) e para a abordagem dos desafios de comunicação enfrentados pelos SNCM divulgação de matérias sobre a SADC. Usando pontos de encontros do Google (*Google hangouts*) ou

outras ferramentas gratuitas de difusão web para colocar perguntas e partilhar material. A Unidade de Comunicação e Relações Públicas pode assumir o papel de coordenador, impulsionando e nutrindo a demanda por tais sessões.

### **UMA EXPLORAÇÃO COLECTIVA E MAIS EFICAZ DE HORIZONTES**

A equipa da Unidade de Comunicação e Relações Públicas (CPRU), conjuntamente com os Estados-Membros, irá iniciar a formulação de um calendário colectivo para ser usado como plataforma para melhor reflectir as actividades atraentes e que são prioritárias para a SADC. Através de actividades de exploração de horizontes, a equipa da CPRU pode identificar e atirar a atenção para eventos e debates nos quais os membros possam estar interessados em participar. Esses eventos nem sempre precisam de ser presenciais, também podem ser virtuais como debates regionais em linha, eleições nos Estados-Membros, debates via twitter em conferências e reuniões. Onde seja possível, o Secretariado da SADC pode ajudar na mobilização colectiva de fundos para permitir que os Estados-Membros participem em eventos estratégicos.

### **REFORÇO DE COMPETÊNCIAS**

A equipa da CPRU irá liderar e coordenar as intervenções de reforço de capacidade na área de comunicação que irão ajudar os Estados-Membros a reforçar a sua capacidade interna de comunicar e interagir com parceiros; usar diversas ferramentas, técnicas e tecnologias; e melhor gerir as suas intervenções de comunicação estratégica. Os membros podem ser encorajados a ajudar a mobilizar recursos para tais acções de reforço de capacidades.

### **COMUNICAÇÃO COM AUDIÊNCIAS EXTERNAS**

Será reforçado o uso coerente e estratégico de canais como rádio, televisão e jornais. Tradicionalmente, os Coordenadores Nacionais dos Meios de Comunicação Social têm trabalhado com os respectivos canais nacionais de comunicação social mas estas relações poderão ser utilizadas de maneira mais estratégica para concretizar os objectivos da SADC. A CPRU pode prestar apoio nos processos de planificação, desenvolvimento de conteúdo e mobilização de recursos.

A produção estratégica de um leque de produtos de comunicação externa compreendendo o seguinte:

- *SADC Today*, um boletim informativo/revista externo (publicado em Inglês, Francês e Português) distribuído a uma multiplicidade de leitores na Região e além fronteiras; É essencial fazer a revisão do grau de interesse no conteúdo e da configuração da revista para manter-se pertinente;
- A exploração da produção de boletins informativos temáticos destinados a intervenientes como parceiros de desenvolvimento, com o objectivo de ajudar a mobilizar recursos para a organização;
- O uso de multimédia para a comunicação de mensagens provenientes de reuniões importantes para atrair diversas audiências;
- A manutenção dos cidadãos informados e envolvidos por meio de debates facilitados via twitter, facebook, sítio web e através de programas radiofónicos e televisivos. A identificação electrónica dos Coordenadores Nacionais dos Meios de Comunicação Social e de outros intervenientes é fundamental;



- O uso de imagens visuais de programas e eventos da SADC é uma poderosa ferramenta para atrair a atenção da audiência.

## **QUADRO PARA A PRODUÇÃO DE MENSAGENS**

Mensagens endereçadas a destinatários específicos, especialmente concebidas para intervenientes identificados, são parte integrante da comunicação estratégica. Uma vez identificados os intervenientes que a SADC deseja alcançar, a equipa da CPRU decidirá que tipo de mensagens são mais apropriadas e mais ressonantes para esses intervenientes. Essas mensagens serão guiadas por programas de trabalho nos Estados-Membros assim como por programas da SADC.

Embora permanecerá primariamente o papel dos Estados-Membros gerar as suas próprias mensagens relativas a programas nos seus respectivos países, a equipa da CPRU pode dar directrizes sobre o enquadramento de mensagens assim como uma ou duas áreas explícitas que devam ser promovidas a nível dos Estados-Membros.

A equipa da CPRU será responsável pela criação de mensagens que agreguem a informação que emane dos Estados-Membros e de programas do Secretariado da SADC. Será estimulado um processo de reflexão com os Estados-Membros para se chegar a acordo sobre as melhores mensagens a partilhar com diferentes audiências, em consonância com os interesses manifestados e debates havidos aos níveis nacional, regional e global.

Com a crescente utilização das redes sociais e de outras tecnologias digitais, a organização consagrará tempo para assegurar que as mensagens sejam apropriadas para cada canal de comunicação.

As mensagens que emanam da SADC devem ser:

- orientadas pelas intervenções estratégicas no quadro de estratégias regionais como o RISDP e a Estratégia e Roteiro para a Industrialização da SADC;
- destinadas a uma audiência específica;
- inovadoras, com vista a alcançarem uma audiência diversificada.

A SADC irá redigir mensagens claras e que apresentem um quadro unificado daquilo que a SADC realmente é e comunga.

### **Áreas Temáticas:**

Os temas e as mensagens vão basear-se, mas não se limitarão, nas seguintes Áreas de Intervenção Prioritárias, conforme definido no Plano Estratégico Indicativo de Desenvolvimento Regional:

- Comércio, Liberalização Económica e Desenvolvimento;
- Apoio à Infra-estruturas, Gestão Integrada de Recursos Hídricos;
- Segurança Alimentar, Desenvolvimento Social e Humano, Paz e Segurança, Saúde, especialmente combate à pandemia de VIH e SIDA;
- Igualdade de Género e Desenvolvimento, Ciência e Tecnologia;
- Tecnologias de Informação e Comunicação;
- Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável, Desenvolvimento do Sector Privado e Estatística.

No processo de comunicação, será dada prioridade a áreas temáticas como de Energia, Abastecimento de Água, Desenvolvimento de Competências, Financiamento, etc., que visam fazer avançar a agenda de industrialização.

- As mensagens servirão de ponto de partida para a conjugação dos esforços dos Estados-Membros em torno de uma questão particular e permitir-lhes falar em uma só voz.
- Serão divulgadas mensagens nos principais Dias Internacionais relevantes, tais como o Dia Mundial de Luta contra o SIDA, o Dia Internacional para a Erradicação da Pobreza, o Dia Mundial da Água, o Dia da SADC, etc.
- O Secretariado da SADC irá escolher uma mensagem para cada ano e utilizá-la como ponto aglutinador para as actividades de divulgação.
- As mensagens terão em conta a diversidade dos cidadãos da Região e darão prioridade à utilização das línguas locais. As mensagens não perpetuarão os estereótipos de género.

## PRINCÍPIOS

Os princípios que se seguem destacam a abordagem da SADC na comunicação com as diferentes audiências.

- Ser sensível às exigências da audiência diversificada da Região, tendo em consideração as suas línguas, o contexto político e o acesso às tecnologias de informação e comunicação.
- Dar prioridade à escuta de, e privilegiar as vozes de todos os cidadãos, jovens e velhos, das zonas urbanas e rurais.
- Ter em consideração questões de igualdade de género e assegurar que a sua comunicação não perpetue estereótipos de género, discriminação e violência contra a mulher. Os Chefes de Estado e de Governo da SADC assinaram o Protocolo da SADC sobre Género e Desenvolvimento <sup>1</sup>, que inclui cláusulas progressivas e 28 metas, incluindo a meta sobre a ocupação, pelas mulheres, de 50 por cento dos postos de tomada de decisão nos sectores público e privado. Estas metas proporcionam oportunidades cruciais de comunicação que podem ser usadas para a definição do perfil da organização em áreas de importância global.
- Usar ferramentas e práticas de comunicação inovadoras que sejam adequadas ao fim a que se destinam (isto é, adequadas tanto para as mensagens a serem transmitidas como para as audiências visadas); estimular o envolvimento dos seus principais intervenientes; e ser eficaz em termos de custo.
- Promover comunicação baseada em evidência, coexistência e integração regional na transmissão das mensagens da SADC.

## ÁREAS PRINCIPAIS DE RESULTADOS

A Estratégia de Comunicação e Divulgação da SADC será operacionalizada nas cinco áreas principais de resultados seguintes. Estas áreas principais de resultados focarão na consolidação dos níveis de consciencialização já alcançados e na edificação do conhecimento, especialmente nas principais áreas temáticas descritas no Plano Estratégico Indicativo de Desenvolvimento Regional e no Plano Estratégico Indicativo do Órgão.

### 1. AUMENTO DA CONSCIENCIALIZAÇÃO E INTERLIGAÇÃO ENTRE CIDADÃOS

- A comunicação consolidará os níveis de consciencialização alcançados até ao momento. A SCPS será oportunista e procurará formas para aumentar a consciencialização e integrar a agenda da SADC nos eventos a nível nacional, regional e internacional.
- Os eventos pan-africanos e globais oferecem oportunidades, a não perder, para

<sup>1</sup> O Protocolo da SADC sobre Género e Desenvolvimento, assinado em 2008, pelos Chefes de Estado e de Governo da SADC, estabelece 28 metas para a inclusão de questões de género no programa de acção e em iniciativas de edificação comunitária da SADC. [http://www.sadc.int/files/8713/5292/8364/Protocol\\_on\\_Gender\\_and\\_Development\\_2008.pdf](http://www.sadc.int/files/8713/5292/8364/Protocol_on_Gender_and_Development_2008.pdf)

aumentar a visibilidade da SADC.

- O Secretariado da SADC, em colaboração com os Coordenadores dos Meios de Comunicação Social Nacionais e demais redes nacionais, irá dialogar activamente com os cidadãos a fim de se inteirar plenamente das suas necessidades. Este diálogo dará forma ao conteúdo e às abordagens da comunicação da SADC.
- Serão envidados esforços no sentido de interligar os cidadãos nos seus próprios países e com os dos outros Estados-Membros da SADC. A SADC impulsionará o diálogo e interligará os cidadãos através de fóruns interactivos que permitam aos cidadãos e aos líderes, nos diferentes níveis, dar forma à agenda de desenvolvimento da Região.
- A utilização do Dia da SADC, celebrado a 17 de Agosto de cada ano, para mobilizar os cidadãos da Região para reflectirem sobre a importância da comunidade regional, será central para a estratégia de comunicação. A nova abordagem proposta será de planejar eventos em torno deste dia, enquanto processo e não evento. Na prática, isto quer dizer o planeamento de uma série de eventos a nível nacional e regional durante os meses que antecedem o dia 17 de Agosto.
- Serão divulgadas mensagens nos grandes dias internacionais relevantes, tais como o Dia Mundial de Combate ao SIDA, o Dia Internacional para a Erradicação da Pobreza, o Dia Mundial da Água, etc.
- Serão nomeados embaixadores da marca, que deverão ser individualidades influentes, bem esclarecidas sobre a Região e as suas questões e respeitadas, para promoverem as mensagens e a agenda da SADC.
- Serão envidados esforços para inculcar os valores e o objectivo da SADC nas mentes da juventude da Região, através do desenvolvimento de currículos escolares e das instituições de ensino superior.
- Os esforços de aumento da consciencialização visarão superar o desnível entre as populações urbanas e rurais. A SADC alargará a sua utilização das redes radiofónicas para alcançar os cidadãos residentes em áreas remotas, intermediários do sector da informação e, quando possível, tirará proveito das novas tecnologias de comunicação social que provaram ser eficazes para o alcance das populações.

## **2. TROCA DE INFORMAÇÃO E DE CONHECIMENTOS**

- As actividades de divulgação de informação da SADC serão conjugadas às de organismos similares e intermediários do sector de informação cujo mandato seja divulgar informação sobre a organização.
- Serão investidos recursos na organização e promoção de excursões e exposições itinerantes que permitam aos meios de comunicação social da Região compreender plenamente os projectos de desenvolvimento da SADC e captar as vozes dos cidadãos.

- A informação existente será utilizada e investida na produção de novos produtos de conhecimento sobre a SADC.
- Serão criados centros de informação e pontos de contacto para permitir o acesso público a informação a nível nacional e regional. Estes centros de informação servirão de repositórios de informação sobre a SADC e recolherão pareceres que subsidiarão o processo de desenvolvimento de melhores serviços.
- O sítio web da SADC [www.sadc.int](http://www.sadc.int) oferece uma grande oportunidade para manter os cidadãos actualizados sobre o evoluir dos acontecimentos na Região. O novo sítio web comporta características que promovem a interacção e permitem que os internautas indiquem num menu de opções os tipos de actualização que gostariam de receber. Serão envidados esforços no sentido de actualizar de forma consistente o sítio web e interligá-lo a outros sítios web dos Estados-Membros.
- Serão aproveitadas as oportunidades oferecidas por novos meios de comunicação social, especialmente as redes de socialização, para divulgar a SADC e providenciar uma plataforma para a interligação entre os cidadãos. As redes sociais serão usadas estrategicamente para o envolvimento com audiências e interligadas ao sítio web da SADC, reunindo todas as plataformas para audiências num local central.
- Será produzido um boletim semanal informal que irá compilar e apresentar em “tempo real” as actividades, o progresso e o impacto das actividades da SADC. Este será partilhado através do sítio web e utilizado para actualizar os conteúdos.

### **3. ENVOLVIMENTO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

- A SADC redobrará esforços com vista a envolver activamente a comunicação social, tanto a nível nacional como regional. Será formulada uma política de informação harmonizada e vibrante para a cobertura noticiosa da SADC, a fim de orientar os jornalistas na cobertura de matérias informativas sobre a SADC.
- Os jornalistas serão mantidos a par dos acontecimentos ocorridos na SADC a níveis nacional e regional. A SADC assegurará a ligação com os jornalistas, a fim de estabelecer uma rede forte que facilitará a partilha de informação e de experiências.
- Será dada prioridade a uma maior utilização dos meios de comunicação social estatais e públicos existentes nos Estados-Membros e à prestação de um maior apoio aos Coordenadores Nacionais dos Meios de Comunicação Social da SADC. Serão envidados esforços com vista ao envolvimento criativo com as diversas organizações de comunicação social públicas e privadas em todos os Estados-Membros.
- A produção de conteúdos partilháveis entre as plataformas disponíveis a nível regional é prioritária. O Secretariado da SADC, em colaboração com os parceiros interessados, realizará estudos destinados ao relançamento de iniciativas, tais como *SABANEWS*, *SADC Vision*, *SADC Calling e Beyond Borders*. A *publicação do Southern Times* será devidamente promovida e apoiada. Estas iniciativas têm

potencial de manter os cidadãos informados sobre os eventos e envolverem-se neles a medida em que estes se desenrolam.

- Serão criadas e abertas bases de dados de informação, facilitando assim o acesso aos meios de comunicação social. Os jornalistas serão informados sobre as actuais fontes credíveis de informação regional, tais como o Centro de Investigação e Documentação da África Austral. Além disso, a SADC vai criar mais bases de dados de informação, providenciar e fortalecer o acesso rápido a informação fiável sobre a Região através de acesso electrónico e por outras formas.
- O Secretário Executivo da SADC será a face do Secretariado da SADC nos media e o seu principal porta voz.

#### **4. FORTALECIMENTO DOS SISTEMAS INTERNOS DE COMUNICAÇÃO E COESÃO**

- Como primeiro passo para o fortalecimento da comunicação, a SADC deve integrar a comunicação em todo o seu trabalho e políticas. Isto permitirá o planeamento estratégico, a mobilização e reafecção de recursos, de modo a assegurar o desempenho das funções de comunicação da organização. Desde a sua concepção os projectos terão um plano de comunicação e visibilidade.
- Os funcionários serão preparados para serem embaixadores efectivos da organização. Isto pressuporá a implementação de estratégias tendentes a estimular uma melhor compreensão sobre a visão da organização, os seus objectivos, prioridades e programas. Considerar-se-á a introdução de incentivos e prémios adequados para os funcionários da SADC que comuniquem eficazmente em nome da organização, assim como a revisão das avaliações do desempenho para sistematizar a comunicação eficaz.
- Os funcionários serão capazes de exercer a “função de embaixadores” com competência através da disponibilização de kits informativos e o estabelecimento de ligações entre os vários programas para que estes procurem interagir efectivamente entre si.
- Serão feitas melhorias em termos de funcionamento das estruturas nacionais, especialmente dos Coordenadores Nacionais da Comunicação Social, a fim de reforçar a sua capacidade de planificação, realização e monitorização da implementação da Estratégia de Comunicação e Divulgação da SADC a nível nacional.

#### **5. PRESERVAÇÃO DA IMAGEM INSTITUCIONAL E GESTÃO DA MARCA**

A imagem institucional e a marca da SADC serão promovidas de forma activa e utilizadas para reforçar e consolidar as realizações da organização na Região e a nível mundial. Serão criados e divulgados mecanismos claros para o seu uso por todos os funcionários, a fim de assegurar a sua utilização por todos os Estados-Membros, Direcções e Unidades orgânicas do Secretariado.

### **A nível regional:**

A Unidade de Comunicação e Relações Públicas irá:

- Impulsionar a conclusão atempada do Manual de Identidade Institucional e traduzir todos os materiais nas três línguas de trabalho da SADC assim como nas línguas locais, quando possível.
- Gerar materiais audiovisuais para uso pelos media para aumentar o seu alcance através de diversificação de plataformas de comunicação.

### **A nível nacional:**

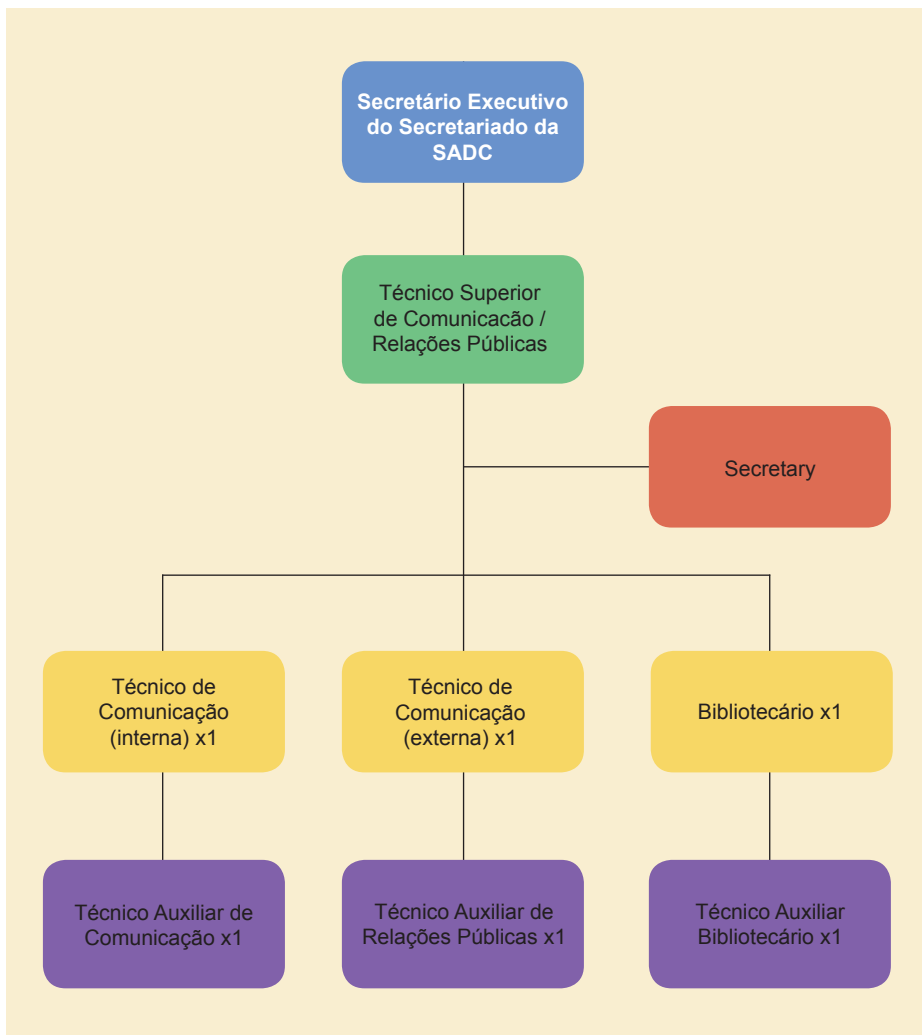
Os Estados-Membros devem:

- Disponibilizar recursos para a reprodução de artigos promocionais a nível nacional e os Coordenadores Nacionais dos Meios de Comunicação Social da SADC irão monitorizar e facilitar a utilização adequada do logotipo e de todas as insígnias institucionais da SADC.
- Distribuir materiais promocionais institucionais/recordações da SADC a grupos de parceiros.
- Hastear a bandeira da SADC nos Estados-Membros e em eventos apropriados.
- Garantir a entoação do Hino da SADC em todas as reuniões e eventos de vulto.
- Traduzir o Manual de Identidade Institucional da SADC num documento prático, fácil de compreender e exequível a nível nacional.
- Lançar e promover a marca da SADC.

## ATRIBUIÇÕES E RESPONSABILIDADES DA UNIDADE DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS

A estrutura actual da Unidade de Comunicação e Relações Públicas é ilustrada no organigrama que se segue. A Unidade de Comunicação e Relações Públicas está adstrita às estruturas de direcção máxima da organização a fim de assegurar que as questões de comunicação sejam devidamente compreendidas e planeadas ao mais alto nível.

### ORGANIGRAMA DA UNIDADE DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS DA SADC





## MONITORIZAÇÃO E AVALIAÇÃO

Será elaborado um Plano de Monitorização e Avaliação que irá explicitamente oferecer sistemas para o aferimento do progresso alcançado na realização desta Estratégia, para:

- Estabelecer um quadro sobre o que significa o sucesso;
- Estabelecer um conjunto de indicadores que possam ser utilizados para a recolha de evidências de impacto;
- Conceber e introduzir sistemas de recolha e análise assim como de avaliação da eficácia;
- Formar quadros para encetarem a avaliação;
- Estabelecer inquéritos anuais para a recolha do parecer das audiências e a determinação do progresso alcançado.

O impacto das estratégias de comunicação é manifestamente difícil de aferir. É difícil imputar categoricamente o impacto de determinados resultados a uma única iniciativa ou a um conjunto de iniciativas. Quando muito, o que pode ser medido é a contribuição da SADC para quaisquer resultados visíveis. E isto apela a abordagens criativas para a análise das contribuições, assim como para a comunicação sobre a contribuição de determinado conjunto de acções e iniciativas para a consecução de resultados mais amplos.

Deve ser identificado um conjunto de indicadores para cada um dos Objectivos de Comunicação e, no mínimo deve incluir a sensibilização relativamente à marca SADC por parte de intervenientes globais visados; comunicação coerente e consistente das principais mensagens de programas; uso eficaz de plataformas para apoiar a aprendizagem nos países; uso de plataformas e canais apropriados para amplificar e partilhar a aprendizagem sobre a SADC junto de múltiplos intervenientes.

A Monitorização e Avaliação desta Estratégia também deve guiar-se-á pelo quadro geral no âmbito do RISDP e de outros documentos essenciais que comungam a visão e os desideratos da organização. Os dados colectados deverão subsidiar os processos de planificação da Unidade e organizacionais.

A equipa de Comunicação e Relações Públicas da SADC terá de rever a Estratégia de Comunicação face às áreas principais de resultados para identificar onde a Unidade poderá precisar de apoio adicional para o alcance dos objectivos fixados.

## ELEMENTOS DO PLANO DE TRABALHO

Há necessidade de se dar uma face humana à SADC. Conforme se apresenta, os cidadãos permanecem pouco claros sobre a identidade da organização regional e, na maioria dos casos, não se revêm na sua visão, mandato e acções. A asserção segundo a qual a SADC é a favor do povo e está ao serviço do povo da SADC não é partilhada muitos dos seus cidadãos. Recomenda-se a realização de um inquérito de base ampla que determine o que o povo desconhece; que ideias preconceituosas têm sobre o que a SADC faz; que dimensão dos seus conhecimentos refere-se às suas

realizações e o que gostariam de ver realizado.

Para se dar início à implementação da presente estratégia abaixo propõe-se a realização de várias medidas a curto e médio prazos. As recomendações que se seguem são consideradas essenciais para a materialização da presente Estratégia de Comunicação e Divulgação.

## **RECOMENDAÇÕES PARA A IMPLEMENTAÇÃO DO PRÉMIO REGIONAL DE JORNALISMO**

Em resposta à decisão do Conselho de se proceder à revisão do Prémio de Jornalismo da SADC e tendo em conta que o Workshop de Avaliação não proporcionou tempo suficiente para que o Comité Regional de Adjudicação (CRA) se debruçasse profundamente sobre todos os assuntos referentes ao prémio de jornalismo, foram apresentadas as seguintes recomendações:

- Permitir que os membros do CRA realizem uma reunião separada destinada a avaliar, de forma colectiva, o Prémio de Jornalismo da SADC e a apresentar recomendações substanciais e estratégicas que orientarão a atribuição do Prémio de Jornalismo da SADC ao longo dos próximos cinco anos.
- Solicitar ao Conselho para aplicar a decisão 5.1.2.4 sobre o prémio monetário. Estão previstos dois prémios monetários para cada uma das quatro categorias da prova (Imprensa escrita, Televisão, Fotografia e Rádio). O valor monetário a ser atribuído a cada um dos primeiros classificados por categoria é de 2.500,00 USD. Cada um dos segundos classificados por categoria receberá o valor monetário de 1.000,00 USD assim como um certificado, entregues nos respectivos países pelo Ponto de Contacto Nacional.
- O valor monetário deve ser incrementado bianualmente com base numa percentagem acordada.
- O acolhimento do CRA deve ser feito rotativamente, em linha com a Presidência da SADC.
- A participação obrigatória no CRA deve fazer-se cumprir conforme o disposto no Tratado.
- Devem ser criados Comités Nacionais de Adjudicação e estarem operacionais em todos os países da SADC. Não poderá ser submetido nenhum trabalho a concurso a nível regional sem primeiro ter transitado pelo relevante Comité Nacional de Adjudicação.
- As cerimónias de atribuição do Prémio de Jornalismo devem continuar a ser parte integrante da agenda da Cimeira. A realização da cerimónia de outorga de prémios durante a Cimeira eleva o perfil e a visibilidade dos prémios e constitui um incentivo para que outros também participem. Os certificados dos vencedores dos Prémios de Jornalismo da SADC são assinados pelo Presidente em Exercício da SADC

Outras Recomendações incluem o seguinte:

- O Concurso deve procurar obter patrocínios junto do sector empresarial/privado para aumentar o número e o valor dos prémios.
- Devem ser criadas mais categorias do prémio, tais como reportagens, notícias, etc.

- A rejeição de trabalhos por parte dos Estados-Membros, durante a avaliação das propostas provenientes dos seus próprios Comités Nacionais de Adjudicação, não deve ser uma imposição, pois poria em causa a legitimidade em si do Prémio. No processo de avaliação das propostas, os membros do júri dos Estados-Membros devem basear-se na qualidade dos trabalhos e pautar-se pela observância das regras.
- Apenas as propostas de cidadãos nacionais apresentadas nos seus respectivos Estados-Membros habilitam-se à avaliação regional, devendo todos os cidadãos nacionais apresentar as suas candidaturas a partir dos seus respectivos países.

## **DIRECTRIZES DA SADC SOBRE O USO DAS REDES SOCIAIS**

Cada vez mais, as redes sociais são o meio através do qual o mundo estabelece redes de contactos e se comunica, com o propósito de partilhar informações e conhecimentos. As redes sociais incentivam a transparência, o diálogo e o engajamento. Para garantir que o uso das redes sociais seja coordenado e reflecta a visão da SADC, o Secretariado formulará directrizes para os funcionários que definirão:

- Como as redes sociais deverão ser usadas;
- Quem é responsável pela manutenção das suas várias plataformas de redes sociais;
- Como responder a qualquer opinião negativa (um guia prático para a resolução de problemas e gestão de crises);
- Como lograr uma projecção consistente da marca através das várias plataformas;
- Direitos de autor e legislação.

Os conteúdos das várias plataformas de redes sociais que o Secretariado vai gerir devem ser gerados pela informação contida no sítio web da SADC. A utilidade das redes sociais consistirá em chamar a atenção para as várias actividades e programas levadas a cabo pela SADC. As redes sociais devem ser usadas de forma estratégica, com clareza sobre a audiência visada e consistente em todos os domínios. As plataformas de redes sociais devem estar interligadas ao sítio web da SADC para que sejam facilmente acessíveis. Para além disso, devem ser estabelecidas interligações directas de cada plataforma independente para o sítio web.

A informação relevante sobre as actividades em curso nos Estados-Membros deve ser providenciada pelos SNMC. Contudo, os funcionários do Secretariado também obterão informação junto das diferentes direcções. O Secretariado da SADC vai gerir a página oficial do Facebook que apresentará o logotipo oficial da SADC, será actualizada regularmente por um funcionário designado pela Unidade de Comunicação e Relações Públicas a fim de comunicar as mensagens da SADC e chamar atenção para actividades e eventos que tenham merecido destaque no sítio web da SADC. A utilização do Facebook permitirá à SADC visar estrategicamente os jovens da Região e ter à disposição um espaço virtual subsidiário que permita às partes interessadas comunicarem-se com a SADC como uma via alternativa.

A SADC também vai gerir uma conta central do Twitter, @SADC\_News. O conteúdo da conta no Twitter também pode ser obtido no sítio web, devendo os conteúdos estar ligados à página do Facebook. O Secretário Executivo (ES) é encorajado a criar e a

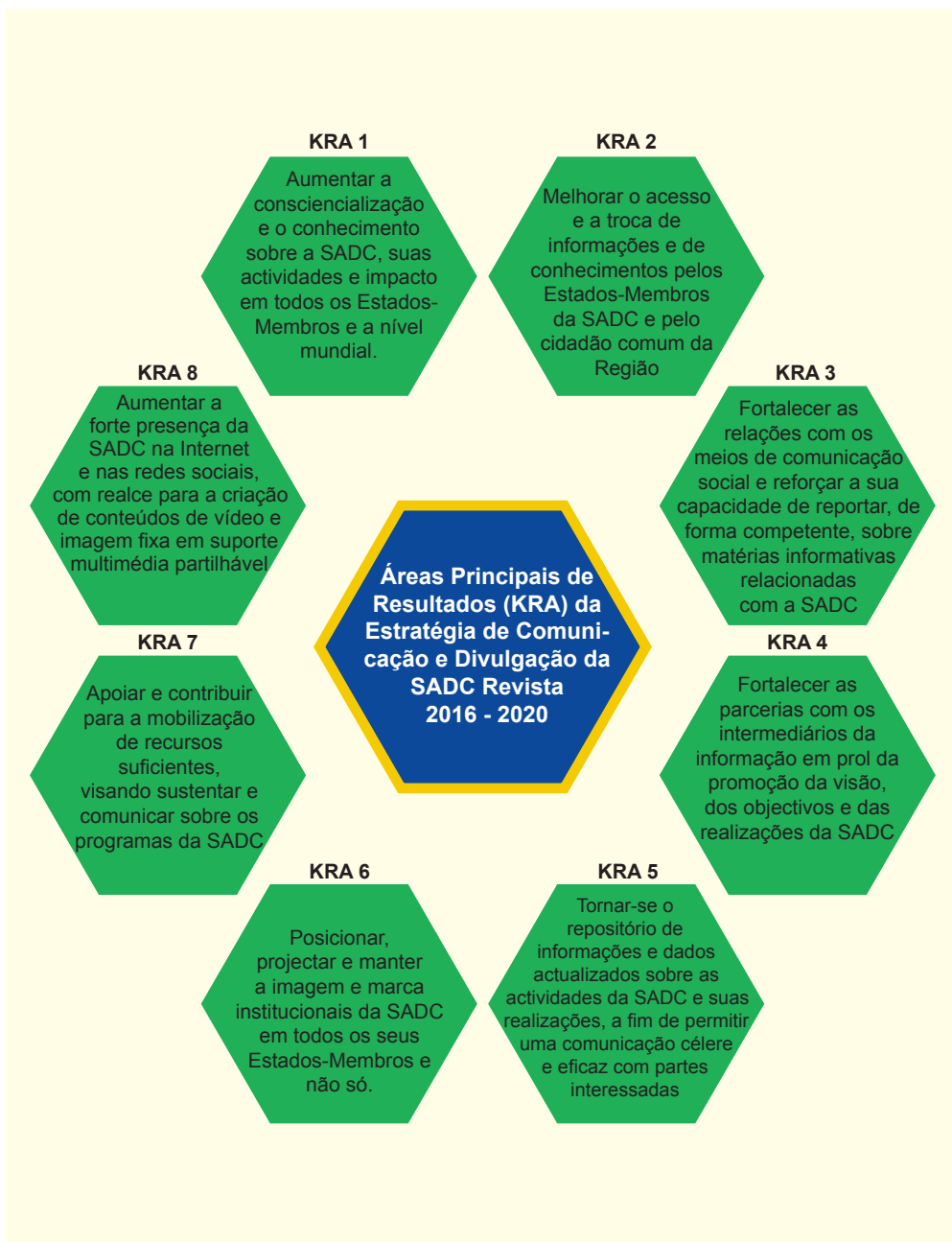
gerir uma conta no Twitter para se comunicar com as audiências interna e externa. Essa conta pode ser gerida pela Unidade de Comunicações e Relações Públicas mas o Secretário Executivo reserva-se o direito de autorizar o conteúdo dos tweets.

Também pode ser incorporado um blogue no sítio web. O blogue necessitará de actualização regular e os funcionários da Unidade de Comunicação e Relações Públicas precisarão de encorajar outros funcionários das diversas direcções/unidades a providenciar relatórios de missão que possam servir de matéria de base para publicar no blogue.

O Secretariado manterá também uma conta Flickr que estará ligada ao sítio web. As imagens do Flickr facilitarão a obtenção, por parte dos jornalistas, de fotografias sobre eventos e programas da SADC contidas no sítio web. As imagens serão actualizadas com fotografias tiradas em eventos da SADC, bem como fotografias disponibilizadas por outras direcções/unidades ou por funcionários que se tenham deslocado em missão de serviço. Também será criado um canal Youtube para divulgar vídeos da SADC de diversas conferências e deslocações em missão de serviço. O canal deve conter vídeos de curta duração e interessantes de discursos pronunciados pelo Secretário Executivo e por quaisquer outros funcionários da SADC.

Para garantir que as redes sociais geradas pela SADC surtam o efeito desejado, o Secretariado utilizará instrumentos analíticos da Internet, tais como o Google Analytics, para monitorizar o tráfego para o sítio web e qualquer das suas outras plataformas de redes sociais. Esta prática permitirá a monitorização da penetração das principais mensagens e a análise das tendências.

## PRINCIPAIS ÁREAS DE RESULTADOS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO



## Plano de Implementação da Estratégia de Comunicação e Divulgação da SADC Revista, 2016-2020

### KRA 1: Aumentar a consciencialização e o conhecimento sobre a SADC, suas actividades e impacto em todos os Estados-Membros e a nível mundial

Resultados/ Impacto esperados	Resultados Visados	KPI:	Actividades principais	Actividades subsidiárias	Prazos de execução					Responsável		
					'17	'18	'19	'20	Secretariado	EM		
Maior visibilidade e reconhecimento das intervenções bem-sucedidas da SADC	Publicação anual das histórias de sucesso da SADC	Um folheto contendo histórias de sucesso da SADC divulgado anualmente	Documentação e divulgação do folheto «Histórias de Sucesso da SADC»	Produzir a nota conceptual para apoiar os Estados-Membros a identificarem histórias de sucesso que ilustrem os benefícios da integração regional	X						PRU	
				Recolher potenciais histórias de sucesso com contributos do Secretariado e dos EM	X	X	X	X	X	PRU com contributos das direcções técnicas	NCP	
				Solicitar fotografias para ilustrar as histórias de sucesso								
				Editar os artigos								
				Consultoria para a documentação das histórias de sucesso	X	X	X	X	X	PRU	NCP	
				Consultoria para a produção do folheto «Histórias de Sucesso da SADC»	X	X	X	X	X	PRU		
				Divulgar o folheto «Histórias de Sucesso da SADC» junto dos órgãos de comunicação social e multiplicadores pertinentes	X	X	X	X	X	Secretariado	NCP, SNMC	
				Divulgar as «Histórias de Sucesso da SADC», através dos canais da Internet e redes sociais da SADC	X	X	X	X	X	PRU	SNMC	
	Publicações temáticas cobrindo os principais sectores	Um máximo de duas novas publicações temáticas por ano	Produção de publicações temáticas	Seleccionar sector a ser retratado na publicação temática	X	X	X	X	X	PRU	SNMC	

			Definir o âmbito das publicações temáticas	X	X	X	X	X	PRU	SNMC
			Consultoria para a produção das publicações temáticas	X	X	X	X	X	PRU	
		Divulgação das publicações temáticas	Divulgar nos ministérios e instituições pertinentes dos EM	X	X	X	X	X		NCP, SNMC
			Divulgar nos órgãos de comunicação social dos EM	X	X	X	X	X		SNMC
			Divulgar através dos canais da Internet e redes sociais da SADC	X	X	X	X	X	PRU	
«Dia anual de Portas Abertas» no Secretariado para acolher os cidadãos da SADC e sensibilizá-los sobre a missão, o trabalho e as conquistas da SADC	Número de visitantes no «Dia de Portas Abertas» no Secretariado	Realizar o «Dia de Portas Abertas» no Secretariado	Conceptualizar o «Dia de Portas Abertas» com as direcções/unidades e o actual presidente da SADC		X	X	X	X	PRU	EM
			Produzir material específico de Informação, Educação e Comunicação (IEC) e compilar o material disponível em pacotes, de acordo com o conceito definido		X	X	X	X	PRU	EM
			Stands dos Estados-Membros e das Direcções, para mostrar exemplos de projectos bem-sucedidos da SADC		X	X	X	X	Secretariado	EM
			Realizar o «Dia de Portas Abertas» no Secretariado		X	X	X	X	PRU	EM
			Registar o parecer dos visitantes sobre o Dia e a SADC		X	X	X	X	PRU	
Eventos temáticos nos EM sobre as prioridades da SADC	Número de eventos realizados nos EM	Organizar eventos temáticos nos EM sobre as prioridades da SADC	Identificar as prioridades adequadas aos EM		X	X	X	X		EM
			Organizar eventos		X	X	X	X		EM

**KRA 2: Melhorar o acesso e a troca de informações e de conhecimentos pelos Estados-Membros da SADC e pelos cidadão comum da Região**

Resultados Esperados/ Resultados Finais	Resultados Visados	KPI:	Actividades principais	Actividades subsidiárias	Prazos de execução				Responsável		
					'17	'18	'19	'20	Secretariado	EM	
Maior compreensão sobre a visão, o trabalho e o impacto da SADC por parte do cidadão comum	Educação sobre a história, a missão e o impacto da SADC introduzida nos currículos escolares dos EM	Número de EM em que temas sobre a SADC tenham sido introduzidos nos currículos escolares	Introduzir temas sobre a SADC nos currículos escolares	Comparar com os EM que já tenham introduzido temas sobre a SADC nos currículos nacionais		X				PRU	NCP, Ministérios da Educação
				Formular o conceito para a introdução de temas sobre a SADC nos currículos nacionais		X	X				NCP, Ministérios da Educação
				Implementar nas escolas dos EM			X	X	X		Ministérios da Educação
Participação em concursos de redacção da SADC	Vencedores dos EM e regionais nomeados anualmente	Concurso anual de redacção da SADC		Seleccionar o tema anual para o concurso de redacção	X	X	X	X	X	Secretariado	EM
				Preparar o conceito e critérios de adjudicação de prémios	X	X	X	X	X		EM
				Preparar o anúncio e difundir nas escolas	X	X	X	X	X		EM
				Seleccionar os vencedores nacionais a nível dos EM	X	X	X	X	X		EM
				Organizar e publicar os eventos de atribuição de prémios	X	X	X	X	X		SNMC
				Adjudicar os prémios aos vencedores regionais do concurso de redacção	X	X	X	X	X		EM
Comemoração anual do Dia da SADC nos EM	Número de EM que celebram o Dia da SADC	Realizar as celebrações anuais do Dia da SADC nos EM		Formular e executar o conceito com vista a celebrar o Dia da SADC, no âmbito de actividades de sensibilização e celebração realizadas durante uma semana nos EM		X	X	X	X		SNC, NCP
				Obter parecer dos visitantes das celebrações do Dia da SADC sobre conhecimento e apoio da SADC		X	X	X	X		SNC, NCP



**KRA 3: Fortalecer as relações com os meios de comunicação social e reforçar a sua capacidade de reportar, de forma competente, sobre matérias informativas relacionadas com a SADC**

Resultados Esperados/ Resultados Finais	Resultados Intermediários Visados	KPI:	Actividades principais	Actividades subsidiárias	Prazos de execução				Responsável	
					'17	'18	'19	'20	Secretariado	EM
Fortalecida a capacidade dos EM e regional para transmitir as actividades e os êxitos da SADC aos órgãos de comunicação social dos EM	Notícias e histórias relacionadas com a SADC transmitidas aos órgãos de comunicação social dos EM pontualmente	Listas de contacto dos órgãos de comunicação social nacionais de cada EM partilhadas anualmente com a PRU	Manutenção das listas de contacto dos órgãos de comunicação social nacionais		X					NCP, SNMC
				Elaborar um modelo normalizado de listas de contacto dos órgãos de comunicação social nacionais	X				PRU	NCP, SNMC
				Actualizar as listas de contacto dos órgãos de comunicação social nacionais	X	X	X	X		NCP, SNMC
				Partilhar as listas de contacto dos órgãos de comunicação social nacionais com a PRU anualmente	X	X	X	X		NCP, SNMC
				Actualizar as listas de contacto dos órgãos de comunicação social nacionais	X	X	X	X	PRU	
Reforçada a capacidade dos órgãos de comunicação social de reportagem, de forma competente, de temas relacionados com a SADC	Capacitação dos jornalistas regionais	Realizada formação anual de jornalistas, editores e profissionais relevantes dos órgãos de comunicação social regionais e feita a cobertura da Cimeira da SADC	Formação para jornalistas regionais	Formular o conceito da formação de jornalistas, editores e profissionais relevantes dos órgãos de comunicação social regionais da imprensa escrita, televisão, rádio e Internet com foco na inclusão da mulher	X				PRU	NCP, Comité do NCP sobre Órgãos de Comunicação Social, Comités Nacionais de Adjudicação, SNMC
				Seleccionar jornalistas, editores e profissionais dos órgãos de comunicação social relevantes participantes, com base no mérito e na experiência com foco na inclusão da mulher	X	X	X	X	PRU	NCP, Comité do NCP sobre Órgãos de Comunicação Social, Comités Nacionais de Adjudicação, SNMC
				Realizar a formação por via de consultoria	X	X	X	X	PRU	
			Cobertura da Cimeira da SADC por parte dos participantes na formação sobre jornalismo	Identificar pontos de contacto nas comitivas dos EM à Cimeira da SADC de entre jornalistas, editores e profissionais da comunicação social relevantes participantes	X	X	X	X		NCP, SNMC

				Definir oportunidades para que jornalistas, editores e profissionais da comunicação social relevantes participantes interajam com as comitivas dos EM e funcionários da SADC antes e durante a Cimeira da SADC		X	X	X	X	PRU	NCP, SNMC	
	Oportunidades para que jornalistas regionais interajam com os funcionários da SADC	Artigos gerados como resultado das interações directas dos jornalistas, editores e profissionais da comunicação social relevantes com os funcionários da SADC	Identificação e aproveitamento das oportunidades adequadas	Identificação, pelos EM, de oportunidades adequadas com foco na inclusão da mulher		X	X	X	X		NCP, SNMC	
				Viabilização, pelos EM, da interacção dos jornalistas, editores e profissionais da comunicação social relevantes com os quadros da SADC		X	X	X	X		NCP, SNMC	
Maior qualidade e quantidade da cobertura jornalística dos EM de Protocolos, Políticas e Programas da SADC	Revistas de imprensa mensais e relatórios-síntese anuais sobre a qualidade e quantidade da cobertura jornalística da SADC por parte dos media dos EM	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de EM que apresentam relatórios trimestrais à PRU</li> <li>• Número de EM que apresentam relatórios-síntese anuais à PRU</li> </ul>	Revistas de imprensa trimestrais para funcionários dos EM e SADC	Definir os critérios e o formato de relatórios		X				PRU	NCP, SNMC	
				Compilar e distribuir as revistas de imprensa trimestrais aos funcionários relevantes dos EM e do Secretariado da SADC		X	X	X	X		NCP, SNMC	
			Relatórios-síntese anuais de cobertura jornalística da SADC por parte dos media dos EM	Definir os critérios e o formato de relatórios		X					PRU	NCP, SNMC
				Compilar o relatório anual de cobertura jornalística da SADC por parte dos media dos EM		X	X	X	X		NCP, SNMC	
				Compilar recomendações para todos os EM com base nos relatórios anuais		X	X	X	X	PRU		
			Apoio ao papel de difusão das organizações de comunicação social regionais comprometidas com a SADC	Relatórios sobre a execução e formulação de protocolos, políticas e programas da SADC nos EM	Histórias do Southern Times baseadas nos contributos dos EM	EM partilham informações sobre a execução e formulação de protocolos, políticas e programas da SADC nos EM com o Southern Times	Participação de mais EM no Southern Times		X	X	X	X
Partilha permanente de informação com o Southern Times		X					X	X	X	PRU	NCP, SNMC	

Destacar e premiar exemplos notórios de cobertura jornalística da SADC pelos media	Participação nos Prémios de Jornalismo da SADC	Prémios nacionais e regionais atribuídos todos os anos	Realizar Eventos de Atribuição de Prémios de Jornalismo da SADC todos os anos	Seleccionar os vencedores nacionais a nível dos EM	X	X	X	X	X		NCP, Comité do NCP sobre Órgãos de Comunicação Social, Comités Nacionais de Adjudicação, SNMC
				Adjudicar prémios aos vencedores regionais do concurso de jornalismo	X	X	X	X	X	PRU	NCP, Comité do NCP sobre Órgãos de Comunicação Social, Comités Nacionais de Adjudicação, SNMC

**KRA 4: Fortalecer as parcerias com os intermediários do sector da informação em prol da promoção da visão, dos objectivos e das realizações da SADC**

Resultados Esperados/Resultados Finais	Resultados Visados	KPI:	Actividades principais	Actividades subsidiárias	Prazos de execução				Responsável		
					'17	'18	'19	'20	Secretariado	EM	
Aumento da produção e distribuição de programas radiofónicos e televisivos sobre a SADC	Programas radiofónicos e televisivos sobre a SADC produzidos e distribuídos como disposto na «Declaração da SADC sobre o Papel da Informação e Comunicação na Edificação da SADC»	Número de programas radiofónicos e televisivos sobre a SADC produzidos e distribuídos nos EM	Articular com as emissoras nacionais sobre a produção de programas radiofónicos e televisivos sobre a SADC	Avaliar e analisar programas radiofónicos e televisivos sobre a SADC nos EM	X					PRU	NCP, Ministérios da Informação Pública, SNMC
				Produzir programas radiofónicos e televisivos sobre a SADC		X	X	X	X		Instituições dos EM competentes
				Distribuir programas radiofónicos e televisivos sobre a SADC		X	X	X	X		Instituições dos EM competentes
			Estabelecimento do Canal de Televisão da SADC		X					PRU	Ministério da Informação Pública, SNMC, SABA

				Formular o conceito e estimar os custos da plataforma de televisão da SADC		X					PRU	Ministério da Informação Pública, SNMC, SABA
				Realizar workshop de validação com os EM			X				PRU	Ministério da Informação Pública, SNMC, SABA
				Obter aprovação das instituições competentes			X				PRU	Ministério da Informação Pública
				Obter aprovação das instituições competentes			X				PRU	Ministério da Informação Pública
Cooperar com os intermediários regionais do sector da informação para a promoção da visão, dos objectivos e das conquistas da SADC	Memoranda de Entendimento (MdE) celebrados com intermediários regionais do sector de informação regional para efeitos de cooperação	Número de MdE celebrados com intermediários regionais do sector de informação	Elaborar MdE com intermediários de informação regional sobre a cooperação da visão, dos objectivos e das conquistas da SADC	Identificar e interagir com os relevantes intermediários regionais do sector de informação	X						PRU	SNMC
				Formular MdE de cooperação		X					PRU	
				Executar programas de cooperação de acordo com os MdE			X	X	X		PRU	SNMC

**KRA 5: Tornar-se o repositório de informações e dados actualizados sobre as actividades da SADC e suas realizações, a fim de permitir uma comunicação célere e eficaz com partes interessadas**

Resultados Esperados/Resultados Finais	Resultados Visados	KPI:	Actividades principais	Actividades subsidiárias	Prazos de execução					Responsável	
					'17	'18	'19	'20	Secretariado	EM	
Garantir o acesso actualizado a informações pertinentes dos EM para o Secretariado	Reuniões regulares de Coordenadores Nacionais dos Órgãos de Comunicação Social da SADC com a PRU para a troca de informações e melhores práticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Duas reuniões entre os SNMC e a PRU por ano</li> <li>Número de EM que tenham implementado as directrizes relativas a SNMC</li> </ul>	Organizar reuniões entre os SNMC e a PRU	Realizar duas reuniões anuais entre os SNMC e a PRU no Secretariado da SADC	X	X	X	X	X	PRU	SNMC
				Formular directrizes relativas a SNMC sobre descrição de funções, atribuições, mecanismos de monitorização e avaliação	X					PRU	SNMC
				Garantir a aprovação das directrizes relativas a SNMC pelo Comité Ministerial competente (por exemplo, ministros da informação pública)		X				PRU	EM

				Dar início à implementação das directrizes relativas a SNMC nos EM		X						SNMC
				Realizar reunião extraordinária entre os SNMC e a PRU			x	x	x	PRU		SNMC
Garantir o acesso actualizado a informações pertinentes dos EM para o Secretariado	Publicação contínua do boletim informativo do Secretariado da SADC	Boletim informativo do Secretariado da SADC publicado mensalmente	Produção e distribuição do boletim informativo do Secretariado da SADC	Produzir mensalmente o boletim informativo do Secretariado da SADC em todas as línguas de trabalho da SADC e através da obtenção de conteúdos relevantes nos EM	X	X	X	X	X	PRU		SNC, NCP, SNMC
				Distribuir mensalmente o boletim informativo do Secretariado da SADC aos EM e no sítio web da SADC	X	X	X	X	X	PRU		
				Distribuir o boletim informativo do Secretariado da SADC às relevantes partes interessadas nos EM por via de correio electrónico ou da Internet	X	X	X	X	X			NCP, SNMC
				Distribuir o boletim informativo impresso do Secretariado da SADC às partes interessadas nos EM bi-mensalmente	X	X	X	X	X			NCP, SNMC
Garantir o acesso actualizado a informações pertinentes no Secretariado da SADC	Reuniões regulares do Conselho Consultivo de Publicidade e Comité Editorial da SADC (SPABEC), com vista a troca de informações e melhores práticas	Número de reuniões anuais do SPABEC	Um reunião do SPABEC por trimestre	Nomear um membro do SPABEC para cada Direcção e/ou Unidade	X							Di-recções Técnicas
				Realizar reuniões trimestrais do SPABEC	X	X	X	X	X	PRU		
	Acesso abrangente a informações pertinentes sobre a SADC e sobre a execução de protocolos, políticas e programas na Biblioteca da SADC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de funcionários da SADC que acedem à Biblioteca</li> <li>• Número de pedidos de pesquisa no sítio web da Biblioteca da SADC</li> </ul>	Garantir que a Biblioteca da SADC preserve fontes relevantes e actualizadas sobre a SADC e a execução de protocolos, políticas e programas da SADC	Avaliar o grau de disponibilidade de documentos relevantes e compilar pedidos de materiais adicionais às direcções/unidades e aos EM	X					PRU		

				Definir um processo destinado a garantir que novos documentos provenientes das direcções/unidades, EM e outras fontes relevantes sejam catalogados e postos à disposição		X					PRU	EM
				Actualizar a função de pesquisa no sítio web da Biblioteca da SADC		X					PRU	

**KRA 6: Posicionar, projectar e manter a imagem e marca institucionais da SADC em todos os seus Estados-Membros e não só.**

Resultados Esperados/Resultados Finais	Resultados Visados	KPI:	Actividades principais	Actividades subsidiárias	Prazos de execução				Responsável		
					'17	'18	'19	'20	Secretariado	EM	
Maior visibilidade da SADC nos EM	Artigos com a marca SADC (por exemplo, calendários) disponíveis	Artigos com a marca da SADC (por exemplo, calendários) enviados aos EM	Produção de artigos com a marca institucional da SADC (por exemplo, calendários)	Produzir e distribuir artigos com a marca SADC aos EM	X	X	X	X	X	PRU	
				Distribuir artigos com a marca SADC nos EM	X	X	X	X	X		Ponto de Contacto Nacional
	Maior utilização de símbolos de Identidade Institucional da SADC	Número de EM que utilizam os símbolos de Identidade Institucional da SADC	Viabilização da utilização dos símbolos de Identidade Institucional da SADC	Viabilizar a troca de experiências e de pontos de vista entre os EM sobre a utilização de símbolos de Identidade Institucional da SADC		X				PRU	Ponto de Contacto Nacional
				Conceber um mecanismo para assegurar a utilização de símbolos de Identidade Institucional da SADC nos EM		X				PRU	EM
				Garantir a utilização de símbolos de Identidade Institucional da SADC nos EM		X	X	X	X		EM
Integridade da marca institucional da SADC protegida (gestão da marca)	Manual de Identidade Institucional da SADC divulgado e implementado	Percentagem de publicações da SADC que observem as disposições do Manual de Identidade Institucional	Implementação e monitorização da observância das disposições do Manual de Identidade Institucional	Avaliar a observância das disposições do Manual de Identidade Institucional nos artigos de papelaria e documentos modelo disponíveis	X					PRU	
				Conceber artigos de papelaria, documentos modelo e outros materiais, observando as disposições do Manual de Identidade Institucional		X				PRU	

	Realizadas intervenções destinadas a promover a marca institucional da SADC	Número de intervenções destinadas a promover a marca institucional da SADC	Difusão da visão, missão e valores organizacionais da SADC às partes intervenientes	Avaliar os materiais e publicações disponíveis			X			PRU	
				Conceber materiais e publicações para as partes intervenientes			X			PRU	
				Difusão dos materiais							

**KRA 7: Apoiar e contribuir para a mobilização de recursos suficientes, visando sustentar e comunicar sobre os programas da SADC**

Resultados Esperados/Resultados Finais	Resultados Visados	KPI:	Actividades principais	Actividades subsidiárias	Prazos de execução					Responsável	
					'17	'18	'19	'20	Secretariado	EM	
Definir como prioridade regional a difusão da informação aos cidadãos da SADC e partes intervenientes	Reuniões regulares dos Ministros responsáveis pela Informação Pública	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comité Sectorial integrado por Ministros responsáveis pela Informação Pública da SADC aprovado</li> <li>Reuniões anuais dos Ministros responsáveis pela Informação Pública da SADC</li> </ul>	Criar o Comité Sectorial integrado por Ministros responsáveis pela Informação Pública da SADC	Comité de Ministros responsáveis pela Informação Pública da SADC aprovado como Comité Sectorial	X	X	X	X	X	PRU	CoM
				Disposição de mercadorias da marca SADC nos EM	X	X	X	X	X		NCP
			Reuniões dos Ministros responsáveis pela Informação Pública da SADC		X	X	X	X	PRU	EM	
Identificação de oportunidades de patrocínio com vista a comunicar aos cidadãos os benefícios que a SADC oferece		Número de eventos e/ou publicações sobre a SADC em cada EM que tenham beneficiado de patrocínios	Identificação de oportunidades de patrocínio e de produção de materiais e/ou eventos para informar sobre os benefícios que a SADC proporciona	Identificar oportunidades de patrocínio para informar sobre os benefícios que a SADC proporciona		X					NCP, SNMC
				Produzir materiais e/ou eventos para informar aos cidadãos sobre os benefícios que a SADC proporciona		X	X	X	X		NCP, SNMC
				Viabilizar o diálogo com os ICP para garantir que a informação sobre os benefícios que a SADC proporciona seja parte de todos os programas relevantes aos níveis regional e dos EM	X	X	X	X	X	Secretariado	Ponto de Contacto Nacional
				Dotação adequada de recursos para a PRU							

**KRA 8: Aumentar a forte presença da SADC na Internet e nas redes sociais, com realce para a criação de conteúdos de vídeo e imagem fixa em suporte multimédia partilhável**

Resultados Esperados/Resultados Finais	Resultados Visados	KPI:	Actividades principais	Actividades subsidiárias	Prazos de execução				Responsável		
					'17	'18	'19	'20	Secretariado	EM	
Reforço da capacidade da SADC para transmitir a sua mensagem através dos canais de comunicação contemporâneos	Estratégia de Redes Sociais da SADC concebida e executada	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existência da Estratégia de Redes Sociais da SADC</li> <li>Número de utilizadores logrados em plataformas</li> </ul>	Formulação da Estratégia de Redes Sociais da SADC	Consultar as partes intervenientes internas	X					PRU	
				Comparar com outras organizações internacionais em África		X				PRU	
				Formular a Estratégia de Redes Sociais da SADC		X				PRU	
				Validar a Estratégia de Redes Sociais da SADC		X				PRU	SNMC
				Garantir a aprovação da Estratégia de Redes Sociais da SADC pelos ministros responsáveis pela Informação Pública		X				PRU	CoM
			Implementação da Estratégia de Redes Sociais da SADC	Proceder à pré-qualificação e selecção de plataformas de redes sociais		X				PRU	
				Estabelecer a presença da SADC nas plataformas de redes sociais seleccionadas		X				PRU	
				Manter a presença da SADC nas plataformas de redes sociais seleccionadas		X	X	X	X	PRU	
				Definir as prioridades temáticas para determinados meses como base para o alinhamento das actividades das redes sociais da SADC e dos EM		X	X	X	X	PRU	SNMC
			Aumentar a disponibilidade de informações actualizadas sobre a SADC na Internet	Sítio web da SADC actualizado continuamente e de forma abrangente	Número de páginas actualizadas por ano	Gestão e produção de conteúdos para o sítio web	Rever os conteúdos e estruturas existentes	X			
Estabelecer o Fórum de produção de conteúdos para garantir que os conteúdos do sítio web sejam revistos e actualizados por funcionários competentes		X								Secretariado	EM



				Produzir e difundir internamente relatórios anuais sobre a utilização do sítio web para otimizar os seus conteúdos	X	X	X	X	X	PRU	
				Designar Pontos Focais dos EM, que não sejam os SNMC, encarregues de comunicar à PRU as actualizações a serem feitas nos conteúdos sobre o relevante EM no sítio web da SADC	X	X	X	X	X		Ponto de Contacto Nacional
			Desenvolvimento técnico permanente do sítio web da SADC	Rever e actualizar as infra-estruturas informáticas existentes		X				Secretariado	
				Formular tema para o sítio web SADC adequado para smartphones		X				Secretariado	
	Sítio web da SADC disponível em todas as línguas de trabalho da SADC	Versões em Francês e em Português disponíveis no sítio web da SADC	Traduzir os conteúdos do sítio web da SADC em Francês e Português	Traduzir os conteúdos existentes		X				PRU	
				Estabelecer um processo para a actualização e tradução permanentes dos conteúdos		X				Secretariado	
	Presenças no sítio web para as Comissões Nacionais da SADC (CNS) e/ou Pontos de Contacto Nacionais da SADC	Presença no sítio web para cada CNS e/ou NCP existe	Criação de presença no sítio web para CNS e/ou NCP	Rever a presença vigente de CNS e/ou NCP no sítio web	X						SNC, NCP
				Definir conjuntamente os critérios para a presença no sítio web de CNS e/ou NCP		X					SNC, NCP
				Criar presenças no sítio web para cada CNS e/ou NCP		X					SNC, NCP
				Actualizar continuamente a presença de CNS e/ou NCP no sítio web		X	X	X	X		SNC, NCP
				Interligar a presença no sítio web de CNS e/ou NCP ao sítio da SADC	X	X	X	X	X	PRU	

	Desenvolvimento do aplicativo da SADC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicativo da SADC disponível</li> <li>• Número de utilizadores cobertos pelo aplicativo da SADC</li> </ul>	Conceptualização, desenvolvimento e manutenção do aplicativo da SADC	Comparar com os aplicativos de outras CER e organizações internacionais		X				PRU	
				Consultoria para conceptualizar o aplicativo da SADC, incluindo a selecção de plataformas móveis adequadas		X				PRU	
				Workshop de validação do conceito do aplicativo da SADC		X				PRU	SNMC
				Desenvolver aplicativo da SADC		X				PRU, Unidade de TIC	
				Fazer a manutenção técnica e dos conteúdos do aplicativo da SADC nas plataformas móveis seleccionadas		X				PRU, Unidade de TIC	





## **SADC SECRETARIAT**

Private Bag 0095 Gaborone, Botswana

Tel: +267 395 1863 Fax: +267 397 2848

Email: [prinfo@sadc.int](mailto:prinfo@sadc.int) or [registry@sadc.int](mailto:registry@sadc.int) or [webmaster@sadc.int](mailto:webmaster@sadc.int)

Website: [www.sadc.int](http://www.sadc.int)