

ECASSSB II

**ESTRATÉGIA DE  
COMUNICAÇÃO E ADVOCACIA  
PARA O SUBSISTEMA DE  
SEGURANÇA SOCIAL BÁSICA  
2018 - 2024**



Maputo, Abril de 2018

# ACRÓNIMOS

<b>AAVEDOS</b>	Associação para Apoio aos Velhos Desamparados	<b>OE</b>	Orçamento do Estado
<b>ASE</b>	Acção Social Escolar	<b>OIT</b>	Organização Internacional do Trabalho
<b>ASS</b>	Acção Social para a Saúde	<b>OSC</b>	Organização da Sociedade Civil
<b>BM</b>	Banco Mundial	<b>PARPA</b>	Programa de Acção para a Redução da Pobreza Absoluta
<b>CASGTCS</b>	Comité para os Assuntos Sociais, do Género, Tecnologia e Comunicação Social	<b>PE</b>	Plano Estratégico
<b>CCSSB</b>	Conselho de Coordenação do Subsistema de Segurança Social Básica	<b>PES</b>	Plano Económico e Social
<b>CM</b>	Conselho de Ministros	<b>PMA</b>	Programa Mundial de Alimentos
<b>CNAS</b>	Conselho Nacional da Acção Social	<b>PNUD</b>	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
<b>CPO</b>	Comissão de Planeamento e Orçamento	<b>PO</b>	Plano Operacional
<b>DA</b>	(Autoridade de Domínio)	<b>POPEs</b>	Plano Operacional e Plano Económico e Social
<b>DCI</b>	Departamento de Comunicação e Imagem	<b>PQG</b>	Plano Quinquenal do Governo
<b>DCRP</b>	Departamento de Cooperação e Relações Públicas	<b>PS</b>	Protecção Social
<b>DNAS</b>	Direcção Nacional da Acção Social	<b>PSCM-PS</b>	Plataforma da Sociedade Civil Moçambicana para a Protecção Social
<b>ECA</b>	Estratégia de Comunicação e Advocacia	<b>PSSB</b>	Programa de Subsídio Social Básico
<b>ECASSSB</b>	Estratégia de Comunicação e Advocacia para o Subsistema de Segurança Social Básica	<b>RM</b>	Rádio Moçambique
<b>ENDE</b>	Estratégia Nacional de Desenvolvimento	<b>RS</b>	Redes Sociais
<b>ENSSB</b>	Estratégia Nacional de Segurança Social Básica	<b>SEO</b>	Search Engine Optimization
<b>FAMOD</b>	Fórum das Associações Moçambicanas dos Deficientes	<b>SGI</b>	Sistema de Gestão de Informação
<b>FAO</b>	Organização das NU para a Agricultura e Alimentação	<b>SWOT</b>	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças)
<b>FB</b>	Facebook	<b>TIC</b>	Tecnologias de Informação e Comunicação
<b>FDC</b>	Fundação para o Desenvolvimento da Comunidade	<b>TVM</b>	Televisão de Moçambique
<b>GdM</b>	Governo de Moçambique	<b>UE</b>	União Europeia
<b>INAS</b>	Instituto Nacional da Acção Social	<b>UNICEF</b>	Fundo das Nações Unidas para a Infância
<b>IOF</b>	Inquérito ao Orçamento Familiar		
<b>IOM</b>	Organização Internacional das Migrações		
<b>PPS</b>	Piso de Protecção Social		
<b>MINEDH</b>	Ministério da Educação e Desenvolvimento Humano		
<b>M&amp;A</b>	Monitoria e Avaliação		
<b>MCI</b>	Monitoria Comunitária Independente		
<b>MEF</b>	Ministério da Economia e Finanças		
<b>MEPT</b>	Movimento Educação para Todos		
<b>MGCAS</b>	Ministério do Género, Criança e Acção Social		
<b>MISAU</b>	Ministério da Saúde		
<b>MMAS</b>	Ministério da Mulher e da Acção Social		
<b>UN</b>	United Nations (Nações Unidas)		

# ÍNDICE

SUMÁRIO EXECUTIVO	3
1. ENQUADRAMENTO	5
2. METODOLOGIA DE PLANIFICAÇÃO ESTRATÉGICA	6
3. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO E ADVOCACIA SSSB	8
3.1. Visão e Missão	8
3.2. Objectivos Estratégicos e Objectivos de Comunicação da ECASSSB	9
3.3. Públicos-Alvo	13
3.4. Mensagens-Chave	15
3.5. Canais de Comunicação	17
3.6. Cronograma Estratégico	24
3.7. Imagem Institucional	26
4. PLANO DE ACÇÃO	29
BIBLIOGRAFIA	35

# SUMÁRIO EXECUTIVO

A Estratégia de Comunicação e Advocacia do Subsistema de Segurança Social Básica (ECASSSB) surge com o reconhecimento da necessidade e importância de dar a conhecer o Subsistema de Segurança Social Básica.

A presente estratégia foi elaborada com base:

- na avaliação realizada previamente<sup>1</sup> da ECASSSB 2014 e
- na ENSSB II, cujo período de vigência é de 2016 a 2024.

Reflectindo as conclusões e recomendações da avaliação da estratégia anterior, a presente estratégia está alinhada com a ENSSB II, para que seja uma ferramenta de implementação da mesma.

Pretende ser igualmente um documento orientador do Subsistema de Segurança Social Básica e, como tal, deve alimentar os planos de comunicação do MGCAS/INAS assim como os dos parceiros, devendo ser considerada em todos os momentos de planificação, implementação e avaliação.



Figura 1 – Fluxo de Comunicação MGCAS/ INAS/Parceiros

A ECASSSB 2018-2024 é acompanhada do **Plano Operacional** para os primeiros três anos da sua vigência (2018-2020), período após o qual deve ser alvo de uma avaliação intermédia e eventualmente actualizada (coincidindo esta avaliação com a avaliação intermédia da ENSSB II, prevista para 2019). O Plano Operacional pretende

<sup>1</sup> MGCAS, 2017. Avaliação da Estratégia de Comunicação e Advocacia para o Subsistema de Segurança Social Básica 2014

orientar a planificação anual das acções de comunicação e advocacia do sector por parte do MGCAS/INAS e dos parceiros do sector.

A presente estratégia é igualmente acompanhada de um volume de **Material de Apoio** que suporta a implementação da ECASSSB ao nível central, provincial e distrital, fornecendo um sumário dos diferentes elementos que constituem a estratégia; explora a questão da criação, monitoria e avaliação do *website* e das redes sociais e inclui ainda uma secção de exemplos de materiais que podem vir a ser desenvolvidos pelos MGCAS/INAS. Finalmente, traz ainda algumas experiências internacionais que podem servir de exemplos de acções de comunicação e advocacia.

Centrada nos eixos de intervenção da ENSSB II e alinhada com o respectivo Plano Operacional, a presente ECASSSB tem como objectivos estratégicos:

- Planificar e facilitar a comunicação com os cidadãos;
- Mobilizar e engajar os decisores políticos e financeiros (internos e externos);
- Capacitar, envolver e motivar os funcionários do MGCAS/INAS a participar na divulgação dos programas;
- Promover e fortalecer parcerias estratégicas entre o MGCAS/INAS e parceiros;
- Consolidar uma imagem e conhecimento do Subsistema de Segurança Social Básica junto dos diferentes públicos-alvo.

A coordenação da planificação e implementação da ECASSSB II recai sobre **o Departamento de Comunicação e Imagem do MGCAS** e assenta nos princípios de:

- Uma visão partilhada,
- Objectivos estratégicos e de comunicação comuns,
- Harmonização e coordenação de esforços,
- e uma equipa capacitada ao nível financeiro e de recursos humanos.

O sucesso da implementação da estratégia depende do envolvimento do governo, parceiros de desenvolvimento, organizações da sociedade civil (OSCs), beneficiários dos programas de segurança social básica e seus familiares, *media* e público em geral.

# 1. ENQUADRAMENTO

O sistema de Protecção Social Básica em Moçambique tem vindo a ser consolidado desde 2005 através do estabelecimento de um quadro jurídico e regulamentar que, juntamente com o reforço dos sistemas, conduziu a desenvolvimentos significativos:

- Aprovação da Lei de Protecção Social em 2007;
- Aprovação do Regulamento do Subsistema de Segurança Social Básica em 2009;
- Aprovação da ENSSB I em 2010-2014;
- Avaliação da ENSSB I;
- A Estratégia Nacional de Segurança Social Básica II 2016-2024 (ENSSB II) e respectiva Análise de Custos e Impacto que foi aprovada em Fevereiro de 2016.

Reconhecendo a necessidade e importância para o sector de uma comunicação e advocacia harmonizadas e coerentes, a ENSSBI incluiu entre as acções chave do objectivo 1<sup>2</sup>, o desenvolvimento e implementação de uma estratégia de advocacia para promoção da sensibilidade pública em relação à segurança social básica<sup>3</sup>.

O Plano Operacional (PO) da ENSSB I definiu como um dos eixos prioritários de actuação, o desenvolvimento, disseminação e implementação dessa mesma estratégia. No sentido de concretizar estes **dois objectivos - promover a sensibilidade pública relativamente ao sector e disseminar a ENSSB I**, o (então) Ministério da Mulher e da Acção Social (MMAS) – actual MGCAS - elaborou, com o apoio do Conselho de Coordenação do Subsistema de Segurança Social Básica (CCSSSB), uma estratégia de Comunicação e Advocacia para o sector da Segurança Social Básica (ECASSSB), aprovada em Julho de 2014.

A ENSSB II vem reforçar o compromisso do sector para com a área de comunicação e advocacia ao integrar, entre as acções-chave do eixo 4 a operacionalização da ECASSSB, nomeadamente no que concerne aos *“(...) objectivos dos programas, as modalidades de funcionamento e os direitos dos cidadãos em relação aos programas.”*<sup>4</sup>

É neste contexto, e no quadro da ENSSB II, que surge a necessidade por parte do MGCAS de avaliar e actualizar a ECASSSB no sentido de esta reflectir:

- (i) os conteúdos da nova ENSSB,
- (ii) as lições aprendidas no âmbito da implementação da primeira ECASSSB, em particular e de actividades do âmbito da comunicação e advocacia do sector, em geral.

A ECASSSB 2018-2024 estabelece as linhas orientadoras que deverão guiar o MGCAS/INAS e os demais actores do sector na definição e operacionalização das acções desta área, no sentido de assegurar o alcance do objectivo último de consolidar o Sistema Nacional de Protecção Social.

<sup>2</sup> Objectivo 1 da ENSSB 2010-2014: Aumentar a cobertura e o impacto das intervenções da protecção social básica às pessoas em situação de maior pobreza e vulnerabilidade

<sup>3</sup> Ministério da Mulher e Acção Social, “Estratégia Nacional de Segurança Social Básica 2010-2014,” 37.

<sup>4</sup> Ministério do Género, da Criança e da Acção Social, “Estratégia Nacional de Segurança Social Básica 2016-2024,” 22.

## 2. METODOLOGIA DE PLANIFICAÇÃO ESTRATÉGICA

A presente ECASSSB foi desenvolvida através da metodologia infra, composta dos seguintes passos:

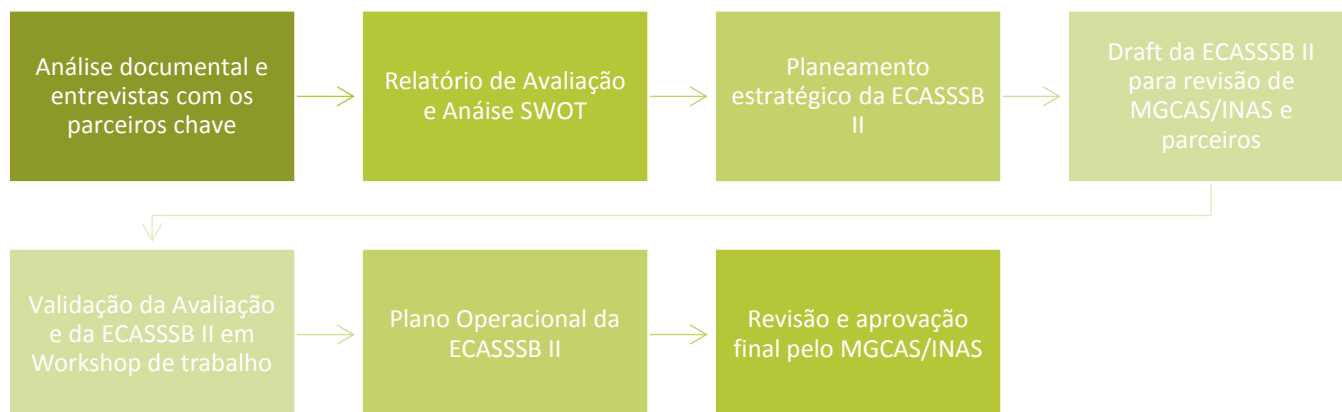



Figura 2 - Processo de Planificação Estratégica



*“Todos os cidadãos moçambicanos têm direito à protecção social. A ENSSB contribuirá, para que, de forma progressiva, todos os moçambicanos em situação de vulnerabilidade tenham acesso a protecção social.”*

**ENSSB 2016-2024**



## 3. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO E ADVOCACIA

### 3.1 Visão e Missão



#### Visão

Sociedade informada sobre seus direitos no âmbito da Segurança Social Básica.

#### Missão

Massificar a divulgação de protecção social através de mensagens-chave sobre os programas de Segurança Social Básica.

## 3.2 Objectivos Estratégicos da ECASSSB e Objectivos de Comunicação

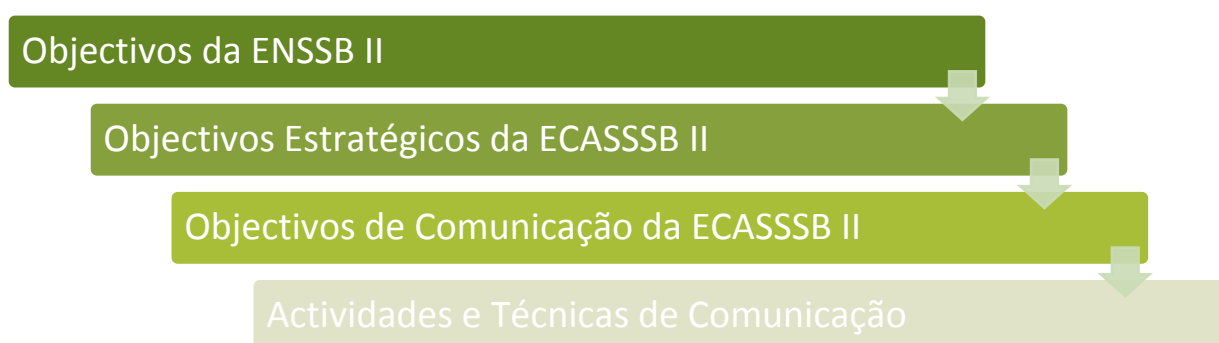


Figura 3 – Processo de definição de objectivos e acções

A protecção social básica em Moçambique rege-se por dois instrumentos jurídicos principais, nomeadamente a Lei da Protecção Social (Lei 4/2007, de 7 de Fevereiro) e o Regulamento da Segurança Social Básica (Decreto no 85/2009), sendo estes operacionalizados pela ENSSB.

**A ENSSB II irá orientar as intervenções ao nível da segurança social básica em Moçambique até 2024.** Esta segunda estratégia reflecte uma abordagem holística para combater a pobreza e vulnerabilidade crónicas.

A nova Estratégia tem **quatro objectivos** que se traduzem em eixos de intervenção e orientam o sistema nacional de segurança social básica:

1. Reforçar o nível de consumo e a resiliência das camadas em risco de pobreza e vulnerabilidade;
2. Contribuir para o desenvolvimento do capital humano através da melhoria da nutrição e do acesso aos serviços básicos de saúde e ensino das camadas em risco de pobreza e vulnerabilidade;
3. Prevenir e responder aos riscos de violência, abuso, exploração, discriminação e exclusão social através de serviços de acção social;
4. Desenvolver a capacidade institucional para garantir o alcance dos primeiros três objectivos.

Os objectivos estratégicos da presente ECASSSB assentam nos princípios da ENSSB II. Os objectivos estratégicos são traduzidos em objectivos de comunicação que orientarão a definição das técnicas e actividades a serem implementadas no sentido da prossecução dos objectivos estabelecidos.

<b>Objectivo Estratégico 1</b>	1. Planificar e facilitar a comunicação com os cidadãos sobre os seus direitos em relação aos objectivos e modalidades de funcionamento dos programas, bem como sobre os demais serviços prestados pelo MGCAS/INAS, MISAU e MINEDH no âmbito da Segurança Social Básica
<b>Objectivos de Comunicação</b>	1.1. Massificar o conhecimento dos programas do Subsistema de Segurança Social Básica, bem como os demais serviços prestados pelo MGCAS/MISAU e MINEDH 1.2. Promover a compreensão dos direitos dos cidadãos em relação aos programas de SSB 1.3. Incrementar a regularidade no fluxo de informações sobre segurança social básica aos cidadãos
<b>Público Alvo</b>	Cidadãos; Beneficiários, familiares, pessoas de Organizações chave na comunidade
<b>Objectivo Estratégico 2</b>	2. Mobilizar e engajar os decisores políticos e financeiros (internos e externos) no sentido de garantir uma alocação orçamental e sustentada ao sector que permita a efectiva implementação da ENSSB II
<b>Objectivos de Comunicação</b>	2.1. Influenciar o incremento das alocações orçamentais para a segurança social básica 2.2. Mobilizar recursos para o sector 2.3. Massificar o conhecimento do sistema nacional de protecção social pelos decisores políticos e financeiros (internos e externos) 2.4. Assegurar uma maior compreensão dos benefícios do investimento crescente e sustentado na segurança social básica por parte dos decisores políticos e financeiros (internos e externos) 2.5. Promover um maior entendimento da acessibilidade e sustentabilidade do estabelecimento de um Piso de Protecção social por parte dos decisores políticos e financeiros (internos e externos) 2.6. Incrementar a regularidade no fluxo de informações sobre segurança social básica aos cidadãos e decisores políticos e financeiros (internos e externos) 2.7. Promover a partilha de evidências e resultados de programas de protecção social (internacionais e nacionais)
<b>Público Alvo</b>	Decisores Políticos e Financeiros (internos e externos)
<b>Objectivo Estratégico 3</b>	3. Capacitar e envolver os funcionários do MGCAS/INAS a participarem da planificação, implementação e monitoria e avaliação das actividades da área de comunicação e advocacia do sector de Protecção Social
<b>Objectivos de Comunicação</b>	3.1. Aumentar a compreensão da protecção social básica por parte dos funcionários do MGCAS e INAS e parceiros 3.2. Desenvolver a capacidade técnica na área de comunicação e advocacia 3.3. Incrementar a regularidade no fluxo de informações sobre segurança social básica (entre MGCAS e INAS, das áreas do MGCAS/INAS para o DCI e DCRP e vice-versa; do DCI para o DCRP e vice-versa; do nível local para o nível central e vice-versa) 3.4. Incrementar a regularidade no fluxo de informações sobre segurança social básica aos cidadãos entre MGCAS/INAS e MISAU e MINEDH e vice-versa 3.5. Envolver os funcionários nas campanhas globais e actividades de comunicação e advocacia 3.6. Garantir a actualização regular dos sistemas e plataformas de comunicação e gestão da informação 3.7. Assegurar um maior fluxo de comunicação através das TICS
<b>Público Alvo</b>	Prestadores de Serviços

<b>Objectivo Estratégico 4</b>	4. Promover e fortalecer parcerias estratégicas entre o MGCAS/INAS e parceiros bilaterais, parceiros multilaterais, OSC, sector privado e outros ministérios no domínio das comunicações e formalizar canais para a partilha multilateral efectiva e REGULAR (do topo para a base, da base para o topo e de igual para igual) de ideias, mensagens e informações
<b>Objectivos de Comunicação</b>	4.1. Mobilizar os recursos para o sector 4.2. Incrementar a regularidade no fluxo de informações sobre segurança social básica aos parceiros e entre os parceiros 4.3. Potenciar a partilha de evidências e resultados de programas de protecção social (internacionais e nacionais) 4.4. Fortalecer e formalizar as parcerias entre MGCAS/INAS e parceiros
<b>Público Alvo</b>	Parceiros

<b>Objectivo Estratégico 5</b>	5. Consolidar uma imagem e conhecimento do MGCAS e INAS junto dos diferentes públicos-alvo, com especial incidência sobre (i) programas de segurança social básica e serviços prestados pelo MGCAS/INAS; (ii) os benefícios do investimento na Protecção Social e (iii) os custos e impactos dos programas de Protecção Social.
<b>Objectivos de Comunicação</b>	5.1. Definir mensagens-chave comuns do sector 5.2. Definir pontos de advocacia e comunicação comuns do sector 5.3. Promover o conhecimento e a partilha das mensagens-chave por parte de todos os intervenientes do sector da Segurança Social Básica 5.4. Desenvolver a Imagem institucional do MGCAS/INAS 5.5. Aumentar a cobertura mediática das actividades do sector e das questões relacionadas com a protecção social 5.6. Aumentar a capacidade técnica por parte dos <i>media</i> para cobrir questões relacionadas com a protecção social 5.7 Fortalecer a relação com os <i>media</i> ao nível central, provincial e distrital
<b>Público Alvo</b>	Todos, Público em geral



Figura 4 –Objectivos Estratégicos e Objectivos de Comunicação da ECASSSB II

### 3.3 Públicos-Alvo



O público-alvo da presente estratégia de comunicação são, todos os grupos de pessoas que é necessário envolver para que se cumpram as prioridades do Sistema de Segurança Social Básica reflectidas nos objectivos da ENSSB II.

Os públicos-alvo apresentados na figura que se segue (fig. 5) estão segmentados com base num “modelo sócio ecológico de mudança<sup>5</sup>” que identifica **três níveis de intervenção**:

- (i) a participação dos beneficiários.
- (ii) a participação de pessoas/grupos chave na comunidade que exercem influência sobre os beneficiários.
- (iii) a participação de pessoas/grupos chave que permitem a criação de um ambiente favorável à concretização dos objectivos do programa (neste caso da ENSSB II) e que por isso influenciam indirectamente a participação de todos os outros grupos alvo.



Figura 5 - Públicos-alvo da ECASSB

<sup>5</sup> Ibid.

Diferentes abordagens, mensagens e conteúdos serão necessários para comunicar com cada grupo de forma a alcançar o envolvimento desejado.

O MGCAS/INAS e parceiros que pretendam desenvolver uma acção de comunicação e/ou advocacia à luz da presente estratégia, devem especificar com mais detalhe qual o grupo alvo a que se vai dirigir e qual o nível ou fase de envolvimento em que se encontra esse grupo, no sentido de melhor planificar a acção a implementar.

## 3.4 Mensagens-Chave



Segundo o alinhamento e objectivo da presente estratégia de comunicação e advocacia, na base da mesma deve estar um conjunto de mensagens e pontos de advocacia definidos e acordados pelo MGCAS/INAS e entre estes e os parceiros. Tais mensagens e pontos de advocacia (mensagens primárias) devem reflectir as ideias principais sobre o sector que se pretende passar aos diferentes públicos-alvo, adaptando a estes a respectiva linguagem.

Para referência do MGCAS/INAS e parceiros foram identificadas algumas sugestões de mensagens primárias, definidas em torno de **3 eixos principais**:

- O que é a Protecção Social;
- Porquê investir em Protecção Social; e
- Acessibilidade e Sustentabilidade da Protecção Social.

As mensagens primárias, uma vez definidas e acordadas internamente e com os parceiros devem desdobrar-se em mensagens secundárias - conteúdos mais específicos que se pretende passar aos diferentes públicos. Também para referência, foram incluídos Materiais de Apoio e sugestões de possíveis mensagens secundárias.

### O QUE É A PROTECÇÃO SOCIAL?

Protecção Social é um instrumento de política social eficaz e viável que visa:

- Prevenir situações de carência,
- A integração social através da protecção especial a grupos em situação de vulnerabilidade e
- A promoção de equidade social e crescimento económico

O Governo de Moçambique reconhece a Protecção Social como um instrumento importante para proteger o consumo, aumentar a resiliência e assegurar o desenvolvimento social e económico dos seus cidadãos.

O sistema nacional de protecção social está articulado na Estratégia Nacional de Segurança Social Básica 2016-2024, que assenta no princípio de universalidade e numa abordagem integrada que estabelece ligações efectivas aos serviços sociais básicos.

Os pisos de protecção social são conjuntos de garantias básicas de segurança social definidos a nível nacional que asseguram uma protecção destinada a prevenir ou aliviar a pobreza, a vulnerabilidade e a exclusão social.

O reconhecimento da importância e o compromisso para com a Protecção Social tem vindo a ser reforçado ao nível regional.

Todos os cidadãos moçambicanos têm direito à protecção social. A ENSSB contribuirá, para que, de forma progressiva, todos os moçambicanos em situação de vulnerabilidade tenham acesso a protecção social.

A vontade política, o apoio técnico e financeiro dos parceiros de desenvolvimento e a acção das OSCs são cruciais para a consolidação do sistema nacional de protecção social e para a implementação da ENSSB II.



**ACESSIBILIDADE E SUSTENTABILIDADE DA PROTECÇÃO SOCIAL**

A Protecção Social é financeiramente viável e sustentável.

As transferências monetárias sociais têm um efeito multiplicador.

O investimento no sistema de protecção social básica em Moçambique representa um bom uso dos recursos públicos e contribuirá de forma clara e significativa para alcançar as prioridades políticas de redução da pobreza e da desigualdade.

## 3.5 Canais e Técnicas de Comunicação



Para comunicar de forma a alcançar os objectivos de comunicação e respectivos públicos identificados nesta estratégia, uma selecção de canais e meios de comunicação foi realizada em função das características gerais dos mesmos e de uma análise sócio económica da população moçambicana.

Importa reforçar a importância da harmonização das diferentes acções de comunicação e advocacia e o respeito pelas normas gráficas (Manual da Marca) na utilização da imagem do MGCAS/INAS e programas de Segurança Social Básica.

Realça-se que a dinamização de diferentes actividades em simultâneo e de forma contínua no tempo, constituindo uma **campanha**, é o que possibilita a geração de impactos duradouros e sustentáveis.

Realça-se também, que, numa só acção podem, e por vezes devem ser utilizados mais do que um canal de comunicação<sup>6</sup>.

A ECASSSB identificou as seguintes ferramentas e canais de comunicação:

### CANAIS

#### Rádio

Rádio é dos canais mais abrangentes em Moçambique pois, além de ser o meio de comunicação mais acessível à maioria da população, permite comunicar nas línguas nacionais, para adequar as mensagens aos contextos locais. As rádios comunitárias<sup>7</sup> permitem disseminar informação pontual como breves anúncios de eventos a acontecer, lembretes de dias de pagamento, dicas sobre como capitalizar os benefícios dos programas, *spots* informativos sobre os programas, etc.

Além disso, através deste canal pode ser disseminada a cobertura de eventos e acontecimentos relevantes assim como dinamizar programas de debates e entrevistas, que podem envolver as comunidades através da participação via telefone. Ainda, na rádio podem ser desenvolvidos conteúdos de “*edutainment*” (ver Material de Apoio)

#### Televisão

Através deste canal é possível comunicar simultaneamente com todos os públicos-alvo, ainda que a maioria da população moçambicana, em particular em zonas rurais, não tenha acesso a um televisor. No entanto esta

<sup>6</sup> Por exemplo, a seguir à projecção de um vídeo pode ser importante para alcançar o resultado dessa acção, uma sessão de esclarecimento (perguntas e respostas) ou a dinamização de um debate sobre as questões levantadas.

<sup>7</sup> Moçambique conta com 114 rádios comunitárias entre Públicas, Estatais e privadas, segundo o Centro de Apoio à Informática e Comunicação Comunitária (CAICC, 2015).

população pode ser abrangida pontualmente através de clubes ou unidades móveis multimédia e este canal é indispensável para gerar sensibilização generalizada junto das camadas mais capacitadas da população, onde se incluem decisores políticos, financiadores e sector privado entre outros vários potenciais parceiros.

Na Televisão podem ser disseminados todos os produtos de vídeo, reportagens e cobertura de momentos chave, assim como proporcionadas entrevistas e debates com interlocutores chave do sector. Em alguns programas de informação, pode ainda ser facilitada a interacção com o público, nomeadamente através de linhas telefónicas.

O MGCAS/INAS deve procurar ter uma presença regular na televisão, quer através de uma maior cobertura dos eventos do sector, quer através da participação em diferentes programas integrantes da programação regular dos diferentes canais.

### Jornais e Revistas (nacionais e locais)

Como a Televisão ou a Rádio, através deste meio de comunicação é possível abranger uma vasta audiência. Nas publicações locais é possível disseminar conteúdo na língua falada, muito embora seja necessário ter em atenção que o público a alcançar é capaz de ler. É importante incluir conteúdo visual, associado ao logo e imagem de marca definidos para que a atenção do leitor que já conhece ou viu cartazes com a mesma imagem sinta curiosidade de se informar mais um pouco sobre o assunto.

### Website

O(s) *website(s)* do MGCAS e INAS deverá(ão) centralizar toda a informação disseminada pelos outros canais assim como incluir informação actual e relevante que alimente o desenvolvimento de novos materiais para disseminação. Alguma desta informação deverá/poderá estar disponível para *download*.

O *Website* do MGCAS/INAS deve ser a principal fonte de informação sobre os programas de Protecção Social ainda que daí o leitor seja encaminhado para outra fonte com informação transversal aos principais programas (exemplo dos *websites* MISAU, MINEDH e parceiros de desenvolvimento).

Por sua vez os *websites* dos parceiros envolvidos na expansão e implementação dos programas em Moçambique, devem divulgar a informação centralizada no *website* MGCAS/INAS fazendo referência e reencaminhando o leitor para o mesmo.

Esta estratégia deverá alimentar o pilar de Acção Social entre as três áreas temáticas. Todas as três, deverão igualmente estar coordenadas entre si em termos de imagem institucional do MGCAS, incluindo no que concerne às mensagens da área de protecção social que sejam transversais aos pilares do género e da criança.

### Redes Sociais: Facebook, Twitter, Youtube, WhatsApp

Da mesma forma que o *website*, também as redes sociais do MGCAS/INAS central devem centralizar os conteúdos relevantes de serem disseminados nestes canais. Estas devem incluir as informações ou campanhas de terceiros que sejam relevantes para o sector. As redes sociais do MGCAS/INAS devem ser geridas cuidadosamente tendo particular atenção à qualidade e actualidade dos conteúdos assim como à capacidade de resposta atempada. É



Figura 6 - Frame Video "Ser Pessoa" no Youtube da OIT

necessário ainda certificar que as redes sociais do MGCAS/INAS estejam interligadas com as redes sociais dos parceiros e públicos-chave.

### **Correio Electrónico (E-mail)**

Envio regular por *e-mail* de uma *newsletter* interna (MGCAS/INAS) e outra externa (público em geral, decisores de outros ministérios, doadores e a parceiros) com notícias recentes e relevantes. Esta deve ser elaborada cuidadosamente garantindo actualidade, originalidade (conteúdos que venham de dentro do sistema) e transparência. Focar em conteúdos que contribuam para a mobilização dos parceiros e motivem acções por parte dos decisores – evidências, benefícios, histórias de sucesso, histórias com valor humano, entre outros. As *newsletters* devem ficar disponíveis para descarregar no *website* do ministério.

Este deve ainda ser um documento visualmente apelativo para captar a atenção imediata do leitor e não ser demasiado densa (poucas mensagens de cada vez). É importante manter uma imagem consistente, associada ao logo definido e alinhada com as normas gráficas de um Manual de Marca, de forma a criar um impacto duradouro.

### **SMS**

Estabelecimento de parcerias com operadoras móveis para lançar campanhas via sms. Estas podem ser referentes aos conteúdos dos programas em si e a anúncios de momentos específicos, bem, como relativamente a assuntos transversais tais como cuidados de saúde ou nutrição, protecção e promoção dos direitos dos cidadãos.

### **Unidades móveis multimédia**

Unidades móveis multimédia são veículos equipados com diversos equipamentos e materiais de comunicação que, dinamizados por técnicos especializados, se deslocam às diversas comunidades em particular a zonas mais remotas levando o acesso à informação ao público que não pode aceder de outra forma.

### **Teatro Comunitário**

Teatros desenvolvidos para comunicar com os beneficiários e respectivas comunidades. Estes devem ser desenvolvidos em função das mensagens chave desta estratégia e com a participação activa das comunidades de forma a traduzir as mensagens para uma linguagem acessível. Este trabalho de preparação pode ser desenvolvido com o apoio de escolas e OSC locais, entre outros

### **Eventos**

Participação em ou dinamização de eventos integrados em campanhas temáticas como sejam celebrações do dia mundial da criança, dia da mulher, campanhas na área da saúde ou educação e outros eventos localizados e considerados chave para a divulgação da Protecção Social.

Entre os vários eventos estão conferências, feiras, a nível central, regional ou local. Destacam-se entre outros, os que já fazem parte das actividades implementadas actualmente pelo MGCAS/INAS:

### Semana de Protecção Social

Este evento é uma oportunidade particularmente única de capitalizar os esforços de comunicação e advocacia pois envolve a maioria dos intervenientes do sector. No entanto, futuramente, este deve certificar-se que todos os outros públicos identificados nesta estratégia são também contemplados.

Assim, esta deve ser planeada em função do presente documento, promovendo durante esse período várias acções previstas no plano de acção do mesmo. É importante uma comunicação concertada e uma planificação coordenada entre os vários promotores de actividades neste evento, bem como um planeamento atempado e respectivo acompanhamento constante da cobertura mediática do evento.

### Feira de Acção Social

A Feira de Acção Social incluiu actividades de apresentação, divulgação e oferta de serviços sociais básicos disponibilizados pelo MGCAS e outras organizações do governo e da sociedade civil à população vulnerável.

Tal como a Semana de Protecção Social, também a organização destas feiras deve contemplar os objectivos, mensagens e acções previstas na presente estratégia de comunicação e advocacia.

### Momentos de pagamento

Durante os momentos de pagamento dos subsídios dos programas aos beneficiários devem ser desenvolvidas:

- Acções de comunicação e capacitação dirigida aos beneficiários, sobre os próprios programas de protecção social, bem como sobre assuntos transversais (como educação, saúde, gestão de riscos ou utilização do subsídio por exemplo);
- Acções de advocacia envolvendo líderes, comunicação social e outras pessoas chave da comunidade/localidade/região;
- Projecção de vídeos e distribuição de kits de informação;
- Capitalização de parcerias através da concentração de prestação de outros serviços básicos do MGCAS/INAS, do MISAU ou MINEDH e outros ministérios relevantes.

### Conferência Nacional sobre Protecção Social Básica

A conferência nacional do sector, organizada bianualmente, pretende ser um espaço para debate público entre diferentes partes interessadas. Este evento deve ser mais capitalizado, garantindo cobertura mediática, envolvendo a Assembleia da República, Ministérios, Academia, parceiros de desenvolvimento assim como sessões abertas ao público em geral.

### **Acções de formação e capacitação**

Acções de formação e capacitação e/ou sessões de esclarecimento, a nível central, provincial ou distrital. Estas podem ser activadas isoladamente ou em conjunto com outros canais e materiais.

### **Acções de mobilização através de figuras-chave (Campeões da Protecção Social Básica)**

Envolvimento de pessoas chave entre os diferentes públicos-alvo/intervenientes identificados para que estes possam ser exemplo de boas práticas e defensores da Segurança Social Básica. Estes deverão ser figuras com

poder de influência sobre o público que se pretende alcançar e com poder de prossecução dos objectivos estabelecidos. Devem ser envolvidas nas diversas acções ou campanhas previstas nesta estratégia (como por exemplo, programas de TV e Rádio, eventos alusivos ao tema e momentos de comunicação interpessoal, como visitas de campo e sessões esclarecimento).



Figura 7 - Parcerias com Campeões de Protecção Social

## MATERIAIS DE SUPORTE

### Brochuras e folhetos

Materiais com informação sobre os programas - o que são, para quem são, quais os benefícios e como funcionam. Estes devem ser produzidos nas diversas línguas locais e para que o beneficiário compreenda a informação. Para tal é recomendado o estabelecimento de uma parceria com uma organização com experiência na comunicação com as comunidades. Estes materiais podem e devem acompanhar qualquer campanha sobre o SSSB.

Podem igualmente ser desenvolvidos para apoiar campanhas ou divulgar assuntos complementares.

Tais materiais podem ser disponibilizados em eventos relevantes, centros de saúde, escolas, igrejas, centros comunitários, câmaras municipais, delegações do INAS, bancos, postos de electricidade e água, centros comunitários etc.

### Cartazes, banners, pinturas de parede

Tal como as brochuras e os folhetos, estes são materiais que devem acompanhar qualquer campanha, específica ou geral ou um evento do sector (o lançamento de uma nova delegação, o anúncio de um evento ou a campanha de sensibilização sobre Protecção Social em geral). Como qualquer produto, estes devem ter em conta o seu público e devem ser traduzidos para as línguas locais quando necessário.

### Vídeos/Filmes

À semelhança de outros já publicados, desenvolver vídeos para comunicação, advocacia e capacitação, como por exemplo, sobre as vidas dos beneficiários, sobre os processos de funcionamento, conteúdos de educação-entretenimento (séries ou novelas) ou simplesmente estilo anúncios de televisão com informação breve sobre os programas ou um evento.

Conforme a sua duração, estes podem ainda ser facilmente divulgados através das redes sociais. Os mais densos podem ainda, para o mesmo efeito, ser decompostos em episódios ou *trailers* (indicando onde encontrar a edição completa).

Podem ser utilizados em conjunto com outras acções, nomeadamente *workshops* ou sessões de esclarecimento. Em localidades em que a população não tem acesso a televisões ou rádios, ou não sabe ler, por exemplo, é possível projectar o vídeo num centro comunitário ou através de Unidades Móveis Multimédia.

### **Kits de informação**

Conjuntos de informação sobre os novos programas de segurança social básica, tendo em conta os diferentes públicos. Estes kits são compostos por informação base sobre os programas, e por informação actual e relevante dirigida a cada público – *brief* de advocacia, *fact sheet*, *talking points*, informe orçamental e outros.

As brochuras, folhetos, *one pagers*, que compõe os kits de informação deverão ser desenvolvidos numa linguagem acessível ao público em questão e com o apoio de parceiros com essa experiência.

### **Kit de Media** (comunicação social)

Brochuras de programas

*Fact sheet* com pontos críticos de sensibilização

*Brief* de advocacia - partilha de evidências/ informe orçamental,

Agenda de momentos chave para serem cobertos

Listas de interlocutores chave que podem ser entrevistados

### **Kit de Advocacia** (decisores e doadores)

Brochuras de programas

*Fact sheet* com pontos críticos de sensibilização

*Brief* de advocacia - partilha de evidências/ informe orçamental,

Agenda de momentos chave relevantes e convites para participação nesses momentos

### **Kit de Informação Interna** (MGCAS/INAS)

Brochuras de programas

*Fact sheet* com pontos críticos de sensibilização

Plano Operacional da ENSSB II

Manual de comunicação e recomendações de atendimento ao público

Plano de M&A da ECASSSB II

### **Kit de Beneficiários**

(beneficiários, potenciais beneficiários e respectivas redes de influência que saibam ler)

Brochuras de programas nas línguas locais

Informação sobre os processos e passos a dar

Informação sobre como capitalizar os benefícios, de saúde e educação

### **Outras publicações**

Estudos e pesquisas sobre protecção social a serem conduzidos pelas instituições académicas

Documentos de evidências do impacto da protecção social (internacionais e nacionais)

Compilação de histórias de beneficiários

Compilação de histórias de assistentes sociais, técnicos do INAS, Permanentes

## ACTIVIDADES DE COORDENAÇÃO

### Estabelecimento de memorandos de entendimento

Com esta actividade pretende-se de alguma forma formalizar parcerias chave com organizações e entidades relevantes para o sucesso da implementação da ENSSB II e da presente estratégia de comunicação. Através de um acordo, ainda que informal, é possível garantir maior continuidade das parcerias estabelecidas assim como maior continuidade e sustentabilidade das campanhas ou acções de comunicação previstas.

No sentido de orientar a escolha precisa dos canais por parte do MGCAS/INAS e parceiros para a implementação de diferentes iniciativas de comunicação, é necessária uma análise detalhada sobre as características de diferentes canais e produtos de comunicação. Os canais deverão ser escolhidos conforme as características e capacidade de acesso do público-alvo e o objectivo da acção de comunicação.<sup>8</sup>

#### Breve análise de canais e produtos de comunicação<sup>9</sup>

Canais e Materiais	Abrangência	Tipo de Mensagem	Interacção	Adaptação	Custo
Televisão	Alta	Todas	Alta	Reduzida	Muito Alto
Rádio	Alta	Todas	Muito Alta	Difícil	Baixo
Filme/ Cinema	Média	Todas	Média	Baixa/Média	Alto
Video/DVD	Média	Todas	Média	Média/Alta	Alto
Jornais	Média/Alta	Simple ou Complexidade reduzida.	Média	Baixa	Médio, Alto
Revistas	Reduzida/Média	Todas	Média	Baixa/ Média	Médio/Alto
Posters	Média/Alta	Simple	Média	Baixa	Médio/Alto
Brochura	Média	Todas	Média	Baixa	Médio/Alto
<i>Billboards, Outdoors</i>	Média	Simple	Reduzida	Baixa	Médio/Baixo
Pinturas de parede	Média	Simple	Reduzida	Média	Médio/Baixo
Comunicação Interpessoal	Reduzida	Complexas	Muito Alta	Alta	Médio/ Baixo
Meios Populares (teatro comunitário)	Reduzida/Médio	Simple	Muito Alta	Alta	Médio/ Baixo
<i>Miking e outros media volantes</i>	Reduzida/Média	Simple	Alta	Alta	Baixo
Slides	Reduzida	Simple ou Complexidade reduzida.	Muito Alta	Alta	Baixo
SMS	Alta	Simple	Baixa/ Média	Média	Médio
Email	Média	Simple ou complexidade reduzida	Média/Alta	Media/ Alta	Muito baixo
Redes sociais (FB, Youtube e Whatsapp)	Média/Alta	Simple ou Complexidade reduzida	Média/ Alta	Baixa/Média	Muito baixo
<i>Website próprio</i>	Médio/Alta	Todas	Média/Alta	Alta	Médio/baixo

Figura 8 - Características gerais dos canais e produtos de comunicação

<sup>8</sup> Para uma análise mais detalhada dos canais de comunicação ver anexo 3

<sup>9</sup> Arthur Tweneboa-Kodua et al., "Writing a Communication Strategy for Development Programs."



## 3.6 Cronograma Estratégico



A ECASSSB está em estreito alinhamento com a ENSSB II no sentido de servir de apoio à implementação desta. Assim, os conteúdos das duas devem estar alinhados e a calendarização das acções previstas na ECASSSB deve estar associada aos períodos e etapas da estratégia e do respectivo Plano Operacional 2018-2020. Para além disso, a ECASSSB deve reflectir um enfoque na divulgação dos programas novos e revistos no âmbito da nova ENSSB.

Além do alinhamento com as etapas da estratégia e plano operacional da ENSSB II, é essencial que a ECASSSB esteja alinhada com os **calendários de avaliação e planeamento do Governo e dos parceiros** durante a totalidade do período da sua implementação (2018-2024) no sentido de capitalizar sobre esses momentos novas parcerias e maior investimento na protecção social. Entre outros, surgem como momentos significativos, a avaliação intermédia e final do PQG, o Inquérito ao Orçamento Familiar (IOF).

São também fortes oportunidades os **momentos de diálogo e reflexão internacionais** entre o GdM e parceiros em particular na região. São exemplos disso conferências internacionais sobre Protecção Social, momentos de avaliação de parcerias, momentos de decisão sobre as contribuições internacionais para o Orçamento de Estado entre outros.

Outras oportunidades de reforçar a comunicação são os **momentos temáticos** de cada área, como quinzena da criança, mês da mulher, semana da pessoa com deficiência e idosa, capitalizando nas campanhas paralelas ou momentos de reflexão sobre o tema (conferências, debates, acções interactivas).

Além destes momentos particulares, é de extrema importância existir um **trabalho de comunicação contínuo** que, inclusive, faça perpetuar os impactos dos momentos mais fortes. Os cronogramas apresentados calendarizam alguns dos momentos referidos:

	Todos os Anos												
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	
Planificação de orçamentos para o ano seguinte													→
Alocação do orçamento internamente			→	→	→	→	→	→					
Semana de Protecção Social								→	→	→			
Mês sobre a Mulher		→	→	→									
Quinzena da Criança				→	→	→							
Mês sobre a Integração no Mercado de Trabalho						→	→	→					
Dia da Pessoa Idosa									→	→	→		
Dia da Pessoa com Deficiência											→	→	→

→ Momentos de Planeamento das acções previstas

Figura 9 - Momentos estratégicos que se repetem anualmente

	Período de Vigência da ENSSB e ECASSB						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Plano Operacional ENSSB II - 1ª Fase							
Plano Operacional ENSSB II - 2ª Fase							
Avaliação da Pobreza							
Inquérito ao Orçamento Familiar							
Último ano de mandato							
Planificação Quinquenal do Governo							
Conferência Nacional de Protecção Social							

Figura 10 - Momentos estratégicos durante o período de vigência da ENSSB II e a ECASSB II

## 3.7 Imagem Institucional



A imagem institucional não é unicamente construída por um sistema de comunicação eficiente, mas surge da própria história, cultura, responsabilidade social e do relacionamento aberto e transparente que se estabelece com todos os diferentes públicos. A comunicação do MGCAS/INAS deve, como tal, em todos os momentos, ser orientada pelos princípios e valores que conduzem a implementação da ENSSB II (ver ENSSB II, p:16, 17).

No entanto, de forma a fortalecer o impacto da comunicação e advocacia no reconhecimento do valor do subsistema de segurança social básica, e sabendo que o processo de formação de uma imagem positiva junto à “opinião pública” é sempre complexo, é de extrema importância a existência de uma identidade de marca associada a todas as acções que o MGCAS/INAS realizam.

A imagem institucional é constituída por aquilo que uma instituição é, faz e diz, associados a uma identidade de marca. Neste sentido, para capitalizar a oportunidade que se proporciona neste momento, o MGCAS deverá desencadear as seguintes acções:


- (i) **REFLEXÃO SOBRE/ACTUALIZAÇÃO DE LOGOTIPO ou LOGO MARCA**
- (ii) **REFLEXÃO SOBRE REDEFINIÇÃO DE NOMES PARA OS PROGRAMAS**
- (iii) **CRIAÇÃO DE *WEBSITE* e REDES SOCIAIS**

Por último, uma forte presença *online* do MGCAS e do INAS é outra acção chave, crítica para o sucesso e fortalecimento da implementação da ENSSB II e da presente estratégia de comunicação. A criação de um *website* forte para o MGCAS/INAS é essencial para comunicar eficazmente com os diversos parceiros e partes interessadas no sector assim como para acompanhar a evolução de outros Ministérios e Organismos do GdM no uso de tecnologias de informação.

A presença nas redes sociais, em particular através do *Facebook* (comunicação interna e externa) e *WhatsApp* (comunicação interna e/ou intersectorial), contribui para a disseminação de uma imagem institucional como um todo. No entanto, se por um lado estas são ferramentas de comunicação rápida, abrangentes e de baixo custo, são também ferramentas exigentes em termos de gestão de conteúdos e relação com o utilizador já que um factor de avaliação para um canal de *social media* eficaz é a capacidade de enviar informação actualizada e de dar respostas atempadas aos visitantes.

Como tal, dados os ainda limitados recursos dos departamentos de comunicação MGCAS/INAS, a abertura de contas nas redes sociais deve ser efectuada numa fase posterior à implementação de outras acções prioritárias nesta estratégia, nomeadamente a construção do novo *website*.

É mais uma vez essencial que também a criação ou renovação dos *websites* MGCAS e INAS seja feita de forma coordenada e de acordo com o Manual da Marca uma vez que o *website* é um dos principais canais de comunicação para públicos do nível II e III, comunicação social e sociedade em geral.



*“Acreditamos que a Protecção Social  
está intimamente ligada ao  
desenvolvimento das pessoas (...) e  
estamos muito empenhados em  
continuar a fazer este importante  
trabalho”*

**Dr. Lucas Mangrasse,  
Vice-Ministro do MGCAS**

## 4. PLANO DE ACÇÃO

A presente estratégia de comunicação, baseada em modelos de comunicação para o desenvolvimento<sup>10</sup>, é composta por três eixos de intervenção:

- (i) advocacia dirigida às lideranças (decisores políticos e financiadores - N3);
- (ii) mobilização social dirigida a grupos que podem influenciar intervenientes a vários níveis de participação (parceiros comunitários, religiosos, OSC, comunicação social, entre outros que podem fortalecer os esforços de advocacia bem como as boas práticas para alcançar os objectivos do programa – N2);
- (iii) Comunicação do programa dirigida aos beneficiários e respectivos grupos de influência (relações chegadas e comunitárias – N1 e N2).

A implementação estratégica de acções nos três eixos é o que possibilita um impacto sustentável e duradouro.

O seguinte plano de acção foi desenhado mediante estes eixos de intervenção, os objectivos (ver capítulo 3.2) e os públicos-alvo (ver capítulo 3.3) identificados neste documento. Estes por sua vez estão alinhados com o diagnóstico da situação encontrada na avaliação da anterior estratégia de comunicação e com os objectivos da ENSSB II, de forma a sustentar a implementação efectiva das acções previstas no respectivo Plano Operacional (Plano Operacional ENSSB II 2016-2019).

De forma a alcançar os objectivos e resultados previstos para cada público-alvo, esta estratégia sugere diferentes produtos de comunicação que devem ser desenvolvidos através da utilização combinada de diferentes técnicas, apropriadas para fazer chegar a mensagem desejada ao público em questão (ver canais de comunicação, capítulo 3.5), accionadas de forma intensificada em momentos estratégicos identificados assim como de forma continuada durante todo o período de vigência do presente plano operacional.

Por último, conforme as orientações de monitoria e avaliação desta estratégia, as campanhas devem ser devidamente monitorizadas de forma a que possam ser ajustadas conforme a evolução das fases de mudança de comportamento e necessidades de comunicação do público-alvo (ver figura 6, capítulo 3.3).

---

<sup>10</sup> Aghi and McKee, *Involving People, Evolving Behaviour*.

**Objectivo estratégico 1:** Planificar e facilitar a comunicação com os cidadãos sobre os seus direitos em relação aos objectivos e modalidades de funcionamento dos programas, bem como sobre os demais serviços prestados pelo MGCAS/INAS, MISAU e MINEDH no âmbito da Segurança Social Básica.

**Público Alvo:** Cidadãos; Beneficiários, familiares, pessoas de Organizações chave na comunidade

Objectivos de Comunicação	Resultados	Produtos
<p>1.1 Massificar o conhecimento dos programas do Subsistema de Segurança Social Básica, bem como os demais serviços prestados pelo MGCAS/MISAU e MINEDH</p> <p>1.2 Promover a compreensão dos direitos dos cidadãos em relação aos programas de SSB</p> <p>1.3 Incrementar a regularidade no fluxo de informações sobre segurança social básica aos cidadãos</p>	<p>(i) Aumento do fluxo de comunicação com os cidadãos (actuais e potenciais beneficiários dos programas de protecção social, em particular) relativamente aos seus direitos em relação aos programas de protecção social, objectivos dos programas e respectivas modalidades de funcionamento, bem como sobre os demais serviços prestados pelo MGCAS, MISAU e MINEDH no âmbito da PS</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campanha de Comunicação sobre os novos programas (direitos, benefícios, processos e serviços)</li> <li>• Campanha de sensibilização e educação sobre nutrição e cuidados infantis direccionada aos beneficiários dos subsídios da criança.</li> <li>• Campanha de Comunicação sobre o Cartão e Caderneta de assistência social</li> <li>• Divulgação dos pontos de acesso fixos para a prestação de serviços preventivos e reactivos de nível primário, equipas móveis e dos Comités Comunitários.</li> <li>• Campanha de comunicação sobre novos métodos de pagamento dos benefícios</li> <li>• Campanhas de Comunicação sobre Acção Social de Saúde</li> <li>• Campanhas de Comunicação sobre Acção Social Escolar</li> <li>• Comunicação sobre padrões mínimos de atendimento à criança</li> <li>• Comunicação sobre casamentos prematuros</li> <li>• Comunicação sobre os direitos da criança, incluindo a facilitação do processo de registo civil da criança, em articulação com as autoridades locais, os serviços de registo e o sector da Justiça</li> <li>• Comunicação de assuntos transversais e serviços relacionados com a protecção e o bem-estar do cidadão</li> </ul>

**Objectivo estratégico 2:** Mobilizar e engajar os decisores políticos e financeiros (internos e externos) no sentido de garantir uma alocação orçamental e sustentada ao sector que permita a efectiva implementação da ENSSB II.

**Público Alvo:** Decisores Políticos e Financeiros (internos e externos)

Objectivos de Comunicação	Resultados	Produtos
2.2 Influenciar o incremento das alocações orçamentais para a segurança social básica		
2.3 Mobilizar recursos para o sector		
2.4 Massificar o conhecimento do sistema nacional de protecção social pelos decisores políticos e financeiros (internos e externos)	(i) Aumento do grau de influência por parte do MGCAS nas políticas governamentais e nas alocações orçamentais no sentido de garantir a alocação crescente e sustentada ao sector de recursos financeiros e humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades concertadas de comunicação e advocacia sobre o financiamento, acessibilidade e sustentabilidade da Protecção Social</li> <li>• Actividades concertadas de comunicação e advocacia sobre os benefícios do investimento na Protecção Social</li> <li>• Actividades concertadas de comunicação e advocacia relativamente ao necessário aumento de recursos humanos para implementação da ENSSB II</li> <li>• Comunicação e Advocacia interna para fortalecimento da DCI e do DCR</li> </ul>
2.5 Assegurar uma maior compreensão dos benefícios do investimento crescente e sustentado na segurança social básica por parte dos decisores políticos e financeiros (internos e externos)		
2.6 Promover um maior entendimento da acessibilidade e sustentabilidade do estabelecimento de um Piso de Protecção social por parte dos decisores políticos e financeiros (internos e externos)		
2.7 Incrementar a regularidade no fluxo de informações sobre segurança social básica aos cidadãos e decisores políticos e financeiros (internos e externos)		
2.8 Promover a partilha de evidências e resultados de programas de protecção social (internacionais e nacionais)		



**Objectivo estratégico 3:** Capacitar e envolver os funcionários do MGCAS/INAS a participarem da planificação, implementação e monitoria e avaliação das actividades da área de comunicação e advocacia do sector de Protecção Social.  
**Público Alvo:** Prestadores de Serviços

Objectivos de Comunicação	Resultados	Produtos
3.1 Aumentar a compreensão da protecção social básica por parte dos funcionários do MGCAS e INAS e parceiros	(i) Capacidade organizacional do MGCAS/INAS para comunicar de uma maneira proactiva fortalecida	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campanha de divulgação da ENSSB II</li> <li>• Capacitação dos funcionários do MGCAS e INAS em Comunicação e Advocacia</li> <li>• Manual de Comunicação do MGCAS/INAS</li> <li>• Plano do Departamento de Comunicação e Imagem do MGCAS</li> <li>• Actividades do Plano Operacional da ECASSSB II</li> <li>• Plano de M&amp;A da ECASSSB II</li> </ul>
3.2 Desenvolver a capacidade técnica na área de comunicação e advocacia		(ii) Plataformas do MGCAS/INAS de comunicação e gestão da informação através de TICS criadas e actualizadas regularmente
3.3 Incrementar a regularidade no fluxo de informações sobre segurança social básica (entre MGCAS e INAS, das áreas do MGCAS/INAS para o DCI e DCRP e vice-versa; do DCI para o DCRP e vice-versa; do nível local para o nível central e vice-versa)	(iii) Maior motivação, envolvimento e proactividade dos funcionários do MGCAS/INAS nas acções de comunicação e advocacia da Protecção Social	
3.4 Incrementar a regularidade no fluxo de informações sobre segurança social básica aos cidadãos entre MGCAS/INAS e MISAU e MINEDH e vice-versa	(iv) DCI e DCRP fortalecidos em recursos humanos e recursos financeiros	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicação e Advocacia interna para fortalecimento da DCI e do DCRP</li> </ul>
3.5 Envolver os funcionários nas campanhas globais e actividades de comunicação e advocacia		
3.6 Garantir a actualização regular dos sistemas e plataformas de comunicação e gestão da informação	(iv) DCI e DCRP fortalecidos em recursos humanos e recursos financeiros	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicação e Advocacia interna para fortalecimento da DCI e do DCRP</li> </ul>
3.7 Assegurar um maior fluxo de comunicação através das TICS		

**Objectivo estratégico 4:** Promover e fortalecer parcerias estratégicas entre o MGCAS/INAS e parceiros bilaterais, parceiros multilaterais, OSC, sector privado e outros ministérios no domínio das comunicações e formalizar canais para a partilha multilateral efectiva e REGULAR (do topo para a base, da base para o topo e de igual para igual) de ideias, mensagens e informações.

**Público Alvo:** Parceiros

Objectivos de Comunicação	Resultados	Produtos
	(i) MGCAS/INAS e parceiros implementam acções integradas de comunicação e advocacia de forma coordenada	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mecanismos e canais de partilha de comunicação entre MGCAS/INAS e parceiros identificados e formalizados</li> <li>Estabelecimento de Memorandos de Entendimento com OSC</li> <li>Monitoria e Avaliação de actividades de Comunicação e Avaliação implementadas pelos Parceiros</li> <li>Planificação e avaliação da Comunicação e Advocacia do Sector no âmbito do Grupo de Trabalho de Acção Social</li> <li>Estabelecimento de Parcerias Público-privadas</li> <li>Estabelecimento de plataformas de angariação de apoio</li> </ul>
4.1 Mobilizar os recursos para o sector	(ii) Acção Social da Saúde (ASS) reforçada, os mecanismos de coordenação entre MGCAS e MISAU melhorados e maior fluxo de informação entre os dois ministérios	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mecanismos de coordenação entre MGCAS/INAS e MISAU identificados e formalizados</li> <li>Maior fluxo de Comunicação entre MGCAS/INAS e MISAU</li> <li>Grupo de Referência de Acção Social de Saúde criado e operacionalizado no MISAU</li> </ul>
4.2 Incrementar a regularidade no fluxo de informações sobre segurança social básica aos parceiros e entre os parceiros		
4.3 Potenciar a partilha de evidências e resultados de programas de protecção social (internacionais e nacionais)	(iii) Acção Social Escolar (ASE) reforçada, os mecanismos de coordenação entre MGCAS e MINEDH melhorados e maior fluxo de informação entre os dois ministérios	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mecanismos de coordenação entre MGCAS/INAS e MINEDH identificados e formalizados</li> <li>Maior fluxo de Comunicação entre MGCAS/INAS e MINEDH</li> </ul>
4.4 Fortalecer e formalizar as parcerias entre MGCAS/INAS e parceiros	(iv) Comunicação e coordenação entre MGCAS e outros ministérios e organizações governamentais (MINAG e SETSAN, MOP, MINJUS, MINT e INGC) melhoradas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mecanismos de coordenação entre MGCAS/INAS e diferentes ministérios identificados e formalizados</li> </ul>
	(v) Estabelecidas parcerias entre MGCAS e Academia	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estabelecimento de Memorandos de Entendimento com instituições académicas</li> </ul>

**Objectivo estratégico 5:** Consolidar uma imagem e conhecimento do MGCAS e INAS junto dos diferentes públicos-alvo, com especial incidência sobre (i) programas de segurança social básica e serviços prestados pelo MGCAS/INAS; (ii) os benefícios do investimento na Protecção Social e (iii) os custos e impactos dos programas de Protecção Social.

**Público Alvo:** Todos, Público em geral

Objectivos de Comunicação	Resultados	Produtos
5.1 Definir mensagens-chave comuns do sector 5.2 Definir pontos de advocacia e comunicação comuns do sector 5.3 Promover o conhecimento e a partilha das mensagens-chave por parte de todos os intervenientes do sector da Segurança Social Básica 5.4 Desenvolver a Imagem institucional do MGCAS/INAS	(i) Conteúdos de comunicação e advocacia do sector de Protecção Social definidos e conhecidos por parte dos intervenientes do sector e divulgados de forma regular e consistente por estes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mensagens chave comuns do sector definidas e divulgadas</li> <li>• Pontos de advocacia e comunicação comuns do sector definidos e divulgados</li> </ul>
5.5 Aumentar a cobertura mediática das actividades do sector e das questões relacionadas com a protecção social 5.6 Aumentar a capacidade técnica por parte dos media para cobrir questões relacionadas com a protecção social 5.7 Fortalecer a relação com os media ao nível central, provincial e distrital	(ii) Cobertura crescente e regular de matérias de Protecção Social pelos media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitação de jornalistas em matérias de Protecção Social</li> <li>• Maior cobertura mediática dos eventos da Protecção Social</li> <li>• Maior cobertura de questões da Protecção Social</li> </ul>

## BIBLIOGRAFIA

- Aghi, Mira, and Neill McKee, eds. *Involving People, Evolving Behaviour*. Penang : New York, N.Y., U.S.A: Southbound ; United Nations Children’s Fund, 2000.
- Arthur Tweneboaa-Kodua, Zafrin J. Chowdhury, Camilla Merrild, Lazeena Muna, Mira Mitra, Nafisa Binte Shafique, Nawshad Ahmed, et al. “Writing a Communication Strategy for Development Programs.” UNICEF Bangladesh, 2008.
- Ben Hur Cavelane, and Sérgio Jorge Siteo. “Estudo sobre a transparência e prestação de contas do Programa de Subsídio Social Básico em Moçambique - Caso da Província de Niassa - Mandimba, Ngauma e Lichinga.” PSCM-PS, December 2015.
- Centers for Disease Control and Prevention. “Using Evaluation to Improve Programs Strategic Planning.” CDC, 2008.
- David Cohen, Julia Coffman, Neha Bhandari Karkara, David Stewart, and Nicholas Rees. “UNICEF Advocacy Toolkit.” UNICEF New York, 2010.
- Governo de Moçambique. “Estatuto Orgânico Do Ministério Do Género, Criança E Acção Social.” GdM, July 2015.
- . “Estratégia Nacional de Desenvolvimento 2015-2035.” GdM, April 2014.
- . “Plano Económico e Social 2015,” April 2015.
- . “Plano Económico e Social 2016,” October 2016.
- . “Plano Económico e Social 2014,” 2014.
- . “Plano Económico e Social 2017,” September 2016.
- . “Plano Quinquenal do Governo de Moçambique 2010-2014,” April 2010.
- . “Regulamento Interno Do Instituto Nacional de Acção Social.” GdM, December 2007.
- ILO. “Supporting Communication Campaigns on Social Protection Floors at Global and Country Level.” presented at the Launch of Global Business Network for Social Protection Floors, Geneva, October 28, 2015. <http://www.social-protection.org/gimi/gess/RessourcePDF.action?ressource.ressourceId=53254>.
- Instituto Nacional de Acção Social. “Manual de Orientador do Departamento de Cooperação e Relações Públicas 2013-2014,” 2012.
- . “Proposta de Operacionalização da Marca Instituto Nacional de Acção Social,” March 2015.
- José Silvério Marques. “Mozambique Social Protection Assessment.” Mozambique: World Bank, October 2012.
- “M Sociedad Civil, Learners, Practitioners and Teachers, 2010 - ritaneves90@googlemail.com - Gmail.webarchive,” n.d.
- Ministério da Mulher e Acção Social. “Estratégia Nacional de Segurança Social Básica 2010-2014.” GdM, March 2010.
- . “Experiência de Moçambique Na Implementação Da Segurança Social Básica,” October 16, 2013.
- Ministério do Género, da Criança e da Acção Social. “Estratégia de Comunicação E Advocacia Para O Subsistema de Segurança Social Básica,” July 2014.
- . “Estratégia Nacional de Segurança Social Básica 2016-2024.” GdM, 2016.
- . “Plano de Comunicação do Ministério do Género, Criança e Acção Social 2016,” March 2016.

- Ministerio do Genero, da Crianca e da Acção Social. “Plano Estratégico do Departamento de Cooperação e Relações Públicas do Instituto Nacional de Acção Social 2013-2014,” December 2012.
- Ministério do Género, da Criança e da Acção Social. “Plano Operacional da Estratégia de Comunicação e Advocacia para o Subsistema da Segurança Social Básica,” July 2014.
- . “Plano Operacional da Estratégia Nacional de Segurança Social Básica 2016-2024,” September 2016.
- . “Plano Operativo do Plano Económico e Social 2016,” March 3, 2016.
- Ministério Mulher e Acção Social. “Plano Estratégico Ministério Da Mulher E Da Acção Social 2011-2015,” 2011.
- “Monitoring and Evaluation Systems.docx,” n.d.
- Neil MacCallum, and Petri Uusikyla. “A Guide to Evaluation of Local Development Strategies.” OECD, 2009.
- “Paragrafo Para O Brown Bag Lunch.doc,” n.d.
- Plataforma da Sociedade Civil Moçambicana para a Protecção Social. “Manifesto Político por uma Agenda Nacional Inclusiva e Igualitária,” July 2014.
- . “Monitoria Comunitária Independente ao Programa de Subsídio Social Básico,” n.d.
- . “Plano Estratégico 2015--2019,” 2015.
- . “Posicionamento da Sociedade Civil em relação a Estratégia Nacional para a Segurança Social Básica,” 2015.
- . “Rastreo da Despesa Pública - Distrito de Matutuine,” December 2014.
- . “Relatório 2015,” 2015.
- . “Relatório Da Visita Dos Parlamentares Aos Beneficiários Do Programa Subsídio Social Básico,” November 2015.
- Public Safety Canada. “Evaluation of the National Strategy for the Protection of Children from Sexual Exploitation on the Internet,” May 27, 2015.
- Repartição de Documentação e Divulgação do MGCAS. “Plano de Actividades 2014 Da Repartição de Documentação E Divulgação Do Ministério Do Género, Da Criança E Da Acção Social,” January 2014.
- Rubén Vicente, Luca Pellerano, Tony Hodges, and Fidelis Hove. “Análise de Custos E Impactos Da Estratégia Nacional De Segurança Social Básica 2016-2024.” OIT e OPM, July 2015.
- Tinie van Eys. “Subsídios para reflexão sobre a Monitoria Comunitária Independente Implementada no âmbito do Projecto.” Help Age Internacional, June 2016.
- UN Joint Programme. “Capitalising on UN Experience: The Development of a Social Protection Floor in Mozambique.” Accessed October 9, 2016. <http://www.unicef.org/mz/en/capitalising-on-un-experience-the-development-of-a-social-protection-floor-in-mozambique/>.
- UNICEF. “Global Communication and Public Advocacy Strategy 2014–2017,” August 2014.
- Université de Genève, International Labour Office, and Bureau for Employers’ Activities. The Effective Employers’ Organization: A Series Of “hand-On” guides to Building and Managing Effective Employers’ Organizations. Geneva: Bureau of Employers’ Activities, International Labour Office, 2005.
- Westminster City Council. “Evaluating Your Communication Tools,” October 2011.
- World Bank. “Safety Nets How To Toolkit Version 1,” no date available. <http://siteresources.worldbank.org/SAFETYNETSANDTRANSFERS/Resources/281945-1291746977764/HowtoCompletePdfs.pdf>.

- 
- DSD, SASSA and UNICEF. *“The South African Child Support Grant Impact Assessment: Evidence from a survey of children, adolescents and their households”*, Pretoria: UNICEF South Africa, 2012
- Fret, Bert; Pinto, Joao. *“PRONAE Mocambique Projecto Piloto em 12 Escolas Primárias das Províncias de Tete, Nampula, Manica e Gaza” - Avaliacao Externa Outubro-Novembro 2015*. Maputo: 2016
- Ministério da Educação. *Plano Estratégico de Educação e Cultura 2012-2016*. Maputo: MEC, 2016
- Pellerano, Luca et al. 2014. *Child Grants Programme Impact Evaluation – Follow-up report – Executive Summary*. Oxford Policy Management, 2014
- The Transfer Project. *The Broad Range of Cash Transfer Impacts in Sub-Saharan Africa: Consumption, Human Capital and Productive Activity*. Research Brief, 2014
- Banco Mundial, *“Mozambique Social Protection Assessment: Review Social Assistance Programs and Social Protection Expenditures”*. Document of the World Bank. 2012.