



**FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG**

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO E ADVOCACIA DA ORGANIZAÇÃO DOS TRABALHADORES DE MOÇAMBIQUE, CENTRAL SINDICAL

Por uma comunicação institucional fluente que promova a
transparência, coesão, a imagem organizacional,
influência e a educação sobre os direitos
laborais em Moçambique

Índice

I.	<u>SUMÁRIO EXECUTIVO</u>	2
II.	<u>INTRODUÇÃO</u>	3
	<u>ANÁLISE SITUACIONAL</u>	5
3.1	ANÁLISE INSTITUCIONAL	6
3.2	OS PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO	8
3.3	DEFINIÇÃO DOS PÚBLICOS	10
IV.	<u>ABORDAGENS ESTRATÉGICAS</u>	15
1.1	POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO DA OTM	15
4.1.1	COMUNICAÇÃO INTERNA:	15
4.1.2	COMUNICAÇÃO EXTERNA:	15
4.2	OBJECTIVOS DA COMUNICAÇÃO DA OTM	16
4.3	OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DA OTM	16
V.	<u>ACCÇÕES ESTRATÉGICAS</u>	18
5.1	COMUNICAÇÃO INTERNA: PARTILHA DE INFORMAÇÃO	18
5.2	COMUNICAÇÃO INTERNA: LIDERANÇA E CAPACITAÇÃO	19
5.3	INFORMAÇÃO E VISIBILIDADE	20
5.4	ADVOCACIA E DEFESA DOS DIREITOS LABORAIS	21
5.5	EDUCAÇÃO E INFORMAÇÃO SOBRE DIREITOS	23
VI.	<u>NÍVEIS DE MONITORIA</u>	24
6.1	AVALIAÇÃO DO IMPACTO DA INTERVENÇÃO	24
6.2	AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS INTERMÉDIOS DA INTERVENÇÃO	24
VII.	<u>RECOMENDAÇÕES SOBRE A IMPLEMENTAÇÃO</u>	28

I. Sumário Executivo

Em resposta a um contexto marcado pelas deficiências da comunicação interna, com baixo nível de resposta do seu gabinete de comunicação (marcado por escassos meios e recursos para o trabalho), a baixa visibilidade pública das acções da organização, o baixo nível de influência dos sindicatos em assuntos laborais e a baixa participação dos trabalhadores nas questões sindicais; a direcção da Organização Moçambicana dos Trabalhadores - Central Sindical (OTM-CS) desenvolveu, entre Junho e Agosto de 2022, a sua Estratégia de Comunicação e Advocacia (ECA).

A ECA foi desenvolvida com o objectivo de garantir uma comunicação institucional fluente que promova a transparência, coesão, a imagem organizacional, influência e a educação sobre os direitos laborais em Moçambique.

Operacionalmente, a estratégia, a ser implementada durante 5 anos, vai actuar em cinco eixos estratégicos, considerando os seguintes objectivos específicos:

- Garantir maior circulação (fluxo) de informação interna entre os colaboradores, *secretariado geral* e diferentes órgãos sociais da OTM;
- Promover maior consciência da classe no seio dos titulares dos órgãos, tecnocratas e trabalhadores em geral;
- Aumentar a credibilidade da organização, gerando confiança com a Comunicação Social, os parceiros e os trabalhadores;
- Elevar o nível de influência dos Sindicatos/OTM-CS para políticas públicas e defesa dos direitos e interesses dos trabalhadores e,
- Elevar o nível de consciência dos trabalhadores sobre os seus direitos e deveres laborais.

Os diversos objectivos visam responder às necessidades de comunicação, informação e mudanças diagnosticadas nos diversos grupos de interesse da OTC-CS, buscando promover uma maior participação e compromisso das lideranças, sindicatos associados e os seus diversos órgãos internos na promoção dos direitos dos trabalhadores, e, por outro lado, numa maior participação da organização das acções públicas que promovam a sua maior visibilidade.

Por isso, esta estratégia coloca em destaque um conjunto de acções internas viradas a garantir uma maior informação e conhecimento dos membros e lideranças sobre a organização, compreendendo que eles constituem o capital fundamental da organização, assim como a maior fonte de informação sobre a organização. Entendese, por isso, que a capacitação e a qualidade de domínio das questões sindicais vão permitir uma maior capacidade de intervenção e divulgação pública das acções da OTC-CS.

Por isso, os media, sejam os internos assim como os de dimensão pública, são considerados um vector fundamental na construção da imagem institucional.

Para além das vertentes de imagem institucional, a estratégia oferece um enfoque particular na promoção da educação e informação dos trabalhadores, como

mecanismo de estimular a cidadania laboral. A abordagem da advocacia desenvolvida na estratégia deve ser considerada um elemento fundamental na participação da organização num processo de aprovação de políticas públicas, sejam a nível de instrumentos globais, leis, decretos e estratégias sectoriais que promovam e protejam os direitos dos trabalhadores.

II. Introdução

O Organização dos Trabalhadores de Moçambique - Central Sindical (OTM-CS) é uma instituição de utilidade pública sem fins lucrativos, nascida, em 1983, como Organização dos Trabalhadores Moçambicanos (OTM) como resultado da consolidação dos Conselhos de Produção fundados, em 1976, um ano depois da Independência Nacional. Com a introdução do liberalismo e a realização do seu Segundo Congresso Nacional, em 1990, a OTM passa a transformar-se numa Central Sindical.

No seu figurino actual, com uma Presidência e um Secretariado-Geral, a OTM-CS tem como missão coordenar e apoiar as acções das organizações sindicais nacionais e as associações socio profissionais, promovendo a luta sindical em Moçambique.

No quadro dos seus objectivos de coordenação, liderança, unidade, promoção sindical; a educação e informação sobre direitos laborais e defesa dos legítimos direitos e interesses dos trabalhadores; a OTM-CS é movida por valores centrais de unidade, democracia e independência sob os quais a comunicação se torna um valor central e imprescindível. Ao realçar, nos seus estatutos, os princípios de prestação de contas, representatividade, democracia, as liberdades de expressão e de opinião e advocacia sobre os interesses dos trabalhadores; a OTM, de forma directa ou indirecta, coloca a comunicação como um instrumento fulcral para a concretização dos seus objectivos.

Como forma de operacionalizar os desideratos da comunicação institucional, a OTM-CS, nos últimos anos, criou um departamento de assessoria em comunicação que tem vindo a apoiar ao seu secretariado Executivo.

Com o objectivo de sistematizar e dar um maior ímpeto (ímpeto ou impacto) ao trabalho realizado pelo Gabinete de Comunicação, assim como realinhar a sua estratégia de comunicação, a OTM-CS reuniu, entre os dias 13 a 16 de Junho de 2022, membros do secretariado executivo e dos sindicatos filiados, em workshop de desenvolvimento de uma nova estratégia de Comunicação, enquadrada aos desafios actuais e às oportunidades de comunicação oferecidas pelas novas tecnologias.

Com o workshop, foi possível:

- 1) Fazer uma análise do contexto da actuação da plataforma, identificando os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças relevantes para a sua comunicação institucional e para promover programas de advocacia;
- 2) Definir os problemas de comunicação institucional, assim como de advocacia, que impactam sobre ambiente operacional da OTM-CS;
- 3) Fazer a análise dos principais públicos, compreendendo os seus principais interesses com a OTM-CS e as barreiras de mudanças;
- 4) Definir os principais objectivos e as abordagens de comunicação mais ajustadas aos interesses da OTM-CS

- 5) Fazer um diagnóstico dos meios e espaços de comunicação disponíveis, por forma a serem potenciados para a transmissão das principais mensagens e produtos de comunicação mais adequados para a OTM-CS;
- 6) Definir os principais mecanismos de implementação, incluindo as actividades centrais, a monitoria e avaliação, assim como o papel dos membros na implementação da estratégia de comunicação;

III. Análise Situacional

A análise situacional visa compreender o contexto em que a estratégia de comunicação vai ser realizada, compreendendo três fases fundamentais: i) a análise institucional por forma a compreender o meio interno e externo em que a organização opera, ii) a análise dos problemas que impactam com a comunicação por forma a compreender as barreiras a serem resolvidas com a estratégia, as suas causas e efeitos e iii) a análise das audiências/públicos/stakeholders, por forma a compreender as suas características (psicossociológicas) e interesses nas actividades da organização, assim como os meios mais aplicáveis para uma comunicação assertiva e impactante.

3.1 Análise institucional

A análise institucional foi feita aplicando o modelo FOFA - Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças; oferecendo uma compreensão mais abrangente do ambiente interno e externo que pode favorecer (Forças e Oportunidades) e constituir barreiras (Fraquezas e Ameaças) à comunicação institucional e advocacia da Plataforma.

A tabela abaixo oferece, de forma sistematizada, os principais resultados das discussões feitas no workshop e na reunião de contribuições dos membros, sobre a análise SWOT.

	Pontos fortes	Pontos fracos
INTERNO	<ul style="list-style-type: none"> ○ A existência de uma Estrutura formal e organizacional, espaços de comunicação/deliberação (assembleias, conselhos, etc) formais, realizados regularmente, que permitem a comunicação funcional na prossecução dos objectivos da organização; ○ A existência de um gabinete e de políticas/estratégias de comunicação que permitem a realização de actividades de comunicação; ○ Existência de quadros formados e com domínio de tecnologias de informação e comunicação; ○ Existência de equipas especializadas que lidam e 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Fraco fluxo de comunicação interna horizontal e vertical (da base para o topo e do topo para a base) ○ Baixo nível de divulgação das acções realizadas que reduzem visibilidade e a imagem da OTM-CS ○ A falta de meios materiais, financeiros e humano (domínio de TICs) dificultam o melhor funcionamento organizacional no que diz respeito à comunicação, ○ Fraca capacidade de resposta à demanda pela informação de interesse público pelos diversos grupos de interesses, sobretudo os media; ○ Reuniões formais são os únicos contactos directo,

	<p>dominam as questões laborais;</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Diversos sindicatos filiados que representam diversos segmentos de trabalhadores moçambicanos, em diversas empresas e ramos laborais; ○ Uma organização de interesse social e com uma elevada demanda de informação de interesse público; ○ Sua história e reconhecimento legal/político/simbólico na representação dos interesses dos trabalhadores; • A existência de estruturas internas nos sindicatos (secretários de mobilização e informação) responsáveis para comunicação 	<p>havendo poucos espaços informais de interação entre as estruturas de governação, assim como de execução;</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Barreira linguística (utilização de apenas uma língua-Portuguesa); ○ Algumas estruturas de liderança sindical com baixo domínio dos assuntos sindicais e do reconhecimento do papel da comunicação para os objectivos e imagem da OTM-CS; • Falta de divulgação e implementação das suas políticas; ○ Baixo aproveitamento das oportunidades apresentadas pelos meios de comunicação
EXTERNO	Oportunidades	Ameaças
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Parceria com diversas organizações nacionais e internacionais ○ Existência da Comissão Consultiva do Trabalho (CCT) ○ A diversificação dos meios de comunicação social e programas televisivos e radiofónicos (a nível nacional, provincial e local) que podem ser aproveitados para a divulgação de acções de interesse dos trabalhadores; ○ O desenvolvimento das TIC's, sobretudo das redes sociais, que podem facilitar a comunicação interna e externa da OTM-CS controlada pelo seu gabinete de comunicação; ○ O crescimento económico e social do país, abrindo 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Desemprego e redução de mão de obra ○ Fraca demanda do público na procura dos feitos e desafios da OTM-CS; ○ Baixo nível de reconhecimento da comunicação social da importância da OTM-CS, como uma fonte relevante para a divulgação de informação e defesa dos assuntos laborais; ○ Ligações políticas e empresariais fortes que limitam os espaços de negociação independente com o governo e os empresários; ○ Um ambiente político marcado por uma cultura autoritária e de limitação de liberdades de imprensa,

	<p>espaço para o alargamento da massa laboral de base (potencialidade de mais filiados);</p>	<p>expressão, associação e manifestação de opiniões;</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ O ambiente de guerra em Cabo-Delgado marcado pela insurgência do islamismo extremo, as calamidades naturais (ciclones, cheias e secas)
--	--	---

3.2 Os problemas de comunicação

1. **A ineficiência da comunicação interna** - O baixo nível de equilíbrio de fluxo de comunicação interna (planos, documentos institucionais, actividades, relatórios) e que tem como consequência a fragmentação, baixa solidariedade, militância, transparência, baixa união entre sindicatos. As análises feitas mostram que este problema tem sido causado por: Falta de consciência de luta pela classe por parte dos membros dos sindicatos; Sonegação intencional de informação; Falta de auto confiança das lideranças/ desconfiança; Baixo (nível de) trabalho em equipe, de envolvimento de outras pessoas; Autoritarismo (fraca cultura de partilha de informação, participação e prestação de contas); Falta de motivação por parte dos líderes sindicais; o interesse pelo destaque pessoal/individual/protagonismo das lideranças em detrimento do trabalho em equipe para ganhos colectivos; falta de habilidades de comunicação e liderança e um baixo nível de reconhecimento dos papéis e responsabilidades por parte das novas lideranças sindicais.
2. **Baixo nível de resposta do gabinete de comunicação** - O gabinete de comunicação da OTM não responde, cabalmente, à expectativa desejada para o seu pleno funcionamento, o que cria maior dificuldade de comunicação interna e externa. Figuram, como causas deste problema, as seguintes: Fraca divulgação interna do gabinete de comunicação a nível dos sindicatos (alguns dos sindicatos filiados não conhecem o gabinete); a falta de definição de papéis e mecanismos de interação entre os sindicatos e o gabinete de comunicação; a exiguidade de recursos (humanos, materiais, financeiros e tecnológicos) para responder à demanda dos serviços exigidos pelo gabinete de Comunicação; a falta de uma estratégia de comunicação ajustada à situação tecnologia e exiguidade de meios, conforme a situação actual da OTM e a não priorização da comunicação como uma área de gestão estratégica da organização.
3. **Baixa visibilidade pública das acções da OTM-CS** - A OTM-CS tem sido uma organização pouco interventiva e que explora muito pouco as oportunidades de visibilizar as suas acções, por forma a maximizar o seu reconhecimento, enquanto uma instituição com responsabilidade na defesa dos assuntos dos trabalhadores em Moçambique. A análise situacional explorou diversas causas ligadas a este problema, sendo as mais relevantes: Fraca divulgação das acções realizadas pela OTM-CS; fraca capacidade interativa da OTM-CS com

os stakeholders externos (media, sociedade civil, governo, parceiros, sociedade no geral); fraca partilha de informação entre os sindicatos e o gabinete central, reduzindo as oportunidades de conteúdos para a divulgação; o baixo nível de ajustamento da estratégia e do plano de comunicação à realidade institucional e aos meios existentes para a sua operacionalização; Baixa colaboração da OTM com outras organizações da Sociedade civil que trabalham na defesa dos assuntos dos trabalhadores; baixo nível de aproveitamento de espaços de eventos internos para a comunicação pública.

4. **Baixo nível de influência dos Sindicatos nos assuntos laborais em Moçambique** - existe um baixo nível de influência dos Sindicatos/OTM-CS para políticas públicas e defesa dos direitos e interesses dos trabalhadores, havendo um conjunto de instrumentos internacionais a serem adoptados por Moçambique, como o protocolo da SADC sobre emprego e trabalho, as convenções 183, 184, 189, 190; assim como alguns instrumentos legais, a nível nacional, a serem introduzidos, como alargamento do escopo da CCT, revisão do regulamento de segurança social, introdução do subsídio de desemprego. A análise situacional apontou as seguintes causas deste problema: A limitada capacidade para impor ideias e posições sindicais, assim como de fazer lobby; inexistência de um plano de advocacia; baixo nível de domínios das questões centrais a serem advogadas; Não abertura à auscultação de opiniões contrárias; a falta de proatividade; baixo nível de independência e autonomia dos Sindicatos em relação aos grupos políticos e empresariais;
5. **Baixa participação dos trabalhadores nas questões sindicais** - a análise situacional mostrou que existe uma baixa participação dos trabalhadores nas questões sindicais. Mesmo com o desenvolvimento, a criação de novas empresas e novos sectores de trabalho, nota-se que poucos trabalhadores se mostram interessados com a sindicalização. Este problema tem sido motivado pelas seguintes causas: a falta de conhecimento e baixo nível de informação sobre a sindicalização e a sua relevância; a fraca implementação da política de educação e formação sindical; a iliteracia sobre o sindicalismo e a participação dos trabalhadores com os níveis de formação mais elevados em acções sindicais.

3.3 Definição dos públicos

Os públicos, ou designados por grupos-alvo¹, devem ser entendidos como todos aqueles que possuem interesse com a actividade da OTM, mantendo uma ligação directa ou indirecta com a organização. Assume-se que a presente estratégia de comunicação ganhará significado se conseguir identificar os públicos da OTM, assim como as suas características e necessidades de informação.

Por isso, esta secção apresenta os principais grupos de interesse da OTM, classificados com base no critério da proximidade e relevância. Segundo este critério, quanto mais próximo um determinado grupo, mais importante se torna para a vida da organização. Por isso, os públicos são classificados em: os grupos-alvos **internos** aqueles que estão directamente envolvidos no dia-a-dia da organização e fazem parte da execução directa das suas actividades; os **externos** são aqueles que se relacionam e se interessam de forma directa ou indirecta com a OTM, no entanto, não mantêm uma vinculação directa, sob ponto de vista da execução das actividades. Em situações específicas, podem ser encontrados grupos de interesse, públicos, que reúnem características dos públicos internos e externos, sendo, por isso considerados por **mistos**. No caso específico da advocacia, os grupos são analisados, conforme a oposição ou apoio que podem prestar nas acções de comunicação da organização.

Públicos	Definição (Nível de interesse sobre a OTM-CS e abordagens de comunicação)
Internos Os sindicatos e associações sindicais (os órgãos deliberativos)	São as organizações membros da OTM, em representação dos trabalhadores. Fazem parte, conjuntamente, o órgão máximo deliberativo e de governação da OTC-CS, produzindo as decisões e deliberações estruturantes sobre a vida da organização, desde os estatutos, estratégias, planos de actividades, etc. São dois órgãos deliberativos importantes de que todos fazem parte: o Congresso que reúne de 5 em 5 anos com poderes máximos sobre a vida da organização e o Conselho Central dos Sindicatos, organizado anualmente, implementando as decisões dos congressos e fazendo a gestão organizacional, a nível intermédio do congresso. Devem ser devidamente informados sobre a organização, assim como informam a OTM-CS sobre os sindicatos dirigidos. Devem servir de elo de ligação entre a OTM-CS e os trabalhadores, através dos seus comités sindicais nas instituições/empresas. Esperam uma OTM gerida de forma transparente, livre, participativa e

¹ Os grupos-alvos assumem diversas designações, podendo ser considerados por públicos ou *stakeholders*

empenhada na luta pelos direitos laborais.

O Comité
Executivo

Este tem uma composição específica e produz deliberações mais executivas, no intervalo dos Conselhos Centrais dos Sindicatos. Este representa ao órgão decisões operacionais, sendo dirigido pelo Secretario Geral e composto pelos membros do Secretariado Executivo, Secretários-gerais dos sindicatos filiados, os coordenadores dos comités da mulher e dos jovens, assim como pelos quadros de reconhecido mérito da OTM-CS. São o motor de funcionamento, sob ponto de vista deliberativo, das operações da OTM-CS, tomando

a dianteira na implementação das ações da organização. Devem ser devidamente informados sob as demandas na defesa dos interesses dos trabalhadores, assim serem capazes de proporem abordagens estratégicas e operacionais para a viabilização da visão e missão da OTM. São o motor da viabilização dos valores centrais da organização e de representação dos trabalhadores.

O órgão operacional e executivo da OTM-CS (a nível Secretariado nacional e provincial). Fazem parte da sua estrutura Executivo os secretários dos comités executivos provinciais, (colaboradores) responsáveis pela representação da organização, a nível das províncias. Permite as operações diárias da organização, implementando os planos, estratégias aprovadas pelo Comité Executivo. Deve garantir a liderança estratégica da organização, garantindo a ligação com todos os stakeholders da organização, permitindo que a organização seja gerida de forma transparente, aberta e proactiva na defesa dos direitos dos trabalhadores.

Constitui o órgão de fiscalização do cumprimento Conselho Fiscal dos princípios estatutários, planos programas e gestão financeira e patrimonial. É o garante da transparência e da eficiência organizacional, devendo ser devidamente competente e ter um forte domínio sobre a organização e ter informação correcta sobre a organização.

Representam os sindicatos, indirectamente, a OTM- CS Os comités a nível das empresas/instituições, servindo sindicais como elo de ligação e de partilha de informação entre a organização e os trabalhadores. /constituem a estrutura de base de defesa dos interesses dos trabalhadores a nível das empresas. Requerem uma forte capacidade de liderança de base, domínio das questões fundamentais sobre os direitos e deveres dos trabalhadores, assim como de mobilização.

O comité das mulheres “COMUTRA” representa as trabalhadoras no seio dos movimentos sindicais, responsável por assegurar o enquadramento e participação da mulher trabalhadora na vida e acção sindical, a nível nacional e provincial. Espera que os objectivos

de representação estatutários expressos nas suas metas de (30%) sejam alcançados, por outro lado, a OTM-CS seja líder, transparente, democrática em defesa dos direitos laborais das mulheres. Igual que todos os grupos, devem ser informados e informarem sobre as actividades. Esperam uma melhor liderança e abertura para uma maior colaboração.

O Comité dos Jovens (CNJT)

Constitui o comité dos jovens trabalhadores a nível dos movimentos sindicais representados na OTM-CS, responsável por assegurar o enquadramento e participação do jovem trabalhador na vida e acção sindical, a nível nacional e provincial. Tem como função específica: contribuir para o reforço da unidade sindical, cooperação e solidariedade nacional, regional e internacional. Espera que sejam providas informações sobre a OTM-CS e que a liderança seja aberta, transparente e mais proactiva.

Igual que todos os grupos devem ser informados e informarem sobre as actividades. Esperam uma melhor liderança e abertura para uma maior colaboração.

Os colaboradores da OTM-CS

São a máquina executivo-operacional da OTM-CS, constituindo a memória e o know how da instituição. Precisam de garantir um conhecimento da organização e das suas actividades; uma liderança democrática e motivadora, capaz de guiar e garantir que o seu potencial seja convertido em conhecimento que se reverte em mais-valia na defesa dos interesses dos trabalhadores. Devem ser mantidos informados e envolvidos nas acções da organização.

MISTOS

Os trabalhadores

Representam a massa laboral de que a OTM-CS representa, através dos Sindicatos e das associações sócio profissionais filiadas, a nível nacional. Os trabalhadores esperam que a OTM-CS seja líder, democrática, participativa, coordenadora, arrojada na educação e informação, assim trabalhe na defesa dos seus direitos fundamentais

Externos	Associações Sócios profissionais e	São associações que, não sendo sindicatos, lutam pela defesa e promoção dos direitos e interesse do seu grupo. Querem colaborar com a OTM-CS por forma a advogarem,
-----------------	--	---

	da sociedade civil no geral	conjuntamente, sobre os direitos dos trabalhadores. Por isso, precisam ser informados, engajados para trabalho colaborativo
	As organizações internacionais (OIT, SATUCC, ITUCC Africa, CSI, OUSA)	São entidades que promovem, a nível internacional, africano e regional os direitos dos trabalhadores. Esperando que Moçambique adopte os tratados e directivas por si aprovadas sobre os diversos direitos laborais. Esperam que Moçambique, inclusivamente, respeite os princípios e o quadro internacionais dos direitos laborais. A OTM-CS constitui o parceiro nacional relevante na advocacia para a adopção e implementação das convecções e políticas globais, a nível do Estado moçambicano.
	CTA, ACIS e outras Organizações	São associações de representação empresarial em Moçambique sob as quais a OTM-CS encontra mecanismos de diálogo e debates sobre os direitos dos trabalhadores. Muitas vezes, estas organizações agem no interesse dos seus constituintes (as empresas), em situações pouco favoráveis aos trabalhadores.
	As empresas	São empregadores sob os quais a OTM-CS reivindica melhores condições e respeito pelos direitos dos trabalhadores. Constitui um grupo fundamental de mudanças e das acções de advocacia para o reconhecimento dos direitos dos trabalhadores
	O Governo	Os órgãos do Estado, para além de ser um dos empregadores e o foco da advocacia da OTM-CS, enquanto entidade sob a qual, sobretudo do Governo, tem o mandato de definir e promover políticas públicas laborais; inspecionar a implementação de medidas nos outros empregadores que visam garantir/assegurar os direitos dos trabalhadores. Por outro lado, o governo (ajuda na aprovação) de um quadro de instrumentos legislativos nacionais e internacionais sobre os direitos laborais.

O parlamento	<p>Órgão do Estado que tem como mandato aprovar e fiscalizar a implementação das leis que protejam e promovam os direitos laborais em Moçambique. A par do governo, possui, através das bancadas parlamentares, a iniciativa de promover leis que</p>
Os media e os fazedores de opinião pública	<p>Os media, para além de serem veículo de publicitação da OTM, eles jogam um papel fundamental na produção de informação pública relevante sobre a OTM. Assim, para garantir que os jornalistas se engajem no processo de divulgação, tanto a nível da existência do fundo, assim como dos resultados, eles deverão ser considerados um público estratégico, sob o qual se deve ganhar uma maior simpatia para que a sua cobertura contribua para uma imagem positiva da OTM. Por seu turno, a OTM deve se constituir uma fonte de informação privilegiada e disponível para os media e os fazedores de opinião.</p>
<p><u>O Público em Geral</u></p>	<p>São todos cidadãos e entidades nacionais que podem manter interesse directo ou indirecto com a OTM. Eles podem esperar o seguinte: A existência da OTM; notícias sobre os resultados, experiências acumuladas, lições aprendidas e impactos do trabalho da OTM;</p>

IV. Abordagens Estratégicas

1.1 Princípios de Comunicação da OTM-CS

Os princípios de comunicação foram definidas para responder à dois níveis da comunicação institucional: a Comunicação interna e a comunicação externa. Para cada nível, são definidas cinco categorias:

4.1.1 Comunicação Interna:

1. A OTM-CS adopta um sistema de comunica interna baseado no esquema de “marketing multinível”, tendo como base uma rede social (whatsapp);
2. Adopta o principio de divulgação máxima de relatórios de gestão periódica em todos os níveis dos órgãos de gestão e governação interna;
3. Informar, proactivamente, aos trabalhadores associados sobre as actividades, resultados e planos das questões mais relevantes que lhes dizem respeito, em diversos formatos (texto, imagem e audiovisual) e línguas nacionais, conforme a conveniência;
4. A OTM-CS é inclusiva e participativa na elaboração e definição dos principais problemas, posicionamentos de impacto na vida dos trabalhadores, usando as tecnologias de comunicação e informação para promover debates internos que recomendem as acções imediatas a serem desenvolvidas;
5. A imagem pública da OTM-CS deve ser aprimorada a partir do reforço da sua identidade institucional, assim como a maior exploração de espaços de promoção da identidade visual, por outro lado, o reforço da sua capacidade de intervenção sobre as questões laborais, devendo, a comunicação ser um instrumento imprescindível para o reconhecimento público da organização;

4.1.2 Comunicação Externa:

1. Os secretários e os funcionários sénior da OTM-CS devem ser os líderes de opinião e agirem como verdadeiros porta-vozes da organização, devendo, por isso, a OTM-CS descentralizar os papéis de representação em acções públicas de comunicação, conforme as áreas temáticas de especialização, a natureza do assunto (dita o sindicato) e a localização geográfica. Este principio traduz-se na ideia de que, quem melhor entende do assunto, melhor representa a organização nas relações públicas da OTM-CS;
2. A OTM-CS passa a fazer um agendamento mediático máximo, explorando as potencialidades de informação que detém, a nível de advocacia sobre os direitos dos trabalhadores e espaços de negociações e outros;

3. A OTM-CS passa a valorizar as datas importantes dos sindicatos e dos trabalhadores para advogar, engajar os colaboradores, projectar a sua imagem e compromisso com as causas dos trabalhadores em Moçambique;
4. Advocacia da OTM-CS é informada com base em evidências, passando pela sistematização e produção de posicionamentos que alimentam as suas fundamentações ao Governo ou Parlamento, os seus posicionamentos públicos. Por outro lado, a OTM-CS vai optar pelo diálogo com as entidades de tomada de decisão e engajamento permanente dos parceiros para apoiarem as suas causas;
5. A OTM-CS assume um papel imprescindível na educação e informação sobre os direitos laborais em Moçambique, trabalhando em coordenação e parceria com outras organizações da sociedade civil, através da sua política de Educação e Informação;

4.2 Objectivos da Comunicação da OTM-CS

Geral:

- Garantir uma comunicação institucional fluente que promova a transparência, coesão, a imagem organizacional, influência e a educação sobre os direitos laborais em Moçambique

Específicos:

- **Objectivo 1** - Garantir maior circulação (fluxo) de informação interna entre os colaboradores, *secretariado geral* e diferentes órgãos sociais da OTM-CS;
- **Objectivo 2** - Promover maior consciência de classe e sindicalismo no seio dos titulares dos órgãos, tecnocratas e trabalhadores em geral;
- **Objectivo 3** - Aumentar a credibilidade da organização, gerando confiança com a Comunicação Social, os parceiros e os trabalhadores;
- **Objectivo 4** - Elevar o nível de influência dos Sindicatos/OTM-CS para políticas públicas e defesa dos direitos e interesses dos trabalhadores.
- **Objectivo 5** - Elevar nível de consciência dos trabalhadores sobre os seus direitos e deveres laborais;

Posicionamento da OTM-CS deve ser reconhecida como a organização “Top of Mind” na defesa dos direitos dos trabalhadores em Moçambique.

4.3 Os meios de comunicação da OTM-CS

O cumprimento dos objectivos previamente estabelecidos requer a aplicação de estratégias, emissão de mensagens e aplicação correcta de meios de comunicação. É neste âmbito que se considera fundamental a combinação (integração) de diversas perspectivas de comunicação para responder a cada subnível de objectivos da comunicação na OTM-CS.

Assim, vai-se compreender como estratégia de comunicação a todas as ferramentas que permitem estabelecer o tipo de mensagens que deverão ser aplicadas para gerar certos efeitos nos grupos de interesse. Cada tipo de estratégia impõe, por isso, o uso de determinados meios de comunicação, definidos como os dispositivos ou espaços através dos quais as mensagens serão levadas aos grupos de interesse, conforme as suas características, localização geográficas, proximidade e uso desses meios.

Das principais estratégias e meios a serem usadas para o alcance dos objectivos definidos, destacam-se:

Meio	Interno	Externo
Fóruns formais internos (Congressos, Conselho Central Sindical, Conselhos Executivos e reuniões de gestão)	X	X
Website, Redes sociais (WhatsApp ² , email, Youtube e Facebook)	X	X
Relatórios e planos de actividades	X	
Newsletter	X	X
Reuniões de lobby e advocacia		
Revista Anual (O Trabalhador)	X	X
Capacitações e <i>team buildings</i>	X	
Eventos públicos (Datas comemorativas, palestras, conferências, seminários, mesas redondas, debates) ³	X	X
Brochuras e manuais	X	

² A OTM-CS deve criar os grupos de WhatsApp conforme os objectivos e os principais grupos de trabalho interno. Vai ser criado um grupo para a partilha de informação geral sobre a organização; um grupo dos órgãos de liderança e grupos de comissões técnicas/especializadas

³ Para garantir que a OTM opera outro tipo de actividades relevantes, como conferências e seminários online para outros grupos, recomenda-se que tenha uma conta paga do Zoom ou Microsoft Teams.

Conferências de imprensa, notas de advocacia (notas de fundamentação) ⁴ , policy brief ⁵ e briefings		X
Vídeos, folhetos e poster digitais Reuniões de advocacia	X	X
Mass media (meios de comunicação social) (TVs, Rádios e Jornais) de âmbito nacional e local		

⁴ São documentos produzidos para desencadear um processo de advocacia junto ao governo. Geralmente, estes documentos informam sobre a importância de o governo adotar um determinado instrumento legal, política ou uma estratégia.

⁵ Um policy brief - trata-se de uma ferramenta importante para resumir os resultados de uma análise aprofundada ou um estudo para recomendar audiências não especializadas a tomarem medidas interventivas. Funciona como um meio importante para a advocacia para providenciar evidências que ajudem os políticos a tomarem decisões mais apropriadas.

V. Acções estratégicas

5.1 Comunicação Interna: Partilha de informação

Objectivo 1 - Garantir maior circulação (fluxo) de informação interna entre os colaboradores, e diferentes órgãos sociais da OTM			
Ord.	Acção	Público	Meio
1.1	Partilha quinzenal de informação interna sobre eventos e actividades entre os secretários dos Sindicatos e os quadros seniores da OTM	Todos internos	WhatsApp e e-mail
1.2	Produção de informação regular sob forma de notícias sobre os acontecimentos da OTM-CS	Internos, mistos e externos	Website, Newsletter, Redes sociais (WhatsApp, e-mail e Facebook)
1.3	Partilhar planos de actividades anuais, semestrais e trimestrais da Organização e Relatórios periódicos de balanço das actividades relevantes a todos seguimentos em tempo útil.	Todos os grupos dos órgãos deliberativos	E-mails (Relatórios e planos de actividades)
1.4	Dotar o Gabinete de Comunicação e Imagem em recursos humanos e equipamento como meio para a realização cabal das actividades na prossecução dos objectivos da OTM-CS ⁶ .	Não aplicável	Não aplicável

⁶ Os capítulos sobre as recomendações de gestão fornecem melhores detalhes sobre esta actividade.

1.5	Produzir materiais de identidade corporativa e de marketing institucional da PJJ ⁷	Todos	Dirigidos
1.6	Actualizar os layouts dos produtos de comunicação e identidade da OTM: Banners, painéis, cartazes, folhetos, página web, newsletter e revista.	Não aplicável	Não aplicável
1.7	Produzir uma base de dados dos membros das lideranças sindicais, a todos níveis e por órgãos relevantes para facilitar o processamento das informações	Não aplicável	Não aplicável
1.8	Produzir uma base de dados dos trabalhadores e membros filiados à OTM-CS, através dos diversos sindicatos para o processo de partilha de informação	Não aplicável	Não aplicável

5.2 Comunicação Interna: Liderança e capacitação

Objectivo 2 - Promover maior consciência de classe no seio dos titulares dos órgãos, tecnocratas e trabalhadores em geral			
Ord.	Acção	Públicos	Meio
2.1	Actualizar os módulos de formação dos líderes sindicais em liderança e comunicação pública ⁸	Líderes sindicais, a todos níveis, recém-eleitos	Brochuras e manuais

⁷ Os materiais devem incluir as placas de identidade (na ocasião de a plataforma ter o seu próprio escritório), cartões de visita, t-shirts, bonés, autocolantes, dísticos, rollups, pastas, sacolas, blocos de notas, calendários, agendas, etc.

⁸ Os líderes sindicais devem ter competências de comunicação interpessoal e mediática para melhor influenciar e aprimorarem as suas competências de liderança.

2.3	Realizar as formações aos novos líderes sindicais eleitos, com base anual	Líderes sindicais	Capacitações
2.4	Organizar <i>team building</i> e encontros de motivação para as equipas dos secretariados da OTM-SC ⁹	Todos os públicos internos	<i>Team building</i>
2.5	Promover espaços de debate regulares com os trabalhadores dos diversos ramos sobre as questões laborais	Mistos	Facebook e eventos

5.3 Informação e visibilidade

Objectivo 3 - Aumentar a credibilidade da organização, gerando confiança com a Comunicação Social, os parceiros e os trabalhadores			
Ord.	Acção	Públicos	Meio
3.1	Criar uma base de dados de jornalistas e programas de media nacional relevantes para a OTM	Jornalistas	Base de dados dos jornalistas e media nacionais
3.2	Promover, regularmente, e actualizar a base de dados de subscritores da página web da OTM	Todos	Redes Sociais, página web, eventos
3.3	Reconfigurar a newsletter da OTM para uma produção e partilha de informação regular	Todos	Páginas web, mailing list, redes sociais (Facebook, WhatsApp, Youtube)

⁹ Os team buildings podem ser orientados em grupos específicos, conforme as capacidades financeiras e objectivos específicos a serem alcançados.

3.4	Produzir uma agenda de acções específicas de datas comemorativas sobre os direitos dos trabalhadores ¹⁰ e dos sindicatos especializados	Todos	Mass media, eventos, comunicados, páginas web, mailing list, redes sociais
3.5	Conferências de imprensa e briefings periódicos com jornalistas	Jornalistas	Conferências de imprensa e briefings
3.6	Negociar espaços de entrevistas nos media nacionais e locais para os sindicatos nacionais e provinciais sob temas de interesse dos trabalhadores	Jornalistas	Contactos directos
3.7	Cobrir todos os eventos e noticiar todas as datas comemorativas dos sindicatos e da OTM e outras actividades	Todos	Mass media, eventos, comunicados, páginas web, mailing list, redes sociais
3.8	Emissão de posicionamentos sobre assuntos económicos, laborais e sociais do país	Todos	Mass media, eventos, comunicados, páginas web, mailing list, redes sociais
3.9	Produzir entrevistas regulares e temáticas com trabalhadores que se destacam pelo seu desempenho e inovação nas empresas	Todos	Mass media, eventos, comunicados, páginas web, mailing list, redes sociais
3.10	Pesquisar e partilhar informações/reportagens sobre novas tendências e questões laborais no âmbito global para a Revista “O Trabalhador”	Todos	Revista Anual
3.11	Produzir notas e comunicados de solidariedade internacional em português e inglês sobre questões de interesse	Organizações internas (OIT, SATUCC,	Mass media, eventos, comunicados, páginas web, mailing list, redes sociais

¹⁰ A OTM deve mapear datas das NU sobre questões de direitos fundamentais do seu interesse, no âmbito dos Objectivos de Desenvolvimento de Millennium, para além de comemorações nacionais relevantes e datas de criação de sindicatos especializados. Para cada data pode-se, por exemplo, emitir uma mensagem, um comunicado, fazer-se um evento.

		ITUCC Africa, CSI, OUSA)	
3.12	Produzir informações consolidadas sobre as actividades relevantes, assim como os impactos anuais, desafios e inovações que garantam a educação, informação e reforço da imagem da OTM	Todos	Revista semestral “O Trabalhador” e Newsletter

5.4 Advocacia e defesa dos direitos laborais

Objectivo 4 - Elevar o nível de influência dos Sindicatos/OTM para políticas públicas e defesa dos direitos e interesses dos trabalhadores			
Ord.	Acção	Públicos	Meio
4.1	Realizar sessões de diálogos regulares com os trabalhadores, sistematizando as suas preocupações, produzir relatórios e partilhar com as autoridades públicas e empresariais (governo e empresas) através de notas específicas	Trabalhadores	Diálogos sindicais e notas de envio dos relatórios
4.2	Produzir estudos mais sistematizados em parceria com instituições académicas sobre questões laborais e direitos dos trabalhadores	Academias, Organizações especializadas, governantes, legisladores,	Relatórios e artigos académicos
		parceiros e empresas	

4.3	Produção de policíes briefs ¹¹ sobre temáticas específicas sobre os direitos dos trabalhadores e iniciativas relevantes a serem adoptadas pelos empregadores em prol dos trabalhadores, com frequência de um por mês ¹²	Governo, Parlamento e organizações empresários	Página web e redes sociais (Facebook, Youtube)
4.4	Produzir e submeter ao governo fundamentações de todas as temáticas chaves de advocacia para o governo e parlamento	Governo e parlamento	Notas de advocacia
4.5	Realizar encontros formais e informais de lobby sobre as notas de fundamentação com governantes, parlamentares, líderes partidários	Governo e parlamento	Reuniões de lobby e advocacia
4.6	Realizar eventos trimestrais de engajamento sobre as causas de advocacia com os parceiros para o apoio das causas da OTM	Associações Sócios profissionais e da sociedade civil no geral	Seminários, mesas redondas, debate
4.7	Produzir posicionamentos públicos sobre as questões advogadas	Todos	Comunicados, páginas web, mailing list, redes sociais
4.8	Realizar entrevistas e participar em programas de debates televisivos e radiofónicos sobre as questões advogadas	Todos	Mass media (TV, Rádio e Jornais)

¹¹ Um policy brief - trata-se de uma ferramenta importante para resumir os resultados de uma análise aprofundada ou um estudo para recomendar audiências não especializadas a tomarem medidas interventivas. Funciona como um meio importante para a advocacia para providenciar evidências que ajudem os políticos a tomarem decisões mais apropriadas.

¹² Neste tipo de acções, a OTM pode engajar e trabalhar em parceira com Centros de Pesquisas e Instituições académicas com melhor posicionamento sobre temas do seu interesse.

5.5 Educação e informação sobre direitos

Objectivo 5 - Elevar nível de consciência dos trabalhadores sobre os seus direitos e deveres laborais			
5.1	Acção	Públicos	Meio
5.2	Produzir um módulo em diversos formatos e línguas nacionais (álbum, seriado, vídeo) sobre os direitos e deveres dos trabalhadores	Não aplicável	Não aplicável
5.3	Capacitar os líderes sindicais (sindicatos especializados, provinciais e distritais) sobre os módulos dos direitos e deveres dos trabalhadores	Líderes sindicais	Capacitações
5.4	Produzir uma agenda anual para a realização de eventos nacionais, locais e distritais (em todos os sectores de trabalho) sobre os direitos dos trabalhadores	Não aplicável	Não aplicável
5.5	Produzir uma agenda anual para a realização de eventos nacionais, locais e distritais (em todos os sectores de trabalho) sobre os direitos dos trabalhadores	Todos os trabalhadores	Palestras, conferencias, seminários, Zoom, Facebook, Youtube e Cartazes
5.6	Organizar feiras de consciência pública sobre os direitos dos trabalhadores	Todos os trabalhadores	Palestras, conferências, seminários
5.7	Gravar vídeos de actores nacionais e personalidade sobre os direitos laborais	Todos os trabalhadores	Facebook, Youtube e WhatsApp
5.8	Produzir posters semanais sobre direitos e deveres dos trabalhadores	Todos os trabalhadores	Facebook, Youtube e WhatsApp

VI. Níveis de Monitoria

6.1 Avaliação do impacto da intervenção

O impacto pretendido pela presente estratégia de comunicação e advocacia define-se pelo alcance do objectivo geral da ECA e dos seus objectivos específicos, tendo em consideração as metas definidas nos cinco objectivos da estratégia. Assim, as mudanças esperadas deverão ser inscritas nos cinco níveis que ajudam a compreender o objectivo Geral e o posicionamento da OTM, conforme as seguintes indicações:

1. A garantia de maiores fluxos de comunicação interna entre os colaboradores e os diversos órgãos da OTM-CS;
2. Uma maior consciência e motivação dos titulares dos órgãos para a operacionalização dos objectivos estratégicos da organização;
3. Uma maior credibilidade da OTM-CS perante os grupos de interesse (stakeholders);
4. Uma maior capacidade de influência nas políticas e na defesa dos direitos laborais;
5. Trabalhadores, a nível, nacional com uma maior consciência sobre os seus direitos e deveres laborais

Assim, a construção das variáveis dos indicadores de alcance do objectivo geral da estratégia deve tomar como base os aspectos específicos indicados no posicionamento, de cada umas das três componentes da estratégia de comunicação. A avaliação de impacto da ECA será realizada no final dos 5 anos de implementação, olhando para o alcance de cada resultado estratégico, estatísticas na área de direitos laborais em Moçambique.

6.2 Avaliação dos resultados intermédios da intervenção

A estratégia de comunicação e advocacia apresenta 5 resultados intermédios que a seguir se apresentam e os respectivos indicadores a monitorar. Os indicadores estão desdobrados em dois níveis, nomeadamente, indicadores de Outcomes, que podem também ser entendidos como resultados específicos, a serem alcançados à mediada que houver avanço nos indicadores de Output, estes últimos que podem ser entendidos como resultados imediatos ou produtos. A seguir, apresentam-se os resultados intermédios e os respectivos indicadores.

A monitoria dos resultados imediatos será feita em cada passo da implementação, tendo em atenção os indicadores definidos no quadro lógico de monitoria.

RESULTADO GERAL: Garantida uma comunicação institucional da OTM-CS fluente, coesão, imagem positiva e uma capacidade de influência e educação sobre os direitos laborais em Moçambique

Indicadores do resultado geral:

1. Nível de satisfação dos colaboradores e membros sobre a gestão e governação interna da OTM-CS;
2. Nível de engajamento dos titulares dos órgãos, os tecnocratas e trabalhadores da OTM-CS;
3. O nível de reconhecimento público do papel da OTM-CS, perante os trabalhadores, os media e os parceiros;
4. Número de políticas, instrumentos legais e outras medidas governamentais adoptadas sob influência da OTM-CS;
5. Nível de domínio dos trabalhadores moçambicanos sobre direitos e deveres laborais

Meios de verificação do resultado:

1. Estudo de satisfação dos membros e colaboradores da OTM sobre a gestão e governação interna;
2. Relatórios de participação dos membros da OTM-CS das actividades da organização;
3. Estudo de percepções sobre a imagem pública da OTM-CS;
4. Publicações oficiais sobre políticas, instrumentos e medidas legislativas aprovadas;
5. Estudo de análise do conhecimento dos trabalhadores moçambicanos sobre os direitos laborais;

Resultados específicos	Indicadores dos outputs	Meios de verificação dos outputs
Garantido um maior fluxo de informações	# de publicações sobre notícias internas feitas mensalmente;	Relatórios de audiências da página web

<p>interna entre os colaboradores, o secretariado e os diversos órgãos sociais da OTM-CS</p>	<p># boletins e notícias internas partilhadas</p> <p># documentos institucionais: planos e relatórios publicados e partilhados com os membros/colaboradores</p> <p>Volume de investimentos em recursos materiais e humanos para o Gabinete de Comunicação</p> <p># de materiais de identidade produzidos</p> <p>Número de trabalhadores e filiados que recebem a informação da organização</p>	<p>Boletins produzidos e partilhados</p> <p>Relatórios de publicações feitas</p> <p>Inventários, contratos e relatórios de capacitações feitas</p> <p>Exemplares e guias de publicação dos materiais de identidade</p> <p>Base de dados criada para a partilha de informação</p>
<p>Titulares dos órgãos, tecnocratas e trabalhadores da OTM com uma maior consciência de classe e sindicalismo</p>	<p># de titulares dos órgãos capacitados sobre liderança sindical e comunicação pública</p> <p># de team buildings e encontros de motivação realizados</p> <p># de debates realizados sobre sindicalismo</p> <p># de trabalhadores e membros participantes nas acções realizadas</p>	<p>Relatórios de formação, fotos e listas de presença</p> <p>Relatórios, fotos e listas de presença</p> <p>Relatórios, fotos e listas de presença</p> <p>Listas de presenças nos eventos</p>

<p>Uma OTM credível e confiável perante os media, seus principais parceiros estratégicos e trabalhadores</p>	<p># de jornalistas participando e recebendo informações da OTM</p> <p># de subscritórios das notícias institucionais da OTM</p> <p># de comemorações em datas especiais ligadas aos sindicatos</p> <p># de conferências de imprensa e briefings realizadas</p> <p># de aparições da OTM nos media públicos</p> <p># de posicionamentos emitidos sobre assuntos económicos, laborais e sociais do país</p>	<p>Base de dados dos jornalistas e relatório de partilha de informações</p> <p>Base de dados online da OTM</p> <p>Publicações e comunicados emitidos</p> <p>Relatórios/fotos dos briefings e conferencias de imprensa</p> <p>Clipping dos media</p> <p>Publicações feitas</p>
	<p># edições das revistas anuais da OTM</p> <p># de notas e comunicados de solidariedade internacional</p>	<p>Exemplares da revista publicada</p> <p>Publicações feitas</p>

<p>Sindicatos com um maior nível de influência na promoção de políticas públicas, na defesa de direitos e interesses dos trabalhadores</p>	<p># de diálogos realizados com os trabalhadores</p> <p># estudos realizados em parceria com instituições académicas</p> <p># de policies briefs produzidos</p> <p># de fundamentações de políticas e leis submetidas ao governo/parlamento</p> <p># encontros de advocacia realizados</p> <p># eventos de engajamento realizados</p> <p># de posicionamentos publicados</p> <p># reportagens, entrevistas e notícias publicadas</p>	<p>Relatórios dos diálogos com os trabalhadores</p> <p>Publicações dos estudos</p> <p>Exemplares publicados de policies briefs</p> <p>Guias de entregas das fundamentações</p> <p>Relatórios dos encontros</p> <p>Relatórios, fotos e listas de presença dos eventos</p> <p>Relatórios de publicações e/ou clipping dos media</p> <p>Clipping dos media</p>
<p>Trabalhadores moçambicanos com uma maior consciência sobre os seus direitos e deveres laborais</p>	<p># de trabalhadores abrangidos nos programas de educação e informação</p> <p># materiais multimédia educativos produzidos nas diversas línguas sobre os direitos e deveres dos trabalhadores</p> <p># de líderes sindicais capacitados</p> <p># eventos de consciencialização realizados</p> <p># de posters produzidos e divulgados, assim como o seu nível de alcance</p>	<p># listas de partilha de informação</p> <p>Materiais produzidos e publicados</p> <p>Relatórios de capacitação, listas de presenças e fotografias</p> <p>relatórios e fotografias dos eventos</p> <p>Relatórios de publicações online</p>

VII. Recomendações sobre a implementação

Os resultados programados para a Estratégia de Comunicação da OTM-CS vão requerer o cumprimento de um conjunto de requisitos no processo da sua implementação, sendo dos mais relevantes os seguintes:

1. A integração das diversas acções nos planos operacionais da OTM-CS, ou a conversão de certos objectivos específicos em projectos específicos, sobretudo os de advocacia e educação e informação, por forma a facilitar o processo de angariação e alocação de recursos;
2. Uma maior abertura e vontade, sobretudo a nível das lideranças do sindicato, para a consideração da comunicação como uma área chave a priorizar nos investimentos da instituição. A OTM-CS deve considerar e transformar a actual estrutura, mais configurada para a assessoria, para um departamento com competências de planificação, execução e avaliação dos programas de Comunicação da OTM-CS;
3. Mesmo em contextos com exiguidade de recursos, reforçar o sector da comunicação da OTM-CS com recursos humanos que apoiem o actual responsável, sobretudo nas funções de recolha de informação, produção de reportagens e notícias internas. Para o efeito, a OTM-CS pode, através de memorandos de entendimento, realizar programas de estágios permanentes com estudantes de Jornalismo, Relações-Públicas e Publicidade da Escola Superior de Jornalismo, da Escola de Comunicação e Artes da Universidade Eduardo Mondlane ou do Instituto Superior de Comunicação e Imagem;
4. Fazer investimentos em equipamentos informáticos que permitam o reforço das condições de trabalho do gabinete de comunicação e imagem, ampliando a sua capacidade de produção de conteúdos, através da equipe de estagiários a serem integrados. Neste sentido, o Gabinete precisa de ser reforçado com mais um computador Mac Book, com mais capacidade de memória e edição; uma câmara fotográfica profissional e com capacidade de filmagens, para além de dois computadores;
5. Diversas acções inscritas na estratégia requerem uma demanda por serviços gráficos. Recomenda-se o recurso de serviços especializados para produção especializada de *templates* específicos para os diversos formatos, produtos gráficos previstos na estratégia. Estes templates irão garantir a uniformização da identidade dos produtos gráficos da OTM, assim como facilitar a sua manipulação, em tempo útil e com qualidade, mesmo por colaboradores do departamento de comunicação com baixo domínio de programas gráficos;

-//-