

Estratégia de Sensibilização Censo 2010

1-Apresentação

O censo demográfico realizado, em Cabo Verde, de dez em dez anos, pelo Instituto Nacional de Estatística, tem por objectivo contar os habitantes do território nacional, identificar as suas características e revelar como vivem os cabo-verdianos. Essas informações são de extrema importância para as autoridades e para a sociedade civil em geral.

Os censos demográficos vêm sendo realizados desde 1960, e os três realizados após a Independência (Censos 1980, 1990 e 2000), abordaram o item habitação. Estes recenseamentos permitiram acompanhar a evolução das características da população ao longo do tempo, reforçar a importância e utilização das variáveis demográficas nas políticas e programas de desenvolvimento, nomeadamente pelo sistema de planeamento.

A Lei do Censo aprovada pelo Governo (*B.O. N° 18 de 14 de Maio de 2008 – II Série*) fixa 2010 como sendo o ano da realização do IV Recenseamento Geral da População e Habitação. No próximo censo, ao contrário dos censos anteriores, vai apostar na realização efectiva de um censo de habitação.

O RGPH 2010 levará em consideração os ensinamentos dos censos anteriores e os princípios e as recomendações das NU para a ronda dos recenseamentos da população e habitação de 2010, nomeadamente as novas normas internacionais preconizadas, os temas de recenseamentos a serem contemplados nos módulos principais e secundários e as tabulações. Com o RGPH 2010, o INE pretende garantir a comparabilidade com o censo 2000, mas também a comparabilidade regional e internacional.

Assim, o RGPH 2010 deverá ir para além das realizações do Censo 2000, valorizando as boas práticas, as capacidades criadas, assim como perspectivar inovações tecnológicas tanto na recolha, tratamento e difusão das informações, para assumir, plenamente, como um instrumento incontornável de monitorização do desenvolvimento do país.

O Recenseamento de 2010 é a primeira prioridade da Agenda Estatística para o Desenvolvimento 2008-2012, considerando a diversidade de indicadores, mas também

por causa do leque de agendas e de programas de desenvolvimento e compromissos internacionais relacionados com a área estatística que abrange.

O Recenseamento de 2010 será a oportunidade para actualizar a lista e os limites das zonas, localidades, bairros e, resumindo o Código Geográfico Nacional. Nesse aspecto, ele disponibilizará informações de base territorial que, associadas à geo-referenciação, reforçará a base de informação para a planificação e o desenvolvimento municipal.

Pelo exposto, se depreende que, este projecto é do interesse de todos. Um grande trabalho está sendo desenvolvido pelo INE, onde se destaca a montagem dos questionários, a cartografia digital e a programação destes instrumentos nos PDAs. Em Abril terá início a actualização cartográfica e o pré- recenseamento agrícola.

Equipas do INE deslocar-se-ão a todas as famílias para a recolha de informação, e para o sucesso desta operação é importante a colaboração de todos.

Para isso, é importante ter uma estratégia de comunicação capaz de atingir toda a população e conseguir a adesão de todos nesse processo.

1.1- Objectivo de Comunicação

O objectivo da campanha de sensibilização é por um lado, dar a conhecer as famílias cabo-verdianas a realização do Censo através das suas várias fases, a saber:

- Cartografia censitária e Pré-recenseamento agrícola;
- Recenseamento piloto;
- Realização do censo
- Inquérito pós- censitário
- Divulgação dos resultados

Por outro lado, levar as famílias cabo-verdianas a não criarem resistência em relação à realização das várias fases do Censo. Isso só é possível com uma estratégia de comunicação forte, uma mensagem que atinja o público-alvo e o faça aderir ao Censo.

1.2. Público-alvo principal

O Censo 2010 é uma operação exaustiva e é dirigido a toda a população residente no país (agregado familiar, nos alojamentos colectivos, etc.). Por isso, considera-se público-alvo do Censo 2010 toda a população cabo-verdiana residente no país.

Público apoiante: Chefe de Estado, membros do Governo, parlamentares, poderes locais, responsáveis dos serviços centrais, responsáveis das organizações da sociedade civil, responsáveis das comunidades religiosas, líderes das associações juvenis, líderes de opinião dos Concelhos, grupos culturais e desportivos, associações comunitárias, Comunicação Social. Esse público-alvo será sensibilizado de forma a apoiar o INE na sensibilização da população à volta dos objectivos do censo.

2. Estratégia Criativa

A estratégia criativa deverá incidir na importância do Censo 2010 para o país, especificamente nas suas vantagens e inovações e nos resultados que fornecerá ao público-utilizador, a saber: informações sobre o estado, a estrutura e as características socio-económicas da população.

A estratégia criativa, para essa campanha de sensibilização, irá basear-se, essencialmente, na divulgação dos objectivos Censo 2010 e nas vantagens que os resultados do mesmo trarão para Cabo Verde, no concernente à formulação de políticas de desenvolvimento.

As mensagens a serem difundidas deverão ser claras, simples, concisas e facilmente memorizáveis e que sejam compreendidas por todos os segmentos do público-alvo. Por isso, serão utilizados suportes e mensagens capazes de atingir simultaneamente crianças, jovens e adultos, de qualquer sexo e qualquer meio de residência. Nesse sentido, pretende-se apostar na comunicação directa com a população, no teatro, nas bandas desenhadas, nos spots e programas de TV e Rádio, nos brindes para crianças, jovens e adultos (quer do meio urbano e rural; nas donas de casa; nos empresários, altos dirigentes políticos, etc.).

Sendo o Censo 2010 uma operação complexa que consegue disponibilizar informações detalhadas até o nível mais elementar do país, teremos que apostar fortemente na sensibilização dos parceiros em cada concelho do país para que ninguém fique de fora dessa operação. Nesse âmbito, serão criadas, em todos os concelhos de Cabo Verde, Comissões de Coordenação Concelhio, de carácter ad hoc. Estas comissões serão presididas pelo responsável máximo do serviço desconcentrado do Ministério do Ambiente e Agricultura e, integrarão, também, um representante do INE, os responsáveis da saúde, da educação e, haverá um representante das Câmaras Municipais, indicado pelos respectivos Presidentes. Terão como responsabilidade a gestão da logística do Censo e a supervisão da campanha de sensibilização.

Para além desses parceiros, iremos sensibilizar as igrejas, os responsáveis máximos do Governo e do estado, os deputados, as instituições parceiras tais como as Nações

Unidas, através da apresentação do projecto Censo e da estratégia de sensibilização, solicitando a colaboração dos mesmos durante o período do Censo. Serão solicitados aos representantes das confissões religiosas, Presidentes de Câmaras e ao Presidente da República que sejam recenseados com a presença de comunicação social e que no final apelem à população para aderirem ao censo 2010, visto que terá um impacto muito grande junto da população. O objectivo é que todos sejam envolvidos nessa operação, desde as associações comunitárias, através da plataforma das ONGs, os membros do Governo, as confissões religiosas e toda a sociedade civil (as crianças nas escolas; os professores, os agricultores, as vendedeiras, os funcionários, as donas de casas, etc).

Para maior eficácia da campanha de sensibilização propõe-se utilizar vários meios de comunicação de forma a atingir os vários segmentos do público-alvo nomeadamente suportes gráficos, audiovisuais, sessões de relações públicas tais como encontros, seminários, comunicação directa, conferências de imprensa, etc.

A estratégia criativa será traçada tendo em conta as várias fases do Censo 2010 designadamente a Cartografia Censitária e o Pré- Recenseamento Agrícola, Recenseamento Piloto, o recenseamento propriamente dito, Inquérito pós-censitário e divulgação dos resultados.

2.1- Cartografia Censitária

A “cartografia censitária” será realizada, tendo como objectivo ter um cadastro actualizado de edifícios geo-referenciados. Durante a actualização cartográfica será realizada entrevista junto aos agregados familiares, o que permitirá ter a listagem dos agregados familiares. Essas variáveis são fundamentais na definição dos DRs que serão utilizados na colecta de dados. Será realizado, também, o pré-recenseamento agrícola com vista a disponibilizar informações importantes para o Ministério da Agricultura.

De forma a atingir os objectivos preconizados é fundamental realizar uma campanha de sensibilização junto do público-alvo.

Visto que a cartografia não produz resultados que beneficiarão directamente a população, propõe-se realizar, conjuntamente, com as instituições, que directamente beneficiarão dessa cartografia (M. Agricultura, Direcção Geral do Ordenamento do Território, Câmaras Municipais, Educação, etc), algumas actividades, a saber:

- Conferência de imprensa;
- Divulgação dos objectivos da actualização dos agregados familiares, nas principais escolas do país, para que as crianças informem aos pais em casa (com a parceria do M. da Educação);
- Confecção de pólos para recenseadores;
- Divulgação da informação através de contacto directo com as famílias (com a parceria do M. da Agricultura - através dos animadores rurais);
- Divulgação na rádio comunitária;
- Divulgação em outras rádios;
- Divulgação nos jornais.
- Divulgação na rede do estado;

2.2- Recenseamento Piloto

O recenseamento piloto tem por objectivo testar toda a metodologia, os questionários e a estratégia de sensibilização. Serão escolhidos alguns Drs para efectuar esse teste e uma grande camada da população irá ser recenseada e, para isso, a população tem de ser sensibilizada.

Para a sensibilização do público-alvo para o recenseamento piloto e a preparação dos materiais de sensibilização para o recenseamento propriamente dito, serão realizadas várias actividades, a saber:

- 1.1) Lançamento do Concurso público para a escolha do Logótipo e do Slogan para maior envolvimento do público-alvo;
- 1.2) Sensibilização dos potenciais parceiros de sensibilização em todos os concelhos do país, através da apresentação do projecto Censo 2010 e estratégia de sensibilização (membros do Governo, Deputados da nação, Nações Unidas, Ministérios da Educação, Saúde, Agricultura, Alimentação e Ambiente, confissões religiosas, Organizações Não-Governamentais inclusive as associações de deficientes, de crianças, de mulheres, associações comunitárias através da parceria com a Plataforma das ONGs);
- 1.3) Estudo do meio nos municípios onde vão ser seleccionados os Distritos de Recenseamento para a operação piloto;
- 1.4) Lançamento do concurso público para a selecção de uma Agência de Publicidade para trabalhar com a equipa de sensibilização na concepção dos materiais gráficos e audiovisuais;
- 1.5) Concepção de suportes informativo-publicitários (cartazes, outdoors, mupis, brochuras com resumo do projecto censo, desdobráveis, banda

desenhada, autocolantes para enumeração das casas, publicidade para jornal, etc.);

- 1.6) Concepção da indumentária para os recenseadores (com características próprias que permitirão o transporte e a conservação dos PDAs, telemóvel, canetas, etc);
- 1.7) Estabelecimento de parceria com um grupo de teatro para a concepção e apresentação de uma peça de teatro alusiva ao RGPH-2010 (utilizando o crioulo de barlavento e sotavento);
- 1.8) Avaliação da aplicação do Logotipo e do Slogam em brindes promocionais (T-shirts, bonés, canetas, estojos, chaveiros, avental, pastas, ioio, caneca térmica, pastas vips, canetas vips, etc.);
- 1.9) Inventariação das rádios comunitárias existentes no país;
- 1.10) Elaboração da proposta de programas radiofónicos e televisivos;
- 1.11) Elaboração da proposta de Spot TV e Rádio
- 1.12) Concepção e produção de materiais gráficos para o Recenseamento piloto;
- 1.13) Divulgação na rádio de infirmações referentes ao R. Piloto.

2.3- Sensibilização Censo 2010

Para a abertura oficial da campanha de sensibilização será realizada uma conferência de imprensa onde o Presidente do INE apresentará, em breves linhas, o que será a campanha de sensibilização para o Censo e serão distribuídos alguns brindes aos jornalistas. No primeiro dia das operações do terreno, o Presidente da República, Presidentes de Câmaras e os representantes das confissões religiosas serão recenseados, com a cobertura dos meios de Comunicação e no final farão um apelo à população para a sua aderência ao censo.

Nesta fase, os parceiros já estarão sensibilizados, e as comissões concelhias já estarão formadas e preparadas para apoiarem a equipe de sensibilização e os agentes de terreno, caso haja alguma dificuldade de resposta. Serão enviados os materiais de sensibilização a todos os concelhos e a suas distribuições ficarão a cargo das comissões concelhias.

Após a aprovação do design e dos conteúdos dos materiais gráficos de sensibilização, será feito um estudo do meio para determinação dos lugares estratégicos para a colocação de outdoors, cartazes e mupis.

Um mês antes do início da campanha de sensibilização serão afixados outdoors, cartazes e mupis, em todos os concelhos do país.

Será criada uma “ LINHA VERDE” para a realização de entrevista às pessoas que são difíceis de encontrar em casas. Essa linha verde será divulgada para conhecimento de toda a população.

A existência de uma “ LINHA VERDE” e a difusão de spot rádio, TV, programas e sketches serão divulgados 15 dias antes do início dos trabalhos do terreno.

Nas localidades onde houver muita recusa, teremos um carro móvel disponível, com pessoas preparadas para sensibilizarem as pessoas.

Para concluir é importante realçar as principais actividades a serem desenvolvidas.

- 2.1) Análise do impacto dos materiais gráficos utilizados no R. Piloto;
- 2.2) Revisão do “design” dos cartazes, brochuras, banda desenhada e cartão de enumeração das casas aos objectivos do RGPH-2010;
- 2.3) Formação dos Coordenadores, Supervisores e Agentes de terreno;
- 2.4) Reforço de sensibilização junto dos parceiros e dos potenciais parceiros;
- 2.5) Concepção e Produção dos suportes publicitários e audiovisuais;
- 2.6) Estudo do meio para a identificação dos lugares estratégicos para afixação de cartazes, outdoors e mupis;
- 2.7) Negociação com empresas e proprietários de transportes públicos para afixação de cartazes;
- 2.8) Produção e divulgação da peça de teatro sobre o Censo 2010, como sketch na TV e também apresentação ao vivo nas festas de romaria;
- 2.9) Concepção das linhas de força para os programas radiofónicos e televisivos;
- 2.10) Concepção e distribuição dos brindes em todos os concelhos do país através das comissões concelhias (ver proposta em anexo);
- 2.11) A divulgação publicitária nos meios de comunicação de massa;
- 2.12) Divulgação da “LINHA VERDE”.

- 2.13) Negociação com os operadores da Rede Móvel e Fixo para envio de mensagens SMS e para a obtenção de uma linha (linha Verde) grátis que estará à disposição de toda a população.
- 2.14) Negociação com a SISP para a divulgação de Publicidades nas Caixas 24;
- 2.15) Divulgação da mensagem sobre o Censo nas principais páginas de internet das instituições públicas;
- 2.16) Abertura oficial da campanha de sensibilização (conforme do timing definido)
- 2.17) Afixação de cartazes, out doors e mupis e distribuição de folhetos nos pontos estratégicos (escolas, centros de saúde, balcões de bancos, universidades, associações comerciais, câmaras de comercio, centros comunitários, entre outros);
- 2.18) Concepção e distribuição de sacos de plásticos alusivo ao censo a todos os minimercados e supermercados;
- 2.19) Avaliação da campanha de sensibilização através de uma sondagem de opinião, afim de assegurar se os objectivos estabelecidos foram atingidos.

2.4- Sensibilização das populações nos DRs seleccionados para o inquérito pós-censitário

Após a recolha, uma actividade especial de sensibilização será implementada nos DRs seleccionados para a realização do inquérito pós-censitário (IPC).

Visto que nesta fase alguns agregados familiares já tenham recebido umas três visitas dos agentes do INE (cartografia, censo piloto e recenseamento propriamente dito) e já se encontram um pouco cansados, a equipa de sensibilização irá, nessa fase, apostar fortemente na comunicação directa com a população explicando a finalidade do IPC, no sentido de convencê-la a aderir a esta operação e a responder ao questionário do controle de qualidade de forma correcta.

2.5- Agradecimento as famílias

Após o término do Inquérito Pós Censitário serão divulgados Spots na rádio e TV com finalidade de agradecer todas as famílias cabo-verdianas de terem participado no Censo.

2.6- Divulgação dos Resultados

Para a divulgação dos resultados serão organizados seminários de divulgação dos resultados em todos os concelhos do país. A primeira grande apresentação será feita na Praia com a presença de todos os parceiros (nacionais e internacionais), técnicos do gabinete e todos os funcionários do INE. Para essa divulgação serão oferecidos, aos presentes, uma brochura com o resumo dos resultados do Censo. Serão negociados com alguns Jornais a divulgação de alguns artigos, com base nos dados do Censo. Serão divulgados amplamente na Internet os resultados do censo através do Site do INE e alguns sites de instituições parceiras.

Serão enviadas mensagem SMS com a informação do total população de Cabo Verde, exemplo “ os resultados do censo 2010 permite-nos saber que hoje somos

3- Estratégia dos Media

A estratégia dos media é apresentada tendo em conta os objectivos do Censo 2010, a sua finalidade, o público-alvo, o budget, etc.

Optou-se pelos meios e suportes que são mais eficazes e apelativos, por isso, consideram-se, essências, a utilização de suportes gráficos, audiovisuais, promocionais, entre outros.

Peças de comunicação:

1- Folheto Informativo

Folheto Informativo servirá para passar, de forma clara e sucinta, as informações gerais do Censo 2010 desde os objectivos, o público-alvo, a data da realização do Censo, a instituição que o realiza, entre outros. O folheto é importante porque o público-alvo terá acesso às informações gerais do censo de uma forma clara e sucinta e os ajudará a interiorizar facilmente o que se pretende informar.

2- Spot e programa na TV

A televisão é um meio muito eficaz de fazer passar a informação e tem grande impacto junto da população. Actualmente existem mais canais de TV em Cabo Verde e todos serão utilizados para que toda a população tenha acesso à informação.

3- Spot e programa na Rádio

A rádio, como é um veículo de massa e atinge a população em qualquer parte do território nacional, irá ser utilizado intensivamente. Para isso, será utilizado rádio nacional, local, regional e comunitária.

4- Internet

Serão colocadas informações no Site do INE e será enviada informação sobre o censo 2010 através da rede do estado. Serão negociados, também, com as instituições do

estado que têm uma página na Internet, a colocação de publicidade sobre o Censo nas suas páginas.

Esta peça de comunicação apresenta uma mais-valia, uma vez que, a internet constitui, actualmente, um importante meio e veículo de propagação de mensagens, de cariz publicitário e, de difusão da informação.

5- Anúncio de Imprensa

Para marcar o início das actividades do terreno será feito o lançamento, através de uma conferência de imprensa, dada pelo Sr. Presidente e, também, serão enviadas, a todos os meios de comunicação, uma nota de imprensa com as principais informações acerca do Censo. Para além da cobertura da rádio, em todo o território nacional, será feita cobertura televisiva, em algumas zonas da Praia para marcar o início dos trabalhos de terreno. Será dada entrevista aos meios de comunicação social pelo chefe do Estado e pelos bispos da Igreja católica. Amiúde, serão enviadas notas de imprensas aos meios de comunicação para os manter informados do andamento dos trabalhos de terreno.

6- Brindes

É um suporte gráfico muito importante visto que dá visibilidade ao Censo e faz as pessoas lembrarem frequentemente do censo.

Os brindes serão confeccionados de forma a atingir todos os segmentos do público-alvo, ou seja, teremos brindes para crianças, adultos, funcionários, donas de casas, empresários, entre outros.

7- Sessões de Relações Públicas

Serão feitas apresentações do projecto Censo e da Estratégia de sensibilização para as instituições, em todos os concelhos do país. Serão criadas as comissões concelhias para apoiarem na logística e sensibilização do Censo. As instituições locais poderão ser úteis na identificação de alguns problemas bem como na sugestão de melhor estratégia de contacto da equipe com as famílias, para que o Censo possa decorrer sem sobressaltos.

Teremos, conferências de imprensa para marcar o início dos trabalhos e no final do Inquérito, uma outra sessão de relações públicas para a divulgação dos resultados definitivos que poderá ser através de um seminário ou atelier.

8- SMS

Será negociada, junto da CVMóvel e da TMais, o envio de uma mensagens SMS, com as informações referentes ao Censo, à todos os utilizadores da rede móvel, no dia do arranque dos trabalhos de terreno, e no decorrer d operação.

9- Linha Verde grátis

Pretende-se, com a criação da linha verde facilitar a comunicação entre a população e o gabinete do Censo, através solicitação de esclarecimentos e informações, bem como a realização de entrevista às pessoas que são difíceis de encontrar em casas.

4- Buget para a Sensibilização – 24.079.050 ECV, ou seja, 218.374 Euros

5- Timing e Fases da campanha

Actividades	Lugar	Data (duração)	Produto/Output
1º fase			
Confecção de slogans, e outros materiais de campanha para IP	Praia	Outubro 2008 a Maio 2009	Materiais confeccionados
Sensibilização das autoridades locais	Todo o País	Março a Maio 2009	Todas as autoridades sensibilizadas ao nível de cada concelho
Campanha de Sensibilização para a cartografia censitária		Abril 2008 a Fev 2009	Todas as actividades realizadas
Campanha de sensibilização nos DR's seleccionados para o recenseamento piloto	DR seleccionado para o recenseamento piloto	Maio e Junho 2009	Toda a população dos DR's seleccionados sensibilizada
2º Fase			
Revisão dos suportes de sensibilização...	Praia	Julho a Dezembro 2009	Materiais revistos
Confecção dos materiais de campanha	Praia	Janeiro a Março 2010	Materiais produzidos em quantidade suficiente
Distribuição dos materiais de sensibilização para recolha	País	Abril a Maio 2010	Todos os materiais distribuídos em todos os concelhos
Fase alta da campanha de sensibilização	País	Maio – Junho 2010	Toda a população sensibilizada ao nível nacional
Declaração Rádio - televisiva do chefe de Estado e Bispos	Praia	14. 06.2010	Mensagem do Chefe de Estado e dos Bispos de Cabo Verde






3ª Fase				
Campanha de sensibilização nos DR's seleccionados para o inquérito pós - censitário	DR seleccionados para o inquérito pós -censitário	Julho 2010	Toda a população dos DR's seleccionados sensibilizada	

6- Avaliação da Campanha

A avaliação da campanha deverá ser feita ao longo dos trabalhos do terreno e no fim da campanha de sensibilização, visto que, ao longo dos mesmos poderão surgir alguns problemas que possam levar a que se repense a estratégia de comunicação e que se propõem novas acções de comunicação. No final da campanha de sensibilização será feita uma avaliação através de uma sondagem de opinião, afim de assegurar se os objectivos estabelecidos foram atingidos.

ANEXO

1-Brindes para Crianças

Camisola	Loio
	
Bonés	Estojo
	
Régua	Lápis
	
	Borracha
	

2- Brindes para Jovens e Adultos

Inclui brindes para donas de casa, jovens, agricultores, empresários, funcionários, etc.

Canetas



Calculadora



Caneta VIP



Pen Drive



Porta cartões



Chaveiro



Pasta



Caneca térmica



Avental



Mala de toalete



Tapete de rato



Boné



Saco de pano



Camisola



Porta CD



saco de plásticos

