

RELATÓRIO ANUAL 2024



QUEM SOMOS?

A h2n, uma organização não-governamental moçambicana, nasceu em 2017 de uma paixão por melhorar vidas através de acções de comunicação, mobilização social e desenvolvimento digital. Acreditamos que comunidades bem informadas e activamente engajadas têm maior capacidade de transformar as suas próprias realidades; e que quando as pessoas têm acesso à informação relevante, compreendem os seus direitos e desenvolvem habilidades e confiança para agir, tornando-se protagonistas das decisões que moldam as suas vidas e alcançam o seu pleno potencial.

Combinamos a nossa experiência na comunicação de base comunitária, mídias de massa, engajamento digital e advocacia para efectuar a mudança social e comportamental a médio e longo prazo. Escutamos atentamente as comunidades e parceiros; juntos traçamos estratégias para melhorar vidas; e empoderamo-los para tomarem a dianteira nas intervenções. Com base no aprendizado constante, ajustamos as intervenções para aumentar o impacto e resultados.

h2n em 2024



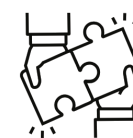
73

entidades parceiras



49

distritos de 7 províncias



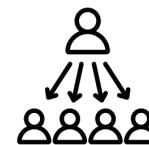
76

colaboradores



9

projectos



40mil

pessoas alcançadas



5MUSD

gastos nos projectos

ONDE ESTAMOS?



PILARES ESTRATÉGICOS



ÁREAS TEMÁTICAS

Educação para todos

Saúde, nutrição e bem-estar

Meios de vida sustentáveis

Igualdade de género

Engajamento juvenil

Inclusão digital

Coesão social e prevenção de conflitos

Direitos humanos

Boa governação e democracia

Meios de vida sustentáveis

Resiliência face as mudanças

Desenvolvimento da primeira infância

Participação cívica

RÁDIO COMUNITÁRIA

Fortalecer vozes locais para promover mudanças

A h2n fortaleceu o papel das rádios comunitárias como instrumento de transformação social. Actuando de forma estratégica em três eixos interligados, garantiu que as narrativas de mudança fossem inclusivas, representativas e enraizadas na realidade local:

- **Capacitação de Jornalistas** em jornalismo, ética, produção de conteúdos e temáticas sociais como igualdade de género, saúde, nutrição, eleições e gestão sustentável de recursos, direitos humanos e acesso à justiça;
- **Engajamento Comunitário** através de consultas comunitárias e eventos regulares de mobilização comunitária e promoção do acesso à justiça, com destaque para a criação de clubes de direitos humanos que dinamizaram debates, diálogos e acções de prevenção de abusos nas comunidades, em especial crimes eleitorais;
- **Sustentabilidade das Rádios** através do apoio técnico e estratégico na gestão, manutenção de equipamentos e mobilização de parcerias e recursos por meio do Xipalapala e de iniciativas de marketing.



ACÇÕES

53

rádios parceiras



1028

programas produzidos



110

jornalistas formados



380

eventos de mobilização
comunitária



RESULTADOS

1949

peças convidadas nos
programas e mobilizações



12671

peças que interagiram
com programas



20716

participantes nas mobilizações
comunitárias



20M MZN

arrecadas pelas rádios por meio do
Xipalapala e iniciativas de marketing



“A comunidade nota a diferença”

— Eurico Guedes – Rádio Eurico
Rosário Guedes FM, na Zambézia.



Em 2024, a Rádio Comunitária Eurico Rosário Guedes FM (ERG), no distrito do Ile, Zambézia, ganhou novo fôlego com a entrega de equipamentos pela h2n, incluindo uma mesa de som, auscultadores, gravador e telemóvel. A melhoria técnica trouxe ganhos imediatos na qualidade e rapidez da produção, permitindo uma cobertura das actividades comunitárias e do contexto eleitoral. A h2n complementou este apoio com formações em ética e cobertura imparcial, promovendo o papel das rádios comunitárias na educação cívica, prevenção de conflitos e fortalecimento da participação democrática.

RÁDIO COMUNITÁRIA

Eleições 2024

As eleições gerais de 2024 foram um momento decisivo para a democracia em Moçambique. Neste contexto, a h2n reforçou a sua intervenção junto das comunidades através das rádios locais, promovendo informação credível e educação cívica, bem como a participação activa da população.

- **Capacitação:** a h2n capacitou jornalistas de rádios comunitárias e observadores comunitários em jornalismo eleitoral, direitos humanos, acesso à justiça e inclusão social. O objectivo foi reforçar a cobertura informativa assegurando que as comunidades recebessem informação clara, acessível e fidedigna;
- **Engajamento Comunitário:** a h2n apoiou a criação de **clubes de direitos humanos**, formados por activistas locais comprometidos com a promoção da cidadania e a defesa dos direitos humanos. Os clubes também actuaram como observadores comunitários, atentos a possíveis violações de direitos, em especial crimes eleitorais;
- A h2n integrou a **Plataforma Controla** como ferramenta estratégica para engajamento, permitindo monitorar denúncias, consolidar informações sobre o processo eleitoral e facilitar a comunicação entre comunidades e rádios locais, e desenvolveu a campanha **EU PARTICIPO** que incentivou o recenseamento e o voto, com informação clara e acessível sobre os processos eleitorais.



ACÇÕES

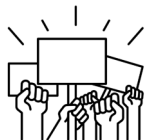
30

clubes de direitos humanos criados



450

activistas formados



300

observadores comunitários capacitados



1133

diários de campanha produzidos pelas rádios



RESULTADOS

2542

mesas de voto cobertas pelos jornalistas de rádio



4059

eventos eleitorais cobertos

95

irregularidades eleitorais reportadas



“Recensear e votar é participar activamente na construção do futuro do nosso país” — Lizete Vieira – Participante da Campanha “Eu Participo”.



“Esta campanha [EU PARTICIPO] nasce da necessidade de recuperar a confiança dos cidadãos, sobretudo dos jovens, nos processos eleitorais. Queremos mostrar que recensear e votar não é apenas um dever cívico, é também um acto de participação activa na construção do futuro do nosso país. Ao produzirmos programas de rádio, televisão, vídeos comunitários e outros materiais de comunicação, estamos a aproximar a informação das pessoas, de forma simples e inclusiva, para que ninguém fique de fora. Acreditamos que quanto mais informados estivermos, mais conscientes e responsáveis serão as nossas escolhas.”

VÍDEO COMUNITÁRIO

Histórias contadas por quem as vive: o poder do vídeo participativo

Na h2n, o vídeo comunitário é uma ferramenta de expressão, diálogo e transformação social. Através de uma abordagem participativa e centrada na comunidade, a organização implementou esta metodologia em diferentes contextos, reforçando o papel das comunidades como produtoras de conhecimento e agentes activos da mudança social e de comportamento. Integrado como parte da sua estratégia de SBC (Mudança Social e de Comportamento), este trabalho assegura que os conteúdos audiovisuais produzidos pela e para a comunidade sejam relevantes, inclusivos e catalisadores de acção local por meio de:

- **Mapeamento e formação de grupos comunitários** em técnicas básicas de produção audiovisual, narrativa, direitos humanos e comunicação para o desenvolvimento, com foco em vários temas;
- **Produção e disseminação de vídeos**, com total envolvimento dos membros da comunidade em todas as etapas – da escolha dos temas à filmagem e exibição pública;
- **Acompanhamento e articulação**, garantindo que os vídeos gerem respostas concretas através de diálogos comunitários, projecções com camião de vídeo, sessões com autoridades locais e seguimento das preocupações levantadas.



ACÇÕES

60

videos produzidos



86

membros comunitários
formados



241

sessões públicas de
exibição



RESULTADOS

36

comunidades envolvidas
em todas as etapas



13640

participantes em diálogos
comunitários



“Hoje levo os meus filhos ao hospital logo nos primeiros sinais”

— Carlos Silva Pahala, Mogincual



Carlos Silvia Pahala, de 37 anos, residente em Natapo, distrito de Mogincual, confessa que antes só levava os filhos ao hospital em situações muito graves. Após assistir a um vídeo comunitário sobre a importância da consulta hospitalar da criança doente, mudou seu comportamento. A produção audiovisual, feita por jovens locais no âmbito do projecto Transform Nutrition, sensibilizou-o sobre cuidados preventivos. Agora, Carlos leva os filhos ao hospital aos primeiros sinais de doença. Os vídeos comunitários têm sido cruciais na promoção de hábitos saudáveis nas comunidades.

ENGAJAMENTO JUVENIL

Juventude em acção: ideias, coragem e liderança para o futuro

A h2n reforçou o seu compromisso com o empoderamento de jovens como agentes transformadores nas suas comunidades. As acções nesta área permitiram consolidar um modelo de engajamento juvenil dinâmico e contextualizado:

- **Capacitação de jovens** em comunicação social, advocacia, liderança e empreendedorismo social e financeiro, com foco em temáticas como direitos humanos, igualdade de género, saúde, nutrição, mudanças climáticas e participação activa na vida comunitária e cívica;
- **Promoção de Aceleradores Juvenis** como núcleos locais de acção e criatividade, onde os jovens produzem conteúdos em rádio, vídeo e redes sociais, organizam eventos comunitários e lideram campanhas de sensibilização com impacto directo nas suas comunidades;
- **Fortalecimento de redes e parcerias**, com incentivo ao diálogo entre juventude, autoridades locais, escolas, rádios comunitárias e organizações da sociedade civil.



ACÇÕES

418

jovens formados



311

conteúdos produzidos
para rádio e redes sociais



21

eventos comunitários
liderados por jovens



RESULTADOS

32

entidades envolvidas nos
Aceleradores Juvenis

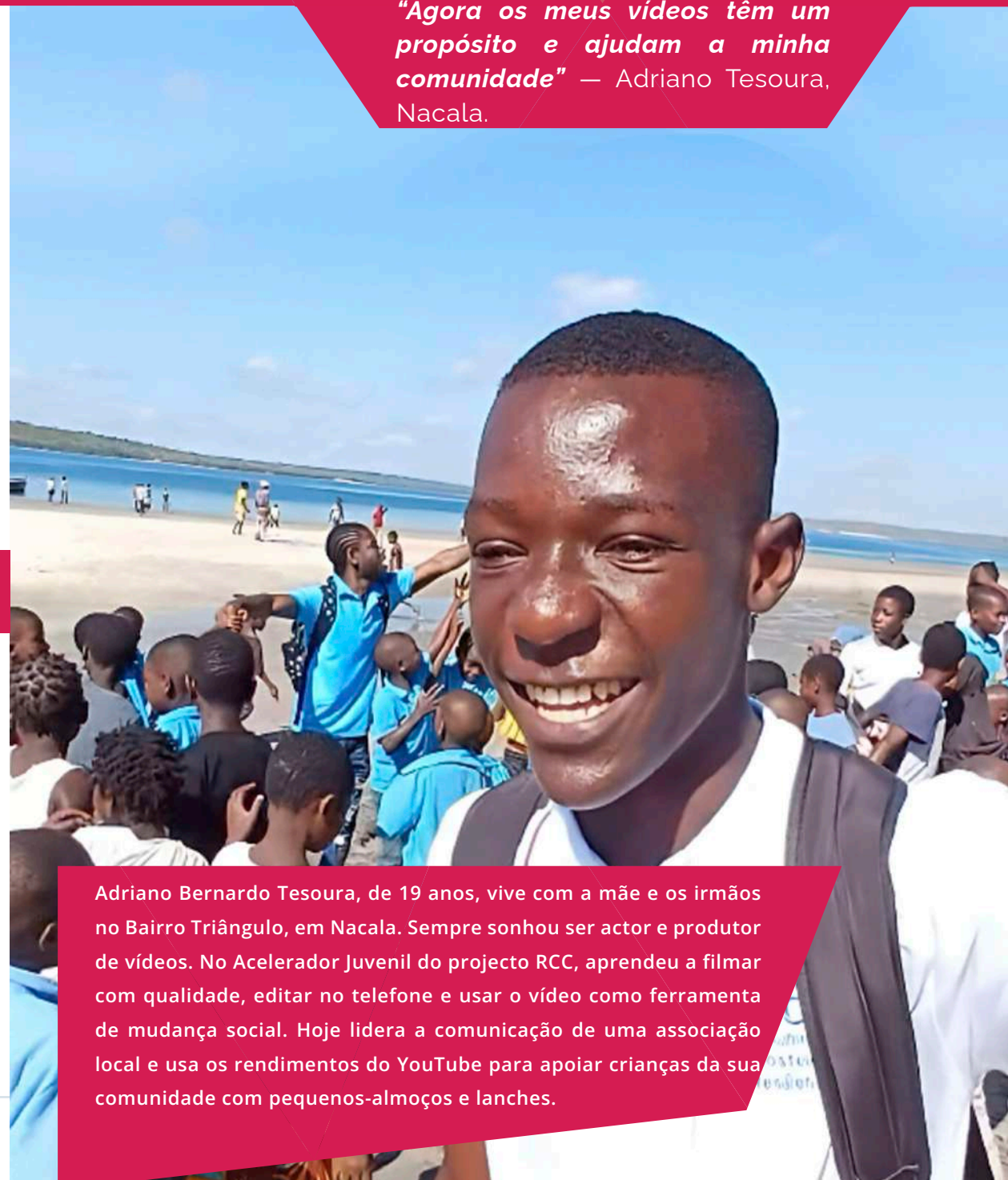


4

provincias com
Aceleradores Juvenis



"Agora os meus vídeos têm um propósito e ajudam a minha comunidade" — Adriano Tesoura, Nacala.



Adriano Bernardo Tesoura, de 19 anos, vive com a mãe e os irmãos no Bairro Triângulo, em Nacala. Sempre sonhou ser actor e produtor de vídeos. No Acelerador Juvenil do projecto RCC, aprendeu a filmar com qualidade, editar no telefone e usar o vídeo como ferramenta de mudança social. Hoje lidera a comunicação de uma associação local e usa os rendimentos do YouTube para apoiar crianças da sua comunidade com pequenos-almoços e lanches.

MÍDIA

Informar com propósito, comunicar com impacto

A h2n reforçou o papel da mídia como catalisador da transformação social em Moçambique. Actuando de forma estratégica em três eixos interligados, garantiu que a produção e difusão de conteúdos nos meios de comunicação contribuíssem para a promoção da igualdade de género e o combate a estereótipos nocivos através de acções como:

- **Formação contínua** de profissionais da comunicação, incluindo jornalistas, docentes e estudantes universitários, com enfoque em ética jornalística, cobertura sensível ao género;
- **Incentivar a produção investigativa** através de programas de bolsas de reportagem investigativa, com o objectivo de suprir o défice de financiamento para matérias sobre género;
- **Investigação e monitoria** da representação de género na mídia, que culminou com publicação da terceira edição do relatório anual de género na mídia, baseado em dados recolhidos em 60 órgãos de informação em todo o país.
- **Produção regular de programas de TV** com foco em género e saúde, transmitidos em canais nacionais.



ACÇÕES

16

jornalistas formados



330 mil MZN

investidos em 11 bolsas atribuídas



43

programas de TV produzidos



RESULTADOS

99

artigos de género produzidos



1

relatório anual de género na mídia produzido



"Com a h2n, fomos além do óbvio"
— Nelson Mucandze, Director de Informação do Jornal Evidências



"O Jornal Evidências sempre abordou temas relacionados à saúde e, muitas vezes, nossas matérias eram voltadas para um nicho específico de leitores. No entanto, com a h2n, fomos fortalecidos com recursos humanos por meio da Gender Fellows e de capacitações, o que nos permitiu desenvolver mais habilidades, aprofundar histórias e, acima de tudo, torná-las mais humanizadas." — Nelson Mucandze, Director de Informação do Jornal Evidências, durante o evento de encerramento do projecto Asas.

COMUNICAÇÃO

Conectando equipas, parceiros e comunidades

A comunicação é um dos pilares estratégicos da h2n e, ao longo de 2024, a organização demonstrou uma notável maturidade técnica e criativa na gestão da sua comunicação institucional, tanto no plano interno como externo. Com uma abordagem alinhada aos princípios de transparência, inclusão e impacto social, a h2n reforçou a sua presença digital, expandiu sua audiência, dinamizou fluxos internos e posicionou-se como uma referência no uso da mídia para fins sociais.

Durante o ano, a h2n consolidou sua presença digital e fortaleceu os canais de comunicação com o público externo. A estratégia baseou-se em três eixos: **visibilidade institucional**, **advocacia digital** e **disseminação de conteúdos**.

A presença da h2n nas redes sociais aumentou em alcance, engajamento e qualidade técnica. Paralelamente, a organização reforçou a **documentação**, a partilha sistemática de **lições aprendidas**, **boas práticas** e **histórias de mudança**, bem como a realização de **transmissões em directo** de eventos e momentos-chave, tanto das suas próprias acções como das iniciativas desenvolvidas com parceiros e comunidades.



ACÇÕES

420

conteúdos produzidos



4

campanhas temáticas
nacionais



RESULTADOS

24 mil
seguidores em todas
redes sociais



1,2 milhões

visualizações nas redes
sociais



820 mil

contas alcançadas



*Do terreno para o mundo: o
poder de documentar*



Apostar na documentação foi fundamental para consolidar a comunicação da h2n em 2024. Mais do que registar actividades, documentar significou valorizar histórias, tornar visível o impacto real do trabalho no terreno e inspirar mudanças. Através de textos, vídeos, fotografias e relatórios, a h2n conseguiu partilhar lições aprendidas, boas práticas e resultados com parceiros, comunidades e financiadores.

DOADORES



PARCEIROS



AGA KHAN FOUNDATION



RÁDIOS COMUNITÁRIAS PARCEIRAS





Av. Kim Il Sung, Maputo, Mozambique
Tel: +258 84 723 1244
www.h2n.org.mz