**Plano de Acção da Estratégia de Comunicação — Revisão da Política Nacional do Ambiente**

# 1. Contextualizacao

O Ministério da Agricultura, Ambiente e Pescas, através da Comissão de Revisão da Política Nacional do Ambiente, está a conduzir a Revisão da Política Nacional do Ambiente e da Lei do Ambiente. Para facilitar a condição do processo de revisão foi preparada uma Estratégia de Comunicação (EC), a qual define as principais mensagens a disseminar, os canais e meios de comunicação e os grupos-alvo objecto do processo de revisão. O presente Plano de constitui o instrumento operacional da referida Estratégia de Comunicação.

# 1. Objectivo

Este Plano de Acção operacionaliza a Estratégia de Comunicação para a Revisão da Política Nacional do Ambiente (PNA) e da Lei do Ambiente, detalhando actividades, responsáveis, cronograma, indicadores e recursos necessários, com enfoque na participação, inclusão, transparência e devolução de resultados.

# 2. Princípios Operacionais

1. Participação e inclusão efectivas (mulheres, jovens, grupos vulneráveis, sociedade civil, sector privado, academia e confissões religiosas);
2. Transparência, previsibilidade e coerência de mensagens, com linguagem acessível e rigor técnico;
3. Neutralidade institucional e gestão de riscos reputacionais (combate à desinformação e rumores);
4. Descentralização e coordenação inter‑institucional (níveis central, provincial e local);
5. Apropriação nacional e alinhamento com compromissos internacionais (clima, biodiversidade, resíduos).

# 3. Governação e Responsabilidades

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Órgão/Equipa** | **Responsabilidades** | **Responsavel** | **Pontos de contacto** |
| MAAP | Orientação estratégica  | Ministro/SE |  |
| CRPLA | Coordenação estratégica e operacional; harmonização inter‑institucional; validação de marcos | CRPLA | Secretariado CRPLA |
| Secretariado CRPLA | Coordenação operacional; calendário; monitoria e relatórios; gestão de riscos | CRPLA/Director SPA | Ponto focal |
| Equipa de Comunicação | Produção de conteúdos; operação de canais; fact‑checking; Q&A | CRPLA/Director de Comunicação | Técnicos de media e digital |
| Ministérios/OSC/Academia/Sector Privado/Parceiros | Mobilização interna; contribuicoes sectoriais Engajamento temático e disseminação; evidência | CRPLA/Gab. Ministro/Pontos focais | Pontos focais |

# 4. Macro‑Fases e Marcos (Janela de 6 meses)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Fase** | **Janela indicativa** | **Marcos/resultados‑chave** |
| Antes das Consultas | Mês‑1 a Mês‑2 | Lançamento oficial; plataforma online; materiais e FAQ; capacitação de pontos focais; plano de media |
| Durante as Consultas | Mês 2 a Mês 3 | Cobertura mediática; rondas provinciais/locais/central; monitoria diária; Q&A e fact‑checking; sistematização de contributos |
| Após as Consultas | Mês 4 a Mês 6 | Devolução pública (relatório‑síntese e infográficos); publicação de ante‑projecto; conferência; lições aprendidas e actualização |

|  |
| --- |
| **5. Plano de Actividades Detalhado** |
| **#** | **Actividade** | **Descrição resumida** | **Resultado esperados** | **Responsável** | **Co‑responsáveis** | **Janela** | **KPI de conclusão** |
| 1 | Estabelecer equipa de comunicação e gestão de conteúdos | Organizar equipa, perfis e ferramentas | Equipa operacional; plano de trabalho | CRPLA | Consultores; PF Ministeriais | M‑2 | Equipa validada |
| 3 | Desenvolver materiais de comunicação | Spots, folhetos, cartazes, FAQ, press‑kits | Kit completo multi‑formato | Equipa de Comunicação | Agências criativas | M‑2 a M‑1 | Materiais aprovados |
| 4 | Operacionalizar plataforma online | Landing page; formulários; moderação | Plataforma activa; manual de uso | Equipa Comunicacao  | DITIC/MAAP | M‑2 a M‑1 | Plataforma publicada |
| 5 | Parcerias e compra de media | Negociação/assinatura com rádios/TV/jornal/digital | Grade de inserções confirmada | Equipa de Comunicação | Órgãos de media | M‑1 | Inserções programadas |
| 7 | Mobilização (Gov. Prov./OSC/Privado) | Agenda conjunta e logística das sessões | Calendário provincial fechado | Pontos Focais | Governos Prov./OSC/CTA | M‑1 | Calendário publicado |
| 8 | Lançamento oficial e campanha | Evento de arranque; difusão massiva | Evento realizado; cobertura de media | CRPLA | Secretariado; Media | M0 | Alcance estimado |
| 9 | Divulgação contínua e alertas (SMS/USSD) | Calendário e chamadas à participação | Mensagens emitidas | Equipa Digital | Operadoras; Autarquias | M1‑M3 | Nº mensagens enviadas |
| 10 | Monitoria diária de media/redes; Q&A | Fact‑checking; respostas rápidas | Relatórios semanais; Q&A | Equipa de Comunicação | Pontos Focais | M1‑M3 | Tempo médio de resposta |
| 11 | Rondas de auscultação (local/prov./central) | Sessões presenciais/virtuais estruturadas | Actas; registos de participantes | Facilitadores Provinciais | Secretariado; OSC | M1‑M3 | Nº sessões/participantes |
| 12 | Sistematização de contributos | Base de dados; codificação temática | Relatório de contributos | Equipa de Análise | Academia; Consultores | M2‑M4 | Relatório entregue |
| 13 | Devolução pública | Relatório‑síntese; infográficos; conferência | Documentos publicados; evento | CRPLA | Equipa de Comunicação | M4‑M5 | Evento realizado |
| 14 | Publicação do ante‑projecto e recolha final | Disponibilizar versão e canal de comentários | Ante‑projecto publicado | Secretariado CRPLA | Equipa Jurídica | M4‑M5 | Nº comentários recebidos |
| 15 | Gestão de riscos e incidentes | Plano e resposta a desinformação | Registo de incidentes e mitigações | Equipa de Comunicação | Gab. Comunicação | M‑2 a M6 | Incidentes resolvidos |
| 16 | Monitoria & Avaliação (KPI) | Inquéritos QR/USSD; dashboards | Boletins de M&A | Equipa M&A | Equipa Digital | M1‑M6 | KPIs atingidos |
| 17 | Relato e lições aprendidas | Revisão pós‑evento e recomendações | Relatório de lições | Secretariado CRPLA | Equipa de Comunicação | M6 | Relatório aprovado |
| 18 | Pós‑aprovação: disseminação dos instrumentos | Conteúdos explicativos para adopção | Materiais pós‑promulgação | Equipa de Comunicação | Media; OSC | Quando aplicável | Nº materiais difundidos |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **#** | **Actividade** | **M-2** | **M-1** | **M0** | **M1** | **M2** | **M3** | **M4** | **M5** | **M6** |
| 1 | Estabelecer equipa de comunicação e gestão de conteúdos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Contratação/briefing de produção criativa e media |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Desenvolver materiais de comunicação |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | Operacionalizar plataforma online |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Parcerias e compra de media |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 | Capacitação de facilitadores provinciais/autárquicos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 | Mobilização (Gov. Prov./OSC/Privado) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8 | Lançamento oficial e campanha |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9 | Divulgação contínua e alertas (SMS/USSD) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 10 | Monitoria diária de media/redes; Q&A |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 11 | Rondas de auscultação (local/prov./central) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 12 | Sistematização de contributos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 13 | Devolução pública |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 14 | Publicação do ante-projecto e recolha final |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 15 | Gestão de riscos e incidentes |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 16 | Monitoria & Avaliação (KPI) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 17 | Relato e lições aprendidas |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 18 | Pós-aprovação: disseminação dos instrumentos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

# 6. Indicadores‑chave (KPI), Metas e Monitoria

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Indicador** | **Definição/Cálculo** | **Fonte/Dados** | **Periodicidade** | **Meta** |
| Cobertura/alcance de media | Menções; audiência estimada (TV/Rádio) | Clippings; relatórios de media | Semanal | ↑ tendência |
| Alcance digital | Impressões e interacções (site/redes) | Analytics; plataformas | Semanal | ↑ tendência |
| Participação e diversidade | Nº participantes; % mulheres/jovens; actores‑chave | Listas presença; registos | Por sessão | ≥ alvo por província |
| Qualidade dos contributos | Nº submissões estruturadas; temas endereçados | Base de dados; relatórios | Quinzenal | ≥ alvo temático |
| Satisfação/legitimidade | Score de inquéritos (QR/USSD) | Inquéritos; painéis | Mensal | ≥ 80% positivo |
| Eficiência de resposta | Tempo médio de resposta a perguntas | Registos Q&A | Semanal | ≤ 48h |

# 7. Orçamentação Indicativa (macro‑rubricas)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Rubrica** | **Itens típicos** | **Uni.** | **Qtd** | **Custo unit. (MZN)** | **Subtotal (MZN)** | **Notas** |
| Produção criativa e conteúdos | Spots, folhetos, cartazes, FAQ, press-kits (produção + adaptação) | pacote | 1 | 2 000 000 | 2 000 000 | Inclui revisão técnica e tradução |
| Compra de media | Rádio/TV/jornal e digital (inserções e posts patrocinados) | mês | 3 | 1 200 000 | 3 600 000 | Cobertura nacional + rádios comunitárias |
| Plataforma online | Desenvolvimento/hosting/moderação/suporte | mês | 6 | 150 000 | 900 000 | Landing page + formulários + moderação |
| Eventos | Salas, logística, facilitação, tradução e acessibilidade | evento | 12 | 150 000 | 1 800 000 | Sessões provinciais/locais + central |
| Monitoria e avaliação | Clippings, analytics, inquéritos (QR/USSD) | mês | 6 | 120 000 | 720 000 | Inclui dashboards e relatórios |
| Gestão/coordenação | Equipa (gestor, comunicação, digital, apoio) | mês | 6 | 350 000 | 2 100 000 | Coordenação e reporting |
| **TOTAL** |  |  |  |  | **11 120 000** |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Risco** | **Prob.** | **Impacto** | **Mitigação** | **Responsavel** |
| Desinformação/rumores | Média | Alta | Monitoria; respostas oficiais; Q&A; porta‑voz único | Equipa de Comunicação |
| Baixa participação de mulheres/jovens | Média | Média | Parcerias OSC; horários adequados; linguagem inclusiva | Pontos Focais |
| Politização/conflito local | Baixa | Alta | Mediação comunitária; regras de participação | Facilitadores Prov. |
| Adversidades logísticas/meteorológicas | Média | Média | Planos alternativos; reservas; redundância técnica | Secretariado |
| Acessibilidade linguística/PCD | Média | Média | Materiais em línguas locais; intérprete LGP; acessibilidade | Equipa de Comunicação |
| Sobreposição de agendas | Média | Média | Calendário consensual; briefings; pontos focais | Secretariado |

# 8. Gestão de Riscos e Mitigação

# 9. Garantia de Qualidade e Devolução Pública INCLUIR ESTE TEXTO???

Guiões de porta‑voz; mensagens‑chave; manual de identidade.

Revisão técnica e linguística antes de publicação.

Relatório‑síntese de contributos e devolução em eventos e canais digitais.

Mecanismo de reclamações e respostas em tempo útil.