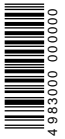


Quinta-feira, 10 de agosto de 2023

I Série
Número 84



BOLETIM OFICIAL



4 983000 00 0000

ÍNDICE

CONSELHO DE MINISTROS

Resolução n.º 55/2023:

Aprova o Plano de Comunicação do Programa Ação Climática.1794

MINISTÉRIO DA ADMINISTRAÇÃO INTERNA

Portaria n.º 32/2023:

Procede à primeira alteração da Portaria n.º 26/2022, de 22 de junho, que aprova o Regulamento do Curso de Formação Inicial de Agentes de 2.º Classe da Polícia Nacional.....1805

CONSELHO DE MINISTROS

Resolução n.º 55/2023

de 10 de agosto

Cabo Verde é um país extremamente vulnerável aos impactos das mudanças climáticas e tal é reconhecido tanto ao nível nacional, como internacional, e refletido na prioridade que é dada à necessidade de aumentar a resiliência climática, tanto através do reforço da governança climática, como de uma maior e melhor implementação de medidas de adaptação ao nível local.

O Governo, ciente dessas necessidades e com o apoio dos parceiros internacionais, está a implementar o Programa Ação Climática que irá permitir a Cabo Verde executar dois instrumentos importantes: as Contribuições Nacionalmente Determinadas (NDC), que visam a mitigação da redução de emissão dos gases com efeito de estufa, e o Plano Nacional de Adaptação (NAP), que contém as principais medidas para adaptação às mudanças climáticas.

No âmbito do reforço dessa mesma governança e tal como evidenciado nos dois instrumentos acima referidos, é necessário aumentar o conhecimento dos cidadãos cabo-verdianos acerca das mudanças climáticas, no que tange às causas e consequências do fenómeno, bem como as medidas que o Governo está a implementar para a mitigação dos seus efeitos.

Conforme os resultados de um inquérito, realizado entre os meses de janeiro e março do corrente ano, com a colaboração do Instituto Nacional de Estatística (INE), em todas as ilhas do arquipélago e seguindo uma estratégia de abordagem espacial aleatória para a seleção dos locais de amostragem, foi revelado que somente cerca de 27% dos agregados familiares inquiridos é da opinião que o Governo de Cabo Verde está preparado para lidar com os efeitos locais das mudanças climáticas. No entanto, em relação à consciencialização dos efeitos das mudanças climáticas e das ações que o Governo vem desenvolvendo ao nível internacional, somente 6% dos inquiridos afirmam conhecer. Este indicador sobe um pouco quando se transpõe da esfera internacional para a nacional e local, cifrando-se nos 19% dos agregados que afirmam conhecer tanto os efeitos, como as ações.

Assim, sendo necessária uma maior consciencialização sobre a problemática das mudanças climáticas, suas causas, consequências e soluções, foi estabelecido que o Programa Ação Climática deveria albergar uma forte componente de comunicação interna (entre atores do governo central e local) e externa (com o setor privado e a sociedade civil).

Para dar resposta a este desígnio foi elaborado o presente Plano de Comunicação Climática, que tem como principal objetivo apoiar a estratégia climática de Cabo Verde na implementação das Contribuições Nacionalmente Determinadas (NDC) e do Plano Nacional de Adaptação (NAP), através da Ação Climática, aumentando a literacia climática da sociedade como parte crescente do conjunto de soluções para um país cada vez mais bem-adaptado às mudanças climáticas.

O plano pretende sensibilizar e mobilizar a sociedade civil através de instrumentos aceleradores da mudança de comportamentos, de formas inovadoras e inclusivas de participação da sociedade civil e de veículos de comunicação simples, eficazes e credíveis.

Assim,

Nos termos do n.º 2 do artigo 265.º da Constituição, o Governo aprova a seguinte Resolução:

Artigo 1.º

Aprovação

É aprovado o Plano de Comunicação do Programa Ação Climática, em anexo à presente Resolução, da qual faz parte integrante.

Artigo 2.º

Entrada em vigor

A presente Resolução entra em vigor no dia seguinte ao da sua publicação.

Aprovada em Conselho de Ministros, aos 25 de julho de 2023. — O Primeiro-Ministro, *José Ulisses de Pina Correia e Silva*.

ANEXO

(A que se refere o artigo 1.º)

PLANO DE COMUNICAÇÃO DO PROGRAMA AÇÃO CLIMÁTICA

I. SUMÁRIO EXECUTIVO

Cabo Verde é um país extremamente vulnerável aos impactos das mudanças climáticas e tal é reconhecido tanto ao nível nacional, como internacional, e refletido na prioridade que é dada à necessidade de aumentar a resiliência climática tanto através do reforço da governança climática, quer de uma maior e melhor implementação de medidas de adaptação ao nível local.

No âmbito do reforço dessa mesma governança, e tal como é evidenciado na atualização da Contribuição Nacionalmente Determinada (NDC) – o documento orientador da ação climática até 2030 elaborado e submetido no âmbito do Acordo de Paris da Convenção, no Quadro das Nações Unidas para as Mudanças Climáticas (UNFCCC), e do Plano Nacional e Adaptação (NAP) é necessário aumentar o conhecimento dos cidadãos cabo-verdianos acerca das mudanças climáticas, tanto no que tange ao que são as causas e consequências do fenómeno, como no que respeita ao que o país e o governo estão a fazer para mitigar as causas e as consequências do mesmo.

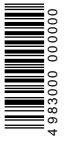
Isso mesmo é evidenciado pelos resultados do inquérito que foi feito no início de 2023, entre janeiro 2023 e março 2023, em colaboração com o Instituto Nacional de Estatística (INE) em todas as ilhas habitadas do arquipélago, seguindo uma estratégia de abordagem espacial aleatória para a seleção dos locais de amostragem.

Foram inquiridos um total de setecentos e dois indivíduos, seiscentos e quatro representando agregados familiares (entrevistadas pessoalmente) e noventa e oito atores institucionais (de forma online). Entre os inquiridos, 52% são mulheres e 44% do meio rural, sendo a amostra considerada representativa do ponto de vista estatístico.

Os resultados do inquérito podem ser desagregados entre os meios - rural e urbano, entre sexos – feminino, masculino e não especificado, e entre classes de idade – jovens (18-35 anos) e adultos (>36 anos) e são mostrados na Tabela II.

Os resultados desse exercício revelaram que somente cerca de 27% dos agregados familiares inquiridos acham que o governo de Cabo Verde está preparado para lidar com os efeitos locais das mudanças climáticas.

Pior cenário é o relativo à consciência dos efeitos das mudanças climáticas e das ações relevantes levadas pelo governo ao nível internacional, os quais somente 6% dos inquiridos afirma conhecer. Este indicador sobe um pouco, quando é transposto da esfera internacional para a nacional e local, cifrando-se nos 19% dos agregados que afirmar conhecer tanto os efeitos como as ações.



Finalmente, a representatividade das partes interessadas que pensam que a coordenação e comunicação governamental é eficaz na adaptação aos efeitos das mudanças climáticas é de 38%.

Em termos da avaliação da vulnerabilidade, os agregados inquiridos consideram-se bastante vulneráveis (pontuação de 0,41 numa escala em que 0 corresponde a vulnerabilidade climática total e 1 inexistência de vulnerabilidade).

Associados aos impactos, a seca foi muito referida: 47% dos agregados referiram pelo menos um impacto negativo e 11% um muito negativo.

Em termos de adaptação às mudanças climáticas, 66% dos agregados não fez nada para se adaptar ou não sabe como fazer.

Tendo por base os resultados do inquérito e mantendo as grandes linhas de orientação do plano original, o trabalho de revisão procurou aprofundar os temas abordados, refletir sobre as iniciativas a realizar, elaborar uma nova lista

com as mais relevantes e apresentá-las de uma forma clara e detalhada, para que se possam lançar os passos para a sua concretização.

O objetivo geral do plano de comunicação é o de aumentar a literacia da sociedade cabo-verdiana para a resiliência climática, dessa forma apoiando a estratégia do Governo de Cabo Verde expressa na NDC para o Acordo de Paris, no âmbito da Convenção - no Quadro das Nações Unidas para as Mudanças Climáticas (UNFCCC) e no Plano Nacional e Adaptação NAP, através do apoio prestado pelo Programa Ação Climática.

O plano pretende sensibilizar e mobilizar a sociedade civil através de:

- Instrumentos aceleradores da mudança de comportamentos;
- Formas inovadoras e inclusivas de participação da sociedade civil; e
- Veículos de comunicação simples, eficazes e credíveis.

Tabela II – Resultados do inquérito à percepção climática 2023.

Indicadores	Agregados Familiares (Todos)				Agregados Familiares (Municípios-Alvo)				Institucional				Institucional (Municípios-Alvo)			
	M	F	18-35	36+	M	F	18-35	36+	M	F	18-35	36+	M	F	18-35	36+
Percentagem de partes interessadas que acham que o governo de Cabo Verde está preparado para lidar com os efeitos locais das mudanças climáticas.	27%				26%				41%				44%			
	31%	23%	28%	27%	33%	19%	30%	23%	50%	33%	25%	45%	50%	39%	30%	48%
	JM	AM	JF	AF	JM	AM	JF	AF	JM	AM	JF	AF	JM	AM	JF	AF
Percentagem de partes interessadas alvo conscientes dos efeitos das mudanças climáticas e das ações relevantes, a nível internacional, por género e faixa etária.	6%				5%				53%				58%			
	6%	6%	6%	6%	1%	9%	5%	5%	49%	57%	65%	50%	56%	61%	60%	58%
	JM	AM	JF	AF	JM	AM	JF	AF	JM	AM	JF	AF	JM	AM	JF	AF
Percentagem de partes interessadas que pensam que a coordenação e comunicação governamental é eficaz na adaptação aos efeitos das mudanças climáticas.	38%				34%				46%				46%			
	35%	40%	35%	40%	42%	25%	34%	34%	52%	41%	55%	44%	54%	39%	30%	50%
	JM	AM	JF	AF	JM	AM	JF	AF	JM	AM	JF	AF	JM	AM	JF	AF
Percentagem de partes interessadas que estão conscientes dos efeitos das mudanças climáticas e das ações relevantes para aumentar a resiliência, a nível local, por género e faixa etária.	19%				25%				80%				82%			
	24%	14%	23%	15%	38%	13%	38%	15%	79%	80%	80%	79%	85%	79%	80%	82%
	JM	AM	JF	AF	JM	AM	JF	AF	JM	AM	JF	AF	JM	AM	JF	AF
	31%	17%	14%	13%	68%	9%	9%	20%	71%	80%	85%	79%	75%	87%	83%	77%

Estão previstas dez iniciativas, fomentando a capacitação, troca e replicação de conhecimento, a promoção de projetos demonstrativos e a integração da inovação com saberes ancestrais. As iniciativas propostas são:

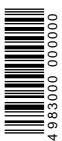
1. Manifesto – ação climática agora;
2. Semana cívica da ação climática;
3. WebLabs *clim@tech*;
4. Deputados climáticos;
5. Curtas-metragens climáticas;
6. Corrida&marcha pelo clima;
7. Portal do Clima;
8. Podcasts;
9. *Stand&*conteúdos para conferências e exposições; e
10. Casa do Clima.

O tema principal serão as causas e consequências das mudanças climáticas e o que pode ser feito para reduzir as emissões de Gases de Efeito de Estufas (GEE) e promover a adaptação a uma temperatura crescente, no âmbito da implementação da NDC e do NAP, tendo como públicos-alvo prioritários as crianças e adolescentes em idade escolar, o cidadão comum e os idosos.

Os meios e as ferramentas de comunicação mais adequados serão selecionados para cada um deles a partir de rádio, televisão, cartazes em grande formato, cinema, redes sociais, experiências imersivas e artivismo.

Espera-se que depois da implementação do plano de comunicação climática os indicadores expressos acima assumam os seguintes valores:

- A percentagem de partes interessadas que acham que o Governo de Cabo Verde está preparado para lidar com os efeitos locais das mudanças climáticas: 50%;



- A Percentagem de partes interessadas alvo conscientes dos efeitos das mudanças climáticas e das ações relevantes, a nível internacional, por género e faixa etária: 25%;
- A Percentagem de partes interessadas que pensam que a coordenação e comunicação governamental é eficaz na adaptação aos efeitos das mudanças climáticas: 65%; e
- A Percentagem de partes interessadas que estão conscientes dos efeitos das mudanças climáticas e das ações relevantes para aumentar a resiliência, a nível local, por género e faixa etária: 50%.

O prazo de implementação do plano estende-se entre o segundo semestre de 2023 e o fim de 2025 e o orçamento necessário para tal é de CVE 144 722 815 (cento e quarenta e quatro milhões, setecentos e vinte e dois mil, oitocentos e quinze escudos) equivalente a 1 312 500 euros (um milhão trezentos e doze mil e quinhentos euros).

CABO VERDE E AS SUAS GENTES

Cabo Verde é um arquipélago localizado no Atlântico a 455 km do continente africano na região Ocidental, com uma área total de 4.033 km² e é composto por dez ilhas, das quais nove são habitadas. De acordo com o Censo 2021, o país tem uma população de 491.233 (quatrocentos e noventa e um mil duzentos e trinta e três) habitantes. É uma população jovem: 44% dos habitantes têm menos de vinte e cinco anos.

Três em cada quatro cabo-verdianos vivem no meio urbano. Cerca de 30% da população reside na capital do país, cidade da Praia. Segundo o estudo Mapeamento da Sociedade Civil cabo-verdiana, a capital “sofre já uma forte pressão demográfica, económica e social, e consequente impacto negativo no tecido urbanístico e ambiental da cidade, representando mais de metade do PIB nacional”.

O documento evidencia disparidades de género no país, realçando que as mulheres, para além do trabalho produtivo, têm tradicionalmente a seu cargo o trabalho reprodutivo e doméstico (cerca de sessenta e seis horas semanais), que não é socialmente valorizado nem contabilizado, tornando-as pobres de tempo para se dedicarem a atividades de empoderamento e lazer e impedindo-as de participarem no mercado de trabalho em pé de igualdade com os homens.

A procura por recursos naturais está associada a uma estratégia de sobrevivência, especialmente por parte dos grupos mais vulneráveis, como indivíduos expostos à pobreza ou de baixos rendimentos. São considerados vulneráveis ao clima os grupos e comunidades adversamente afetados por riscos climáticos, tendo capacidade e rendimento limitados para se recuperarem por si próprios. Nessa definição, incluem-se mulheres, idosos, jovens e pessoas com deficiência. As mulheres são responsáveis pela gestão quotidiana dos agregados familiares e dos serviços básicos, principalmente nas zonas rurais. Elas sofrem com a falta ou limitação de acesso à água, terra e energia nas áreas rurais e com a fragilidade crescente nas cadeias de abastecimento. Mulheres e jovens estão sub-representados nos órgãos de tomada de decisão, sob representados no desemprego e na emigração e possuem menores recursos patrimoniais ou financeiros.

Cabo Verde tem uma posição geopolítica privilegiada e com muito potencial económico, sendo o turismo um eixo pilar da sua economia. Com uma geografia e clima favoráveis, e dotado de áreas protegidas que preservam a fauna, a flora e os ecossistemas, o país tem condições para receber o turismo durante todo o ano.

Cabo Verde é um país de oportunidades, posicionando-se como uma plataforma estratégica para a região da África Ocidental. No entanto, sendo um país pequeno e de rendimento médio-baixo, além de particularmente

suscetível às mudanças climáticas, apresenta alguns constrangimentos ao nível dos negócios, com elevados custos de contexto.

As tradições, as artes e cultura cabo-verdianas são incontornáveis. As indústrias criativas têm um enorme potencial no dia a dia e em toda a oferta turística. Eventos, festivais, festas tradicionais e o artesanato não só estão no ADN de Cabo Verde, como geram emprego, principalmente jovem, e agregam valor ao país. A música cabo-verdiana é um elemento central, classificada como património imaterial da humanidade.

Atividades como as artes, artesanato, cinema, vídeo e produção audiovisual, artes performativas, música, design, moda, artes gráficas, *software*, jogos de computador e outras representam setores promissores, que promovem a diversidade cultural e podem e devem ser articulados com outras áreas da economia. O artesanato, por exemplo, está ligado ao dia a dia das populações não só nos materiais, mas também nos temas que aborda, o que leva a variantes em cada ilha, enriquecendo a identidade nacional: tecelagem em algodão, tapeçaria, barro vermelho ou a cestaria em caniço.

Juntar a cultura clássica com os novos talentos empresariais e tecnológicos, criando novos produtos, bens e serviços ou inovando nos já existentes, é um dos mecanismos para produzir maior riqueza económica, social e cultural.

Na Ambição 2030, o plano estratégico do país para a sustentabilidade, encontram-se vários eixos para o desenvolvimento da cultura e das indústrias criativas baseados nos direitos autorais e na propriedade intelectual, bem como no registo de patentes e uma aposta forte nas tecnologias de informação e comunicação (TIC). A formalização de todas as profissões ligadas às artes, à cultura e às indústrias criativas, a oferta de conteúdos culturais em plataformas digitais e a formação do capital humano no setor são outros eixos de especial relevância.

As indústrias criativas somam-se a outras áreas ou setores que estão no centro da agenda de desenvolvimento de Cabo Verde. O país está comprometido com a recuperação económica através de apostas estratégicas na economia azul (marítima), no turismo (incluindo turismo residencial e sénior), na economia digital (apostando na construção de parques tecnológicos na Praia e no Mindelo), no agronegócio (modernizando o mundo rural e promovendo a agricultura com água dessalinizada), em veículos financeiros inovadores que possam atrair capital, nas energias renováveis e na identidade crioula cabo-verdiana, com produtos que identificam a marca Cabo Verde.

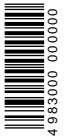
II. CABO VERDE E OS MÉDIA

A economia digital é um motor essencial ao desenvolvimento de Cabo Verde e necessário para atingir com sucesso os objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS). Além de potenciar os jovens cabo-verdianos na conquista do mercado nacional e internacional, é também um instrumento importante para a geração de emprego digno e especializado.

A Estratégia para a Governação Digital de Cabo Verde 2021-2024 antevê um país “conectado consigo mesmo e com o mundo, desenvolvido, inclusivo, democrático, aberto para o mundo, moderno, seguro, onde prevalece o pleno emprego e a plena liberdade”.

A estratégia digital reavalia os sete “pilares de ação” do Programa Estratégico para a Sociedade da Informação (PESI), aprovado em 2005, e à luz de um quadro mais amplo e atualizado, estabelecendo quatro eixos estratégicos que atuam em linha com a visão de Cabo Verde:

- Conetividade;
- Capacidade;



- Mercado; e
- Governança.

As TIC têm uma presença diária na vida dos cabo-verdianos. A evolução da sociedade está intrinsecamente ligada às oportunidades de transformação que as TIC proporcionam. De acordo com a Ambição 2030, “a sociedade da informação é moldada num ambiente onde as tecnologias de informação e comunicação têm um papel crucial no modo como o Estado cumpre suas principais funções”.

O Plano Estratégico de Desenvolvimento Sustentável 2017-2021 (PEDS) propõe o estabelecimento de um novo modelo de crescimento económico baseado no conceito de “país plataforma”, capaz de construir em Cabo Verde uma “economia em circulação”, aberta ao mundo e plenamente inserida no sistema económico mundial.

O PEDS identifica um programa específico para este setor: Cabo Verde Plataforma Digital e da Inovação, que pretende transformar o país num centro de desenvolvimento da economia digital e nanotecnológica, posicionando-o como uma referência em África e promovendo um ambiente de negócios à volta das TIC e I&D (Investigação e Desenvolvimento).

Segundo os indicadores estatísticos do mercado de comunicações eletrónicas da Agência de Regulação Multissetorial da Economia (ARME), a taxa de penetração da Internet em Cabo Verde foi de 78% no terceiro trimestre de 2022, com a maioria das assinaturas associadas a equipamentos móveis (telemóveis, *tablets*, etc.).

O número de utilizadores de redes sociais aproxima-se da taxa de penetração da Internet em Cabo Verde. De acordo com os dados do Inquérito Multiobjectivo Contínuo (IMC) 2020, do INE, cerca de 75% da população maior de quinze anos acede às redes sociais, sendo que, destes, 45% fazem-no diariamente. O *Facebook*, com pouco mais de trezentos mil subscritores, é a rede social mais utilizada. Segundo o IMC, 98% dos inquiridos acedem à Internet via rede móvel, 39% têm computador em casa e 24% tem Televisão por assinatura.

A televisão é o meio de comunicação preferido dos cabo-verdianos, na busca de informações, com uma taxa de consumo de 82%.

A oferta televisiva atual da rede Televisão Digital Terrestre (TDT), em sinal aberto, conta com as cabo-verdianas Televisão de Cabo Verde (TCV), Televisão Independente de Cabo Verde (Tiver), Televisão de África (TVA), TV Cidade, Televisão Cidade Santa Maria (TCSM), a brasileira Record TV, bem como as francesas TV5 Monde e France24, Tivi5 e África News, para além de sete rádios.

No que se refere à notoriedade dos canais de TV – ou seja, aqueles que são espontaneamente referidos no IMC pelos inquiridos – 87% da população com idade superior a quinze anos aponta a Televisão de Cabo Verde como o principal canal do país, seguida da Record Cabo Verde, com 59%, e da SIC, com 29%.

Quanto às rádios, a Rádio de Cabo Verde (RCV) apresenta-se com maior notoriedade (39%). Em segundo lugar, vem a Rádio Crioula FM (31%) e, em terceiro lugar, a rádio Praia FM (28%). Quando se fala da rádio mais ouvida em todo o país, a RCV lidera com 52%.

É importante lembrar que a língua usada em todos os documentos administrativos em Cabo Verde é o português, também utilizada nas televisões e rádios, além de ser a língua oficial nas escolas. O crioulo cabo-verdiano é o idioma do quotidiano em todo o país. O francês e o inglês são lecionados no ensino básico e secundário.

III. PRESSUPOSTOS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO

O plano de comunicação assenta em pressupostos que emanam de documentos estratégicos para o desenvolvimento de Cabo Verde e dos compromissos assumidos pelo país face à crise climática.

O plano responde diretamente à política de ação climática de Cabo Verde, expressa na sua NDC ao Acordo de Paris, no âmbito da Convenção-Quadro das Nações Unidas para as Mudanças Climáticas, bem como no seu NAP.

Dois dos eixos estratégicos do documento Ambição 2030 são ainda particularmente relevantes a este plano:

- Aumento do conhecimento sobre o clima e sobre as formas de resposta às mudanças climáticas; e
- Reforço da participação.

O plano de comunicação debruça-se sobre esses eixos estratégicos, tendo em linha de conta, também, a necessidade de se reforçar a participação da sociedade, a nível individual e coletivo, promovendo o seu envolvimento e mobilização perante os desafios climáticos, tal como preconiza a Ambição 2030.

O documento Ambição 2030 fixa, ainda, metas concretas que fornecem balizas relevantes para o plano de comunicação:

- Até 2026, aumentar a coesão social dentro e entre as comunidades, o empoderamento dos cidadãos, incorporando a cultura de prevenção e preparação;
- Até 2030, todos os cidadãos estarão informados, educados, preparados e engajados para responder aos impactos das mudanças climáticas e resiliência;
- Desenvolver e implantar currículo de resiliência urbana para sistemas de ensino nacional até 2026; e
- Até 2030, ampliar o conhecimento dos cidadãos sobre riscos e vulnerabilidade incentivando a cultura de prevenção e preparação para desastres e uso eficiente de recursos.

IV. OBJETIVOS DO PLANO

O plano de comunicação tem os seguintes objetivos:

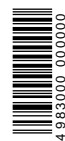
Objetivo geral

- Apoiar a estratégia climática de Cabo Verde, conforme a NDC e o NAP, aumentando a literacia da sociedade para a resiliência, e dessa forma envolvendo-a e empoderando-a para que constitua parte crescente e permanente do conjunto de soluções para um país cada vez mais bem-adaptado às mudanças climáticas.

Objetivos específicos

Dar resposta aos vários objetivos, desafios e oportunidades espelhados nos principais documentos estratégicos do país, como a NDC, NAP, PEDSII e Ambição 2030;

- Sensibilizar e mobilizar a sociedade civil em relação à questão climática;
- Promover iniciativas que integrem uma multiplicidade de públicos-alvo, da sociedade civil, em particular grupos vulneráveis, a todo o tipo de entidades setoriais, públicas e privadas;
- Facilitar a cooperação, coordenação e sinergia entre as diferentes partes interessadas;



- Integrar a inovação e os saberes ancestrais, através do encontro de gerações;
- Apoiar a capacitação, a troca e replicação de conhecimentos de aprendizagem;
- Promover os resultados de projetos demonstrativos a nível nacional e local; e
- Implementar uma identidade visual para a ação climática.

V. METODOLOGIA E ESTRATÉGIA

A metodologia para a revisão e atualização do plano de comunicação baseou-se, em primeiro lugar, na leitura e reanálise da sua primeira versão, procurando identificar pontos a modificar, especificar ou detalhar, de modo a apresentar um novo documento, com indicações para a sua implementação.

A partir desse ponto inicial, foram selecionados e analisados os principais documentos estratégicos nacionais – como o PEDS, Ambição 2030, a NDC atualizada e o NAP, recentemente aprovado. Foram também selecionados outros documentos estratégicos estruturantes como o Mapeamento das Diferentes Intervenções Relativas à Economia Verde em Cabo Verde e o Mapeamento da Sociedade Civil Cabo-Verdiana, financiado pela União Europeia. Também foram consultados dados do Instituto Nacional de Estatística e de outros organismos.

Foram realizadas reuniões com diversos setores, a partir das quais se selecionaram algumas áreas com perguntas mais direcionadas para a comunicação. As reuniões decorreram em 2022 e 2023, envolvendo entidades consideradas relevantes para a concretização do plano, tais como: coordenadores técnicos dos programas água e saneamento, transição energética, emprego e empregabilidade, e representantes da plataforma das Organizações da Sociedade Civil (OSC), Federação Cabo-verdiana de Associações de Pessoas com Deficiência (FECAD), Instituto Cabo-verdiano de Igualdade e Equidade do Género (ICIEG), Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP), Núcleo Operacional para a Sociedade de Informação (NOSI), Instituto do Património Cultural (IPC) e Instituto do Turismo.

A partir dessa metodologia pensou-se numa estratégia de comunicação que respondesse às seguintes questões, críticas para o sucesso do plano:

- Como chegar a toda a população, não deixando verdadeiramente ninguém para trás?
- Como envolver, motivar e fomentar a participação ativa e efetiva da sociedade civil num desígnio comum a médio prazo, mas com necessidades de ação imediata?

A estratégia adotada baseia-se, assim, em quatro pilares fundamentais:

- Encontrar instrumentos aceleradores do envolvimento de toda a sociedade e da mudança de comportamentos;
- Identificar formas inovadoras e inclusivas de participação da sociedade civil;

- Incluir os vários públicos-alvo em clusters e comunidades; e
- Utilizar veículos simples, eficazes e credíveis de transmissão da mensagem.

Dada a complexidade e os diversos níveis de desafios, será fundamental utilizar múltiplos canais e ferramentas de comunicação, das mais tradicionais às mais inovadoras. Exemplos de ferramentas comunicacionais com maior impacto:

Publicidade: enquanto ferramenta renovada utilizando-a como um instrumento para modificar o impacto das atividades humanas no planeta.

Artivismo: a arte e a cultura são fundamentais e têm uma capacidade única de criar mudanças sustentáveis. Artivismo é uma tendência reconhecida na forma como os artistas se expressam através da arte (literatura, pintura, escultura, teatro, cinema, fotografia, música, etc.) dando um novo poder às mensagens.

Eco design e branding: utilizar a natureza como uma fonte de inspiração para a criação de marcas fortes, unindo a estética à sustentabilidade e à funcionalidade.

Urbanismo tático: dar um novo sentido aos espaços, criando iniciativas de pequena escala, de baixo orçamento, rápidas, flexíveis e temporárias, e conferindo usos mais sustentáveis ao espaço urbano.

Embaixadores, campeões e guardiões: definidos como pessoas inspiradoras, de diferentes setores da sociedade civil, que possam exercer uma influência coletiva para a mobilização. No sentido de potenciar a comunicação de algumas ideias e iniciativas, terão de ser selecionados um conjunto de embaixadores e influenciadores, nacionais e da diáspora, identificados em três áreas transversais à sociedade: educação, cultura e desporto.

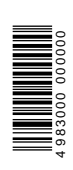
Laboratórios: sessões práticas onde diferentes grupos procuram identificar respostas para um desafio comum. Mais do que uma ferramenta de comunicação, é uma metodologia adotada para testar novas soluções, integrar objetivos, combinar uma diversidade de públicos-alvo, empoderar as pessoas e demonstrar novas fórmulas e ideias em grupo.

Apresenta mais risco do que outras atividades, pelo seu cariz experimental, mas simultaneamente torna-se uma ferramenta poderosa em caso de sucesso, por trabalhar casos reais e pelo potencial de replicação ou de escalabilidade.

A necessidade de ousar, arriscar e testar, perante um desafio de tão grande dimensão, é crucial e pode trazer lições e aprendizagens muito relevantes. O plano de comunicação será tanto mais eficaz quanto mais tiver a possibilidade de atuar sobre medidas concretas e de experiências relevantes, criando espaço para a aprendizagem, para a divulgação e para a mudança de comportamentos.

VI. TEMA

As mudanças climáticas manifestam-se primeiramente e mais certamente através de um aumento da temperatura média do ar à superfície.



4 983000 000000

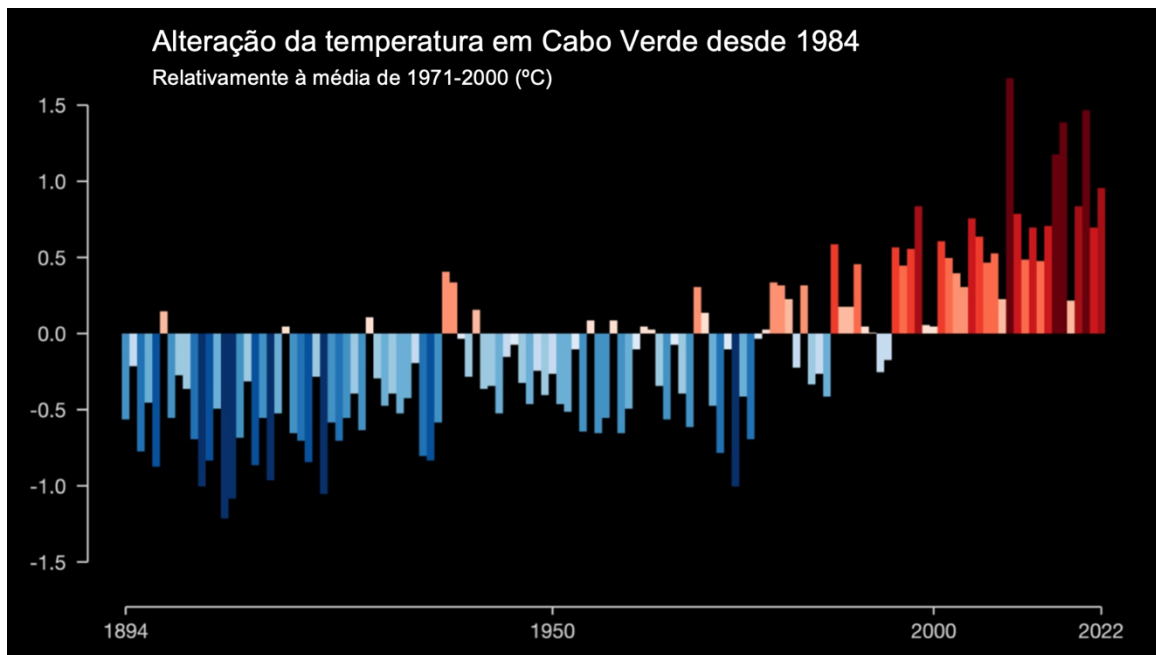
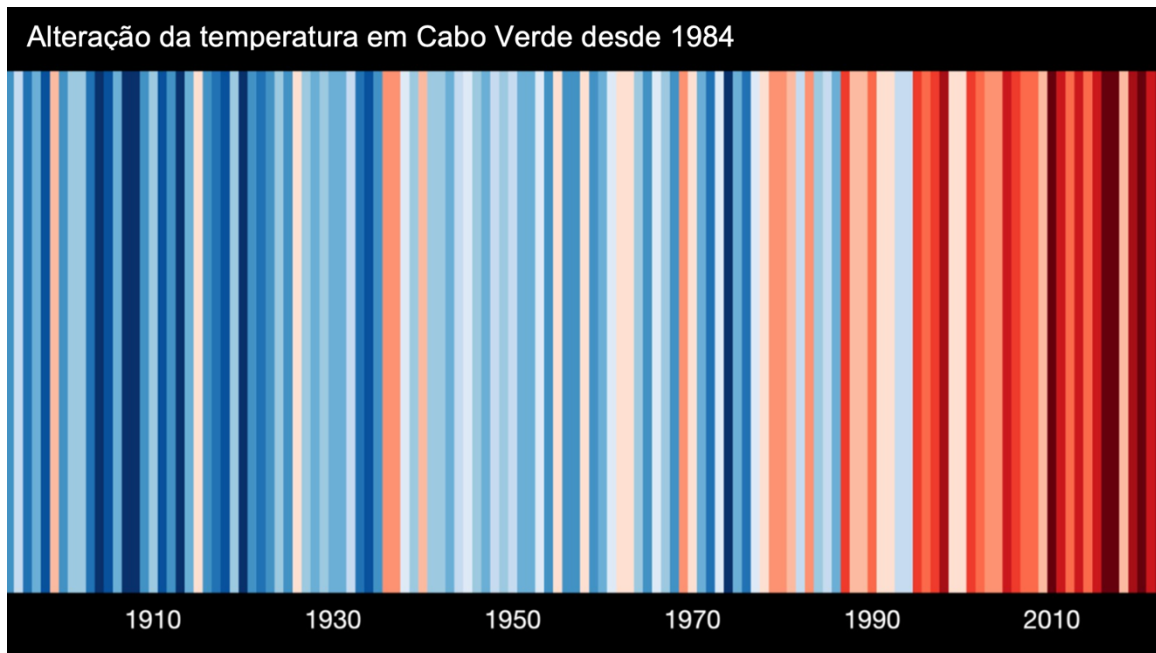


Figura 1).

Enquanto a evidência sobre o presente é inegável, quanto ao futuro existem também já alguns cenários climáticos para Cabo Verde e para a região, tentando prever como se comportarão as principais variáveis climáticas (temperatura do ar e do mar, precipitação, ventos e outros), continuando a ser a temperatura a variável para a qual há mais certeza, prevendo-se um aumento que pode já ultrapassar os 1,5.° C e chegar a mais de 4.° C em 2100.

De acordo com os resultados do 6.º Relatório de Avaliação do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC), 1,5.° C de aquecimento provocará um aumento acentuado dos riscos para a saúde. Prevê-se que o número de mortes relacionadas com o calor aumente significativamente, com o número de dias de calor potencialmente letais a ultrapassar os cinquenta dias por ano na África Ocidental. Prevê-se também que a transmissão e distribuição de doenças transmitidas por vetores aumente, particularmente na África Oriental e Austral, expondo milhões de pessoas a doenças como a malária.

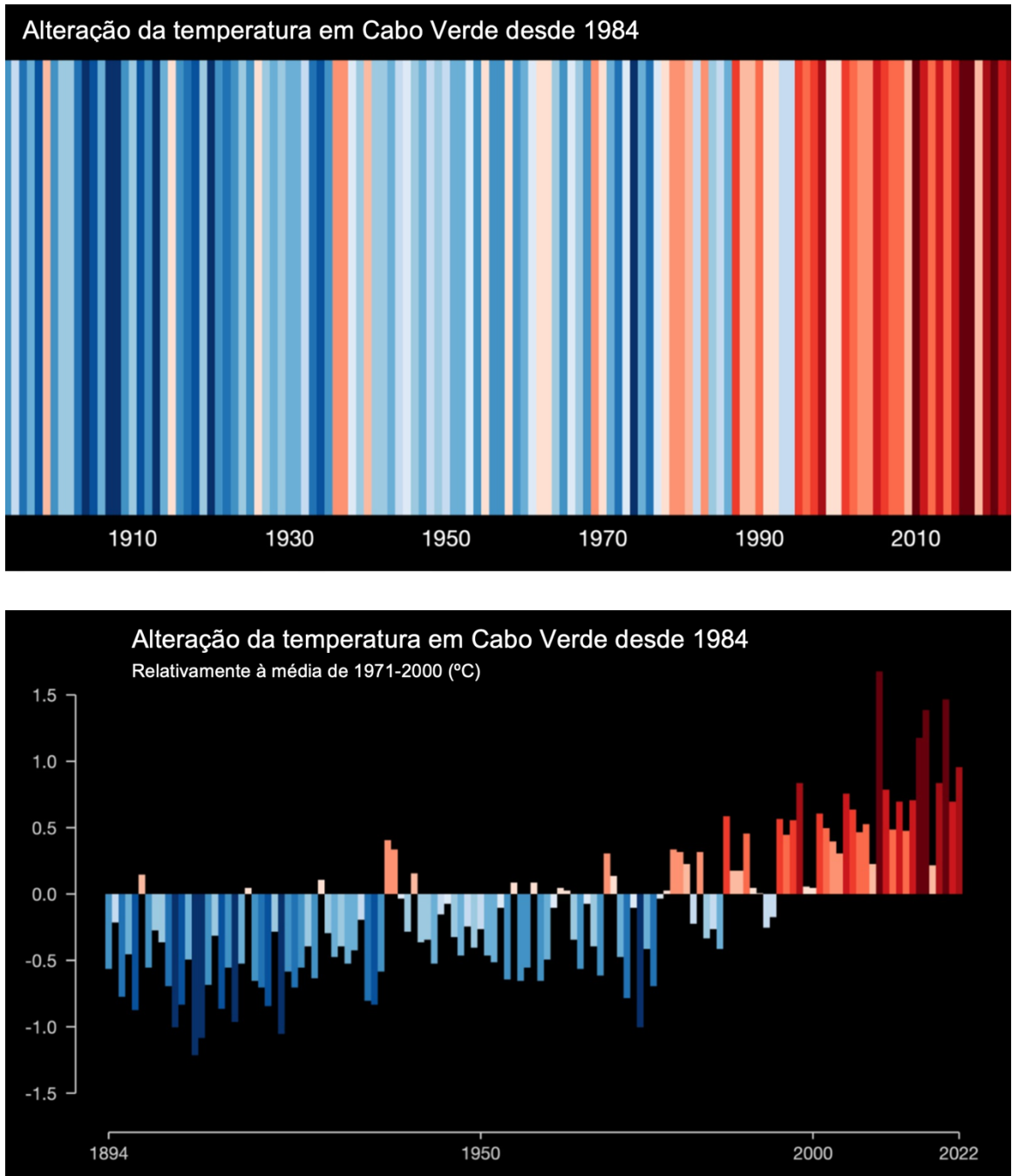


Figura 1 - Alteração da temperatura média do ar (dados 1790-2021).

Fonte: https://twitter.com/ed_hawkins/status/1601180272216903680/photo/1

Assim, escolhe-se como principal tema das iniciativas as causas e consequências das mudanças climáticas, com ênfase no aumento da temperatura e riscos para a saúde humana¹ com o intuito de promover o conhecimento e a literacia sobre o fenómeno e medidas de adaptação simples que podem salvar vidas.

VII. ATORES E PÚBLICOS-ALVO

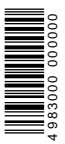
O plano de comunicação é direcionado à população em geral, com foco nos grupos de pessoas mais vulneráveis às mudanças climáticas, assim como a públicos específicos que possam ter um papel mais ativo na mudança de comportamentos e na educação da população. A abrangência do plano, no entanto, vai muito além do seu público-alvo, *stricto sensu*, já que envolverá uma multiplicidade de

atores, em todas as áreas da sociedade. A lista abaixo fornece uma visão geral desses atores.

Sociedade civil

- População em geral;
- Grupos vulneráveis ao clima;
- Jovens;
- Associações comunitárias, desportivas e culturais;
- Outras organizações da sociedade civil;
- Líderes comunitários;
- Líderes religiosos;
- Personalidades da diáspora;
- Parlamento juvenil; e
- Turistas.

¹ Em complementaridade, está também previsto um estudo que pela primeira vez relacionará a afluência a equipamentos de saúde (hospitais, centros de saúde e farmácias) com variáveis meteorológicas em tempo real em Cabo Verde e que será a base para um sistema de alerta prévio para a população.



Setor Público

- Órgãos centrais e descentralizados do Governo;
- Agências e institutos públicos;
- Comissões técnicas;
- Empresas públicas;
- Decisores públicos e institucionais;
- Outros profissionais da administração pública;
- Municípios; e
- Fundos setoriais.

Setor Privado

- Operadores turísticos;
- Restauração e hotelaria; e
- Outras empresas privadas.

Grupos profissionais

- Agricultores;
- Artesãos;
- Nómadas digitais;
- Jornalistas;
- Organizadores e produtores de eventos e festivais; e
- Realizadores e produtores de cinema.

Investigação e ensino

- Estudantes;
- Professores;
- Escolas;
- Universidades;
- Outras entidades educacionais; e
- Institutos técnicos e de investigação.

Desta multiplicidade de potenciais públicos-alvo são selecionados como públicos-alvo prioritários as crianças e adolescentes em idade escolar, o cidadão comum, os idosos e doentes crónicos, por serem os mais vulneráveis ao aumento de temperatura.

VIII. ABRANGÊNCIA

Sem perder o objetivo geral de informar e mobilizar todos os atores e públicos-alvo, o plano terá diferentes níveis de abrangência. Por um lado, procurará atingir a sociedade como um todo, com medidas de âmbito nacional. Por outro, será direcionado a grupos, áreas ou eventos específicos.

Algumas das suas iniciativas serão colocadas em prática em cinco municípios-piloto, como forma de as testar e, possivelmente, replicá-las mais tarde no resto do país. Os municípios-piloto são: Ribeira Brava (S. Nicolau), Mosteiros (Fogo), Praia (Santiago), Brava (Brava) e Boa Vista (Boa Vista). Para além destes o Sal (Sal) será também beneficiado diretamente.

IX. INICIATIVAS

O plano de comunicação contempla um conjunto de 10 iniciativas:

1. Manifesto – ação climática agora;
2. Semana cívica da ação climática;
3. WebLabs *clim@tech*;

4. Deputados climáticos;
5. Curtas-metragens climáticas;
6. Corrida&marcha pelo clima;
7. Portal do Clima;
8. Podcasts;
9. *Stand&conteúdos* para conferências e exposições; e
10. Casa do Clima.

As iniciativas têm, entre elas, um denominador comum: inspirar a sociedade civil, a nível nacional e na diáspora, e mobilizá-la para a ação através de mecanismos de participação, educação, capacitação, envolvimento e empoderamento. Cada uma foi pensada sob a premissa de que o plano de comunicação deve encontrar instrumentos aceleradores para o envolvimento de toda a sociedade, identificando formas inovadoras de participação.

A grande maioria das iniciativas propostas preenche um objetivo global – o de construir uma literacia climática crescente, de uma forma natural, seja por tornar simples temas complexos, seja por utilizar programas, concursos, eventos e festivais que já fazem parte do dia a dia da sociedade, na escola ou na rua, sejam eles mais populares ou mais eruditos, que a população procura e de que usufrui regularmente.

Muitas iniciativas apostam, assim, na comunicação interpessoal como um veículo primordial, através da interação entre cidadãos de diferentes grupos, comunidades e faixas etárias, bem como representantes de instituições públicas e privadas e da academia.

As iniciativas procuram, ainda, responder aos objetivos do Programa Ação Climática, como veículo de apoio à implementação da NDC e do NAP. A forma como se relacionam com os resultados, sub-resultados e atividades do programa está expressa nas tabelas-resumo que se apresentam mais adiante. Para a sua elaboração, procurou-se avaliar, por um lado, se as iniciativas tinham visivelmente uma relação direta com as atividades do programa, mas também se havia algum tipo de conexão indireta entre ambos.

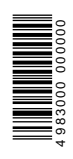
Exemplos de relação direta:

- A criação de uma campanha de mobilização nacional – o manifesto, de que se falará mais adiante – atende aos objetivos da atividade T8A4 do programa, sobre a operacionalização de um fórum climático envolvendo a população;
- O envolvimento dos jovens em iniciativas de comunicação/empoderamento em torno das conferências das partes (CÓP) da UNFCCC encaixa-se diretamente no espírito da atividade T6A4 do programa, sobre a participação de Cabo Verde nas COP e a organização de eventos paralelos (ver tabelas-resumo); e
- Os podcasts previstos no plano de comunicação podem servir como um veículo de discussão e divulgação dos resultados dos inúmeros estudos que serão realizados com o apoio do Programa Ação Climática.

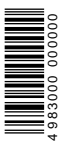
X. TABELAS-RESUMO

Conforme indicado anteriormente, as tabelas-resumo apresentadas a seguir estabelecem a relação direta ou indireta das iniciativas do plano de comunicação com os resultados (R), sub-resultados (SR) e atividades (T) do Programa Ação Climática.

As atividades do programa que foram identificadas como relevantes para as iniciativas do plano de comunicação são as seguintes.



Resultado	Sub-resultado	Atividades relevantes
R1: Reforçadas as estruturas setoriais relacionadas com a governança climática	SR 1.1: Reforçados a coordenação e planeamento climático global	T4A1: Assistência técnica em governança e institucionalização
		T4A3: Implementação de plano de capacitação
	SR 1.2: Apoiados a responsabilização, a tecnologia, ciência e o conhecimento sobre o clima	T5A10: Desenvolvimento de soluções tecnológicas
		T5A3: Estudo sobre vulnerabilidades climáticas
		T5A6: Elaboração de mapas de risco nos cinco municípios
		T5A8: Estudo sobre SBN 5 municípios
		T5A9: Estudo sobre corais
	SR 1.3: Melhoradas a diplomacia climática nacional, a geopolítica e as habilidades linguísticas	T6A3: Formação em diplomacia e negociação climática
		T6A4: Participação nas COP e realização de eventos paralelos
	SR 1.4: Reforçada a mobilização do financiamento climático	T7A4: Estudo ACB adaptação, RRG e de mitigação, perdas e danos
SR 1.5: Fortalecido o empoderamento cívico para o clima e a comunicação	T8A2: Implementação do plano de comunicação e relações-públicas	
	T8A4: Operacionalização do Fórum do Cidadão e do Clima	
R2: Criado um quadro favorável para a implementação de medidas de mitigação e adaptação às mudanças climáticas	SR 2.3: Implementadas ações de adaptação em cinco municípios	T11A2: Aumento da resiliência Mosteiros
		T11A3: Aumento da resiliência Brava
		T11A4: Aumento da resiliência Praia
		T11A5: Aumento da resiliência Boa Vista
		T11A6: Aumento da resiliência Ribeira Brava
	SR 2.2: Apoiados a capacitação e o acesso ao financiamento para a ação climática	T10A1: Desenvolvimento da capacidade de mobilização de recursos climáticos nível municipal



A relação de cada iniciativa do plano de comunicação com as atividades do programa está sistematizada no quadro a seguir.

Plano de comunicação		Programa Ação Climática	
Iniciativa	Descrição	Res./Sub-res.	Atividades relacionadas
Manifesto	Campanha de mobilização, integrando a população no seu desenvolvimento, podendo funcionar no início do programa e no seu final	R1/SR 1.5	T8A2, T8A4
Concurso nas escolas	Realização de atividades didáticas e inovadoras nas escolas do ensino básico, para o envolvimento da comunidade estudantil nos temas das mudanças climáticas	R1/SR 1.1	T4A3
WebLabs <i>climatech</i>	Utilização de uma estrutura de sucesso implantada a nível nacional nas escolas do ensino secundário - os <i>WebLabs</i> - enriquecendo os programas com novos conteúdos ligados ao clima	R1/SR 1.1	T4A3
		R1/SR 1.2	T5A10
		R1/SR 1.5	T8A2
Deputados climáticos	Criação de iniciativas que levem jovens a levarem as suas reivindicações às conferências das partes da Convenção Quadro das Nações Unidas para as Mudanças Climáticas (COP), seja <i>in loco</i> , seja em eventos relacionados	R1/SR 1.3	T6A3, T6A4
		R1/SR 1.5	T8A2, T8A4
		R1/SR 1.2	T5A10
		R1/SR 1.5	T8A2
Curtas climáticas	Criação de oportunidades para talentos na área do cinema, ampliando a oferta de conteúdos sobre o clima e abrindo um novo mercado	R1/SR 1.5	T8A2
Corrida & Marcha pelo clima	Criação de uma “corrida e marcha pelo clima” nos cinco municípios-piloto, pontuada com ações de comunicação direcionadas para e específicas das mudanças climáticas	R2/SR 2.3	T11A2, T11A3, T11A4, T11A5, T11A6
Portal do clima	Plataforma digital para melhorar a fluidez na comunicação interna e externa e a comunicação regular entre instituições, fomentando sinergias	R1/SR 1.1	T4A1
		R1/SR 1.5	T8A2, T8A4

Plano de comunicação		Programa Ação Climática	
Iniciativa	Descrição	Res./Sub-res.	Atividades relacionadas
Podcasts	Séries de <i>podcasts</i> multissetoriais para o desenvolvimento de um diálogo com uma multiplicidade de temas e interlocutores, através de um meio generalizado que pode ser sempre revisitado	R1/SR 1.1	T4A3
		R1/SR 1.2	T5A3, T5A6, T5A8, T5A9, T5A10
		R1/SR 1.3	T6A4
		R1/SR 1.4	T7A4
		R1/SR 1.5	T8A2, T8A4
		R2/SR 2.3	T11A2, T11A3, T11A4, T11A5, T11A6
		R2/SR 2.2	T10A1
Stand para Conferências e exposições	Elaboração de stand e conteúdos desmaterializados de comunicação para apoiar a participação em conferências e feiras e exposições através de organização própria ou suportando outras entidades.	R1/SR 1.5	T8A2
Casa do Clima	Centro interpretativo ou museu moderno definido como um “espaço para inspirar a aprendizagem, o diálogo e a ação, com exposições poderosas baseadas em experiências e programa interdisciplinares para todas as idades, para criar uma comunidade sobre educação e soluções climáticas caminhando para um futuro mais seguro e justo”	R1/SR 1.5	T8A2

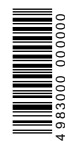
Apresentação e distribuição dos principais grupos de atores ou públicos-alvo pelas diferentes iniciativas do plano de comunicação.

Iniciativas	Sociedade civil								Público				Privado	Grupos profissionais					Ensino			
	Crianças	Adolescentes	Jovens	Adultos	ONGs	Turistas	Diáspora	Líderes religiosos	Governo central	Governo local	Institutos públicos	Empresas públicas	Empresas privadas	Agricultores	Pescadores e peixeiras	Jornalistas	Professores	Alunos	Promotores de eventos	Cineastas	Agrupamentos escolares	Universidades
Manifesto	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o
Escolas	o															o	o				o	
WebLabs		o									o					o	o				o	
Deputados			o		o																	
Curtas	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o		o	o	o		o	o	o	o
Corrida&Marcha	o	o	o	o	o				o	o	o	o	o									
Portal	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o
Podcasts			o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o
Stand			o	o	o				o	o	o	o	o			o	o					o
Casa do clima	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o	o

Figura 2 - Distribuição dos principais grupos de atores ou públicos-alvo pelas diferentes iniciativas.

XI. CALENDÁRIO

Um calendário indicativo para as iniciativas é apresentado na Figura 3. A concretização de cada iniciativa pressupõe um período prévio de conceção/preparação, maior ou menor, conforme o caso. Esse período acautela as fases iniciais de implementação das iniciativas, tais como a definição dos seus detalhes, o desenvolvimento de ferramentas, os contactos com os parceiros ou a aquisição de serviços. As datas deverão ser adaptadas às condições existentes para a concretização das iniciativas ou de modo a aproveitar oportunidades do calendário geral, como efemérides ambientais.



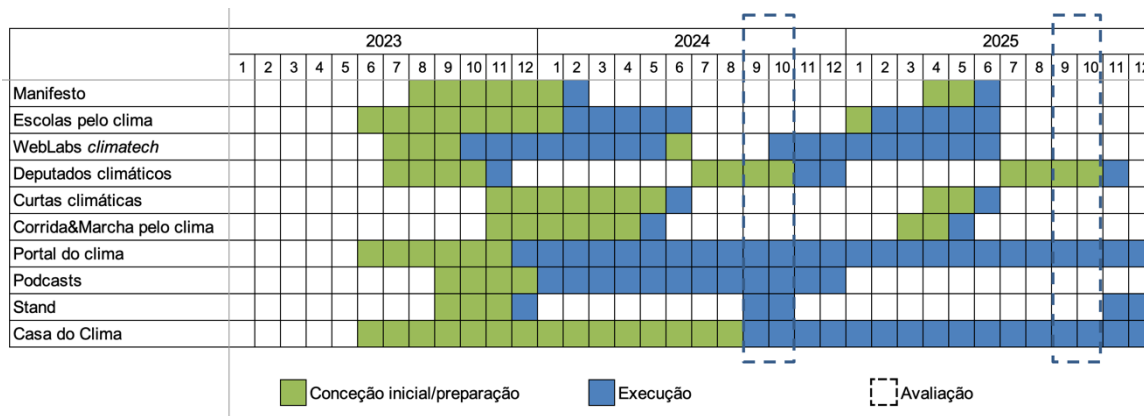


Figura 3 - Calendário de conceção e implementação das várias iniciativas de comunicação.

Sugerem-se dois períodos de avaliação das iniciativas. O primeiro, em setembro/outubro de 2024, destina-se a selecionar aquelas com melhores resultados e aceitação junto dos respetivos públicos, para as replicarem em 2025. O período seguinte seria em setembro/outubro de 2025, para avaliar o plano como um todo e estudar que iniciativas se podem manter nos anos seguintes.

XII. ESTIMATIVA ORÇAMENTAL

O orçamento anual e total é apresentado de seguida na Figura 4

	Orçamento (CVE)			
	2023	2024	2025	Total/iniciativa
Manifesto	7 718 550	6 615 900	5 513 250	19 847 700
Escolas pelo clima	2 756 625	13 783 125	8 269 875	24 809 625
WebLabs clim@tech	5 513 250	8 269 875	5 513 250	19 296 375
Deputados climáticos	5 513 250	5 513 250	5 513 250	16 539 750
Curtas metragens climáticas	1 433 445	3 307 950	2 205 300	6 946 695
Corrida&Marcha pelo clima	2 205 300	2 205 300	2 205 300	6 615 900
Portal do clima	4 520 865	413 494	413 494	5 347 853
Podcasts	2 205 300	1 102 650	0	3 307 950
Stand	2 205 300	5 072 190	1 653 975	8 931 465
Casa do Clima	5 513 250	22 053 000	5 513 250	33 079 500
Total/ano	39 585 135	68 336 734	36 800 944	144 722 813

Figura 4 - Estimativa orçamental

Aprovada em Conselho de Ministros, aos 25 de julho de 2023. — O Primeiro-Ministro, José Ulisses de Pina Correia e Silva.

