

EDUCAÇÃO INTEGRAL



PROGRAMA
Itaú Social
UNICEF

Territórios em movimento

#07 | OUTUBRO
2022



MOBILIZAR RECURSOS

Não é mágica, é mão na massa!



#07 - OUTUBRO 2022

Mobilizar recursos.
Não é mágica, é mão na massa!



Roteiro de viagem

Um panorama da jornada desta edição

3



Pé na estrada

Mobilização de recursos e sustentabilidade

4



Caderno de viagem

Reflexões, ideias e atividades práticas

20



Na mochila

Materiais de apoio para você se aprofundar

21





FOTO: PEXELS.COM

Olá! Damos as boas-vindas a vocês para apresentar a última edição da nossa **Revista Educação Integral: Territórios em Movimento**. Neste mês, o tema será a mobilização de recursos e de comunicação. Confira abaixo os principais objetivos da jornada:

- Refletir sobre o papel da mobilização de recursos como base para que as organizações desenvolvam parcerias, fortaleçam sua causa e construam sua sustentabilidade;
- Ressaltar a importância da rede de relacionamentos para estreitar relações, formar parcerias e ampliar sua visibilidade;
- Estimular ações que favoreçam a diversificação de fontes de recursos alinhadas

às necessidades da organização;

- Ampliar os conhecimentos sobre a mobilização de recursos financeiros;
- Refletir sobre papel estratégico que a comunicação assume nas organizações;
- Apoiar vocês e sua organização a planejar as ações de comunicação de modo sistematizado e alinhado à estratégia.

Para seguir nesta viagem, lembrem-se sempre de utilizar um caderno ou seus recursos digitais preferidos para anotar comentários, reflexões ou ideias ao longo do conteúdo. Passaremos por belas paisagens, mas também por trechos sinuosos, subidas e descidas. Não se preocupem, guiaremos vocês por todo o percurso!

Vamos lá? Apertem os cintos e boa jornada.





FOTO: FREEPIK.COM

Mobilização de recursos e sustentabilidade

PARA SABER MAIS

O FICAS é uma organização da sociedade civil, sem fins lucrativos, criada por um grupo de profissionais movidos pelo desejo de compartilhar os conhecimentos adquiridos no âmbito acadêmico. Acessem ficas.org.br e conheçam mais.



Para iniciar nosso percurso, vamos dialogar sobre a importância da mobilização de recursos e sobre o uso da comunicação em prol da sustentabilidade e do fortalecimento das Organizações da Sociedade Civil (OSC). Quando falamos de mobilização de recursos e de comunicação em prol da sustentabilidade organizacional, o que vem à cabeça de vocês? Conseguem fazer alguma conexão entre elas?

Pois bem, a mobilização de recursos e de comunicação são temas fundamentais para a sustentabilidade técnica, política, financeira e para o desenvolvimento dos objetivos estratégicos da organização.

Segundo o FICAS, OSC que compartilha conhecimentos adquiridos no âmbito acadêmico, essa sustentabilidade está baseada em três pilares: **a integração entre as áreas gerencial e pedagógica, o fortalecimento da rede de relacionamento e o foco na missão e nos valores.**

Nesse sentido, a mobilização de recursos atrelada à comunicação é uma ferramenta de gestão essencial na construção da sustentabilidade da organização. Por essa razão, é fundamental que a mobilização de recursos seja uma atividade planejada e realizada continuamente. Falaremos sobre isso mais adiante.



Mas, afinal, por que estamos falando em mobilização de recursos em vez de captação de recursos?

Sabemos que muitas vezes as ações de mobilização são centradas na captação de recursos financeiros, mas a sustentabilidade da organização vai muito além do aspecto financeiro.

Para começar, temos de ter em mente que para uma organização conseguir sobreviver e manter sua atuação, ela precisa de **sustentabilidade econômica, técnica e política**. E, nesse sentido, a mobilização de recursos deve ser entendida como base para que as organizações desenvolvam parcerias, fortaleçam sua causa e construam sua sustentabilidade. Por isso, ela precisa estar atrelada à identidade das organizações e termos compreendido que **recursos são todos aqueles necessários para o desenvolvimento de uma organização**, sejam eles financeiros, ma-

teriais e técnicos: as pessoas, as organizações e as relações.

A partir desse enfoque, fica claro que não estamos falando apenas de captar recursos financeiros, mas de desenvolvermos um olhar global pelo qual a organização seja compreendida, e que, a partir desse olhar, seja possível traçar estratégias que mobilizem os mais diferentes tipos de recursos para a organização se desenvolver e alcançar a sua sustentabilidade. Compreenderam?

É dessa perspectiva que conseguimos ampliar a visão sobre a mobilização de recursos que contribuam para a sustentabilidade econômica, técnica e política da organização. Trata-se de alguns passos além da captação de recursos financeiros.

Para que fique claro, não se trata de deixar a captação de recursos financeiros em um plano inferior, mas de unir esforços institucionais para que os mais diferentes tipos de recursos sejam mobilizados a fim de garantir a sustentabilidade institucional.



FOTO: FLICKR PISU



Vocês devem estar se perguntando, mas como fazer isso? Por onde devemos começar?

Bom, não há fórmula mágica, receita pronta e tampouco necessidade de um “guru”. Para mobilizar é importante fazer um esforço e pôr a mão na massa. Ninguém melhor para falar da organização e dos projetos desenvolvidos por ela do que a própria equipe, aquela que atua no dia a dia com brilho nos olhos e comprometida com o que realiza. Por isso, é importante que a mobilização de recursos seja uma atividade **integrada e compartilhada por toda a equipe da organização**, visando buscar, além de recursos, o reconhecimento e a legitimidade do trabalho que desenvolve.

Para fazer isso, são várias as ações que podem ser desenvolvidas com vistas à sustentabilidade institucional. Vocês já pararam para pensar que sensibilizar e articular pessoas e outras instituições em torno da causa e das questões sociais defendidas por sua organização é uma forma

de mobilização de recursos? Que desenvolver parcerias e alianças, visando unir esforços para a melhoria das comunidades onde atua e/ou para o fortalecimento de sua causa também contribui com a sustentabilidade institucional? Que fortalecer a rede de relacionamento da organização, de modo a ampliar o reconhecimento e a legitimidade do trabalho que desenvolve, além de motivar e envolver constantemente sua equipe também são ações fundamentais quando pensamos em mobilização de recursos? Sem falar nas ações de busca efetiva de recursos (humanos, financeiros, materiais e patrimoniais) para que a organização possa desenvolver seus programas, projetos e ações, manter sua estrutura e funcionamento.

Imaginamos que agora vocês estejam mais animados, não é mesmo? Mas calma! Antes de colocar a mão na massa e iniciar suas mobilizações, elencamos algumas premissas importantes que vocês devem se atentar para ter maior efetividade na mobilização de recursos:

Premissas para iniciar a mobilização de recursos

- ✓ O “brilho nos olhos” é fundamental! Tenham uma causa relevante para a sociedade e a defendam com argumentos sólidos e muita motivação;
- ✓ Demonstrem capacidade para gerenciar a organização e seus recursos, por meio de um planejamento estruturado, da transparência no balanço financeiro, etc.;
- ✓ Tenham o trabalho reconhecido e legitimado pela comunidade onde atuam, por organizações similares, etc.;
- ✓ Monitorem e avaliem as ações realizadas, tanto para instituir os ajustes necessários com vistas ao alcance dos resultados esperados, quanto para publicizar os resultados institucionais;
- ✓ Conheçam os interesses dos potenciais parceiros para identificar e estabelecer mais facilmente um elo com a causa da organização;
- ✓ Estejam preparados para responder quaisquer questões sobre a sua organização. Para isso, o processo de desenvolvimento do plano de gestão é fundamental.





Parcerias e alianças por causas relevantes



Saiba mais sobre este livro na seção "Na Mochila"

AUSTIN, J. E. 2001. Parcerias: fundamentos e benefícios para o terceiro setor. São Paulo: Futura, 194p.

Outro aspecto de grande importância são as relações que surgem das parcerias e alianças. Segundo o especialista AUSTIN (2001), esta é a "era das parcerias e alianças", pois as organizações – governamentais, empresariais e sociais – já perceberam que unindo esforços são capazes de contribuir de maneira mais efetiva nas transformações sociais.

Não por acaso, a Organização das Nações Unidas (ONU), em 2015, deu início a uma intensa mobilização de governos, instituições privadas e organizações da sociedade civil com vistas a tornar o mundo mais sustentável, entendendo que se não houver a junção de esforços de vários setores, será inviável garantir a sustentabilidade do planeta.

Para isso, foram definidos os 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) e elaborado um documento chamado Agenda 2030 que contém objetivos, metas e indicadores que só podem ser alcançados se houver uma articulação coletiva entre diferentes setores da sociedade. Podemos reafirmar que as parcerias e alianças são fundamentais para a sustentabilidade de qualquer instituição e até mesmo do planeta.

Para aprofundar o nosso diálogo sobre os três pilares da sustentabilidade defendidos pelo FICAS – integração entre as áreas gerencial e pedagógica, fortalecimento da rede de relacionamento e foco na missão e nos valores –, já apresentados nesta edição, a nossa próxima parada nesta jornada é um convite a dialogar sobre o fortalecimento das redes de relacionamento. Vamos lá?!

Vocês sabem o que e quais são os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS)?

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que fazem parte da chamada "Agenda 2030", são fruto de um pacto global assinado pelos 193 Estados-Membros da Organização das Nações Unidas (ONU) durante a Cúpula das Nações Unidas, em 2015. Os 17 objetivos ambiciosos e interconectados visam estimular ações para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima, garantir que as pessoas em todos os lugares do mundo possam desfrutar de paz e de prosperidade até o ano de 2030.

Para saber mais e conhecerem os 17 ODS, acessem: brasil.un.org/pt-br/sdgs.



Fortalecimento das redes de relacionamento

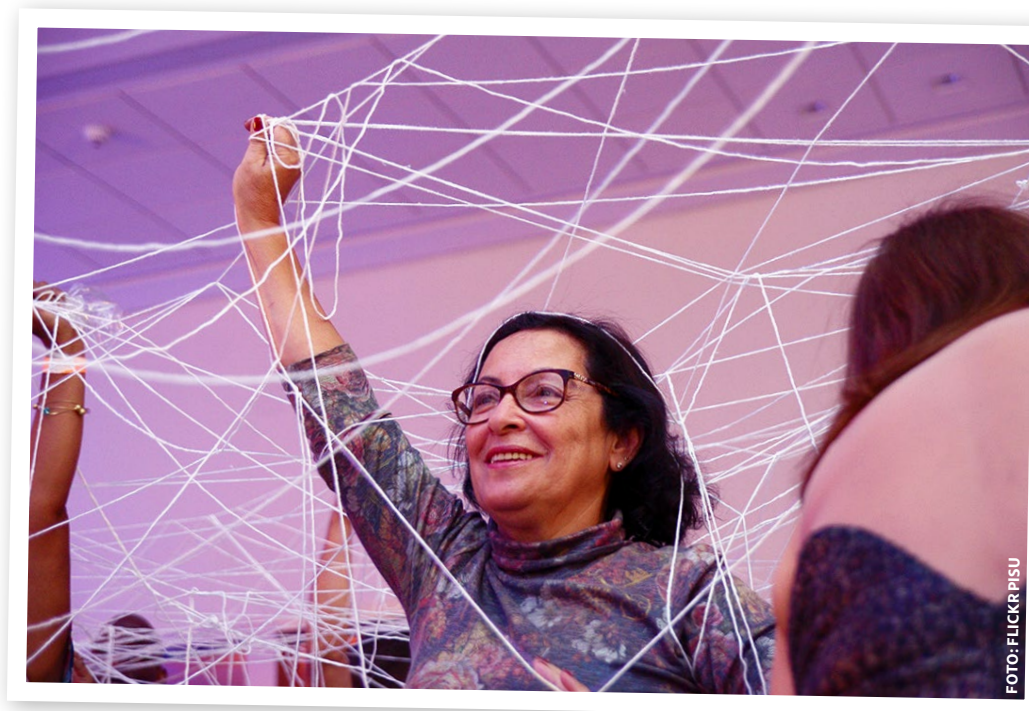


FOTO: FLICKR PISU

A palavra rede possui diversos significados. Nesses tempos de relações tecnológicas, quando se fala em rede certamente a maioria das pessoas associa o termo com as redes sociais, não é mesmo? Bom, elas também são importantes, mas nada substitui o olho no olho, o aperto de mãos e um bom cafezinho. Mas de que rede estamos tratando aqui? Sabemos que as redes podem ser virtuais ou físicas e cada uma tem a sua função, mas aqui estamos falando de **redes de relacionamentos** que vão muito além dos *likes* e curtidas nas redes sociais.

Mas, vejam bem, ter e atuar em uma rede de relacionamentos não é apenas enviar e-mails de vez em quando ou trocar cartões de visitas em eventos. A atuação em rede vai muito além disso. Ela prevê o desenvolvimento de relações profissionais e possíveis compartilhamentos de serviços, experiências e informações. Essa formação

em rede permite ter acesso a várias pessoas e organizações com habilidades e especializações diversas que podem compartilhar entre si os seus saberes e experiências.

Como fortalecer a sua rede de relacionamentos?

Para fortalecer a rede de relacionamento da organização, ampliar o número de parceiros e diversificar as fontes de financiamento é fundamental participar, investir e nutrir as relações para garantir a continuidade e a consolidação da sua sustentabilidade. Uma organização social que atua em rede e mantém um relacionamento frequente, espontâneo e gentil com seus contatos pode conseguir resolver muitos dos seus desafios de maneira simples, gratuita ou subsidiada. Além disso, pode até melhorar a sua imagem, torná-la mais conhecida e ganhar mais visibilidade.



É importante ter em mente que para fomentar um diálogo colaborativo e uma atuação em rede é necessário que as organizações tenham uma boa compreensão da sua trajetória e do seu foco de atuação, conheçam o seu território e seus ativos para, a partir daí, proporem ações conjuntas que gerem transformações significativas e sustentáveis para suas comunidades. Afinal de contas: vocês não são uma ilha, tampouco sua organização é!

Para desenvolver relações duradouras

que contribuam para o desenvolvimento da organização, além de criar parcerias e alianças de médio e longo prazos com agentes que acreditem e se envolvam na causa, é importante estar preparado/a para manter um bom gerenciamento destas relações

Com a rede de relacionamento fortalecida, chegou o momento de conhecermos mais sobre as possibilidades de fontes de financiamento e definir as estratégias para a mobilização de recursos, com foco na missão e valores da organização.

Como gerenciar e fortalecer as parcerias

1

CONHECER BEM SEUS/SUAS POTENCIAIS PARCEIROS/AS

Mantenham-se informados/as sobre as ações de um/a potencial parceiro/a e como ele/a pode contribuir para a causa da organização. Pesquisem e façam buscas de informações na internet, leiam reportagens, frequentem palestras, cursos e eventos.

2

ORGANIZAR OS DADOS OBTIDOS NAS PESQUISAS

Definam quais dados de cada fonte são úteis para a organização. Organizem as informações sobre cada parceiro/a ou potenciais parceiros/as. Exemplo: no caso das empresas, é interessante saber que tipos de projetos costumam apoiar e que valores costumam disponibilizar nesses apoios.

3

GERENCIAR OS RELACIONAMENTOS

Mantenham atualizadas as informações e o andamento do relacionamento. Exemplo: receber vários convites de uma organização para o mesmo evento demonstra desorganização.

4

ELABORAR ESTRATÉGIAS DE ABORDAGEM E FIDELIZAÇÃO

Sejam criativos/as e façam seu/sua parceiro/a fazer parte do projeto da organização. Criem formas inovadoras para se aproximar de um/a potencial parceiro/a ou manter motivados/as aqueles/as que já são.

5

COMUNICAR SEMPRE O QUE ESTÁ/ÃO FAZENDO, ASSIM COMO SEUS RESULTADOS E PROPOSTAS

Mantenham sua rede informada sobre as novidades e conquistas da organização e da comunidade.



FOTO: FLICKR PISU

Fontes e estratégias para mobilizar recursos

Vocês devem estar se perguntando: o que devemos fazer para diversificar as fontes de recursos da organização? Pois bem, temos de compreender que cada organização tem vários públicos para a mobilização de recursos e cada um deles tem suas peculiaridades e exigências técnicas. Logo, para ter sucesso na mobilização, é necessário desenvolver estratégias diferentes para abordá-los. Para isso, antes de

se enveredar na busca pela mobilização de recursos, estejam preparados/as para ser mais assertivos/as. Pesquisem, reflitam e conheçam bem a fonte de financiamento, assim, vocês conseguirão adaptar melhor suas estratégias de abordagem.

Para contribuir com essa etapa e conseguir traçar uma estratégia de sucesso, apresentamos passos cruciais para nortear suas ações:

Etapas para traçar estratégias para mobilização de recursos



PESQUISEM MUITO E SEMPRE SOBRE CADA UMA DAS FONTES DE FINANCIAMENTOS

- Conheçam sua linguagem;
- Conheçam suas necessidades;
- Conheçam suas expectativas.



ESTABELEÇAM OBJETIVOS DIRECIONADOS PARA CADA UMA DAS FONTES DE FINANCIAMENTOS

- O que será solicitado para cada fonte de financiamento?
- Qual estratégia/metodologia será usada para abordá-las?
- Como a organização quer ser percebida por elas?
- Quais serão os benefícios oferecidos?



ANALISEM AS VANTAGENS E DESAFIOS DE CADA UMA DAS FONTES DE FINANCIAMENTOS

- Quais as vantagens de conseguir essa fonte de financiamento?
- É possível atender às exigências técnicas previstas pela fonte de financiamento?



Saiba mais sobre este livro na seção "Na Mochila"

TORO, Jose Bernardo & WERNECK, Nísia M. 2004. D. Mobilização social: um modo de construir a democracia e a participação. Belo Horizonte. Autêntica. 104p.

Como vimos, a dica de ouro para diversificar as fontes é conhecer bem os vários públicos para a mobilização de recursos. E, para isso, **a pesquisa deve ser uma ação permanente**. Sensibilizar, articular e mobilizar pessoas e instituições requerem o envolvimento e o engajamento de outras pessoas com a causa da organização ou, como dizem os especialistas TORO e WERNECK (2004),

“convocar vontades”.

Outro aspecto importante que devemos atentar **no momento de mobilizar recursos de forma estratégica é ter clareza sobre o tipo de recurso que é necessário naquele momento**. Para isso, é fundamental que a organização dialogue internamente para diagnosticar se o recurso necessário é financeiro (valores em dinheiro), material (móveis, imóveis, equipamentos, materiais didáticos, de higiene, de limpeza, alimentos, etc.) e/ou humano (voluntários/as e/ou profissionais remunerados/as). Para nortear essa decisão, o planejamento financeiro da organização

é fundamental. Além disso, para cada tipo de recurso, é importante pensar qual é a fonte mais indicada e qual será a estratégia utilizada em cada caso. Pois, a depender do tipo de recurso necessário, a estratégia de mobilização pode ser diferente.

As campanhas de mobilização de recursos podem ser ótimas aliadas, mostrando a importância das atividades desenvolvidas pela organização e sensibilizando pessoas e organizações para a causa. Nesse momento, invistam na criatividade e sejam transparentes na forma de atuar e de mostrar os resultados obtidos. Isso é essencial para que outras pessoas sintam vontade de fazer parte de sua causa e sejam mobilizadas para participar ativamente do seu desenvolvimento.

Focando agora na mobilização de recursos financeiros, há uma variedade de maneiras para captar fundos. Nesta edição, vamos apresentar e nos aprofundar em três tipos: a **mobilização por meio de incentivos fiscais**, **mobilização de recursos internacionais** e a **mobilização via financiamento coletivo (crowdfunding)**.



FOTO: FLICKR PISU



Mobilização por meio de incentivos fiscais

Vocês sabem o que são incentivos fiscais? Incentivos fiscais são estímulos concedidos pelo governo, na área fiscal, para que recursos sejam canalizados para projetos realizados em segmentos específicos como econômico, cultural, social e esportivo. É importante que vocês tenham conhecimento que existem editais específicos voltados diretamente para acessar esses fundos. Para isso, os projetos precisam se adequar às especificidades de cada fundo para concorrer ou mesmo cumprir

alguns requisitos prévios, como serem validados por Leis de Incentivo para poder dar seguimento à captação de recursos. As principais modalidades são os Fundos dos Direitos do Idoso, as operações de caráter cultural e artístico, as organizações sem fins lucrativos de utilidade pública ou qualificadas como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIPs), as atividades desportivas e paradesportivas, as doações para organizações sem fins lucrativos que prestam serviços gratuitos (UPF ou OSCIPs) por meio da Lei nº 9.249/95 e os fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente.



Mobilização de recursos internacionais

Os financiamentos internacionais se apresentam em duas dimensões: a cooperação bilateral e a multilateral.

A cooperação **bilateral** faz-se de país para país, podendo se estabelecer entre governos ou entre organizações da sociedade civil. Elas ocorrem por meio de alianças estratégicas com fundações internacionais e contam com o apoio das embaixadas. Essas cooperações podem disponibilizar recursos financeiros, técnicos ou materiais, seja por meio de doação pura e simples,

com encargos, seja por meio de convênios.

Por outro lado, a cooperação **multilateral** é feita por meio de organismos internacionais, operam dentro de estratégias políticas próprias de financiamento, disponibilizam recursos financeiros e oportunidades de apoio técnico. Alguns exemplos são os apoios concedidos pela União Europeia (EU), a Organização das Nações Unidas (ONU) e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).

Na sequência, listamos uma relação de sites que oferecem informações relevantes de cooperações bilaterais e multilaterais. Acessem e conheçam!

Sites para mobilização de recursos internacionais

- United States Agency for International Development - USAID
- Cooperação Técnica Alemã - GTZ
- Agência Brasileira de Cooperação
- União Europeia - EU
- Banco Interamericano de Desenvolvimento - BID
- Organização das Nações Unidas - ONU





FOTO: ADOBE STOCK



Mobilização via financiamento coletivo (*crowdfunding*)

Traduzindo para o português, *crowdfunding* significa financiamento coletivo, ou seja, é a prática de arrecadar dinheiro de várias pessoas ou fontes para financiar um novo projeto, uma ação pontual ou até mesmo uma reforma ou a compra de equipamentos. Esse tipo de mobilização tem sido muito difundido nestes tempos desafiadores de pandemia.

Frequentemente, é possível identificar gestores/as sociais recorrendo às redes sociais para compartilhar sua plataforma ou ideia, visando inspirar outras pessoas a contribuir para sua campanha. Essa modalidade prevê a doação de pessoas físicas que se identificam com aquilo que sua organização desenvolve. O maior benefício desse tipo de financiamento coletivo é facilitar o contato do/a doador/a com a doação.

Às vezes, as campanhas de *crowdfunding* buscam financiamento na forma de doações ou investimentos, mas nem sempre é o caso. Algumas campanhas de financiamento coletivo, por exemplo, oferecem um incentivo como acesso especial

ou descontos significativos no lançamento de um produto. Nessa hora, é importante ser criativos/as! Os benefícios para quem doa podem ser desde uma cartinha escrita pela própria criança, até uma visita em sua organização ou descontos em produtos que podem ser oferecidos por outros/as parceiros/as e doadores/as.

Atualmente, ao acessar a internet, é possível identificar diversas plataformas de financiamento coletivo. E aí? Vocês já criaram ou participaram de campanhas de mobilização por meio de financiamento coletivo?

Conheçam algumas plataformas em que vocês podem construir campanhas e buscar esse tipo de financiamento para seu projeto.





Agora que vocês já conhecem sobre a mobilização por meio de incentivos fiscais, mobilização de recursos internacionais e a mobilização via financiamento coletivo (*crowdfunding*), vamos ajudá-los/as a promover uma boa mobilização de recursos. Para isso, elaboramos uma lista com sete dicas para vocês se prepararem antes de colocar a mão na massa.

Após percorrer esse caminho e aprender um pouco mais sobre as fontes de financiamento e estratégias para mobilizar recursos, chegou a hora de avançarmos nesta nossa jornada.

Vamos seguir nosso percurso e dialogar sobre o papel da comunicação e sua importância na estratégia da organização favorecendo uma efetiva mobilização de recursos.

7 Dicas para uma boa mobilização de recursos



CONFIANÇA

Acreditem na sua organização e no seu trabalho, nada substitui os olhos brilhantes.



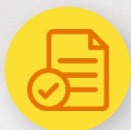
CONHECIMENTO

Entendam a forma de pensar do/a potencial parceiro/a, para isso, pesquisem muito antes de fazer a solicitação



PREPARO

Estejam preparados/as para responder quaisquer questões sobre sua organização, isso exige um conhecimento profundo sobre ela.



CONFIABILIDADE

Uma prestação de contas transparente, se possível com auditorias externas anuais, demonstra a seriedade e reforça a credibilidade da organização.



CRIATIVIDADE

Uma boa apresentação valoriza seu projeto.



HONESTIDADE

Sejam sempre honestos/as, isso se reflete na imagem que o potencial parceiro/a terá da organização.



SEGURANÇA

Monitorem, avaliem e sistematizem o conhecimento produzido pela organização, esses dados/informações serão fundamentais para apresentar os resultados alcançados e o trabalho desenvolvido pela OSC.



O papel da comunicação na mobilização de recursos

Na sua prática, vocês já devem ter percebido como a comunicação é importante para mobilização de recursos, não é mesmo?

No setor social, a comunicação permeia questões no campo dos valores, gera visibilidade e promove a sensibilização dos públicos, estimulando que estes se tornem corresponsáveis e participem ativamente das propostas de transformação da realidade social.

Mas, para que o processo de comunicação aconteça de forma efetiva e a mensagem seja captada e interpretada pelos vários públicos, desde os internos até os externos, devemos garantir que ela seja fluida, sem ruídos, sem firulas e que não sejam utilizados termos rebuscados que dificultem o entendimento. Nesse sentido, precisamos garantir que a mensagem seja transmitida utilizando como base um repertório comum, ou seja, um código conhecido e familiar para os/as interlocutores/as.

É importante compreender que comunicação efetiva, além de possibilitar o

compartilhamento de experiências e conhecimentos adquiridos com a prática, gera subsídios que contribuem para o fortalecimento da causa social.

Vocês devem estar se perguntando, mas como assim? Já vamos lhes explicar.

A adoção de uma **comunicação efetiva e transparente possibilita a divulgação da prestação de contas, das fontes de receita e dos resultados do trabalho realizado o que, por sua vez, contribui para o fortalecimento da imagem da organização, conferindo credibilidade e legitimidade para suas ações, aspectos fundamentais para a mobilização de recursos**. E não para por aí: ao construir uma imagem institucional e organizar o fluxo de informações internas e externas, a comunicação fortalece também o caráter de utilidade pública das organizações. Com isso, a comunicação ganha um papel estratégico.



DICA: uma maneira interessante de dar visibilidade ao trabalho desenvolvido pela sua organização é comunicar ao público e aos/às potenciais parceiros/as as conquistas em editais e programas de fomento.

Hora da prática comunicacional

O QUÊ

- Tentem explicar para uma pessoa distante da sua área profissional, de modo objetivo, o que vocês fazem e com o que vocês trabalham.

COMO

- Busquem exercitar sua comunicação e garantam que sua fala seja fluida, sem ruídos, sem firulas e que não sejam utilizados termos rebuscados que dificultem o entendimento. Se ela entender, a sua comunicação está sendo efetiva.





Saiba mais sobre
este livro na seção
“Na Mochila”

ARMANI, DOMINGOS. 2008.
Mobilizar para transformar:
a mobilização de recursos
nas organizações da
sociedade civil. São Paulo:
Peirópolis, 198p.

Para compreender um pouco mais sobre esse papel estratégico da comunicação nas organizações contaremos com a ajuda de um especialista no tema:

Nilo (2008, p.77) afirma que “a comunicação não apenas permite o acesso a informações e o compartilhamento de conhecimentos, mas **proporciona oportunidades sólidas para se construir uma visão crítica do mundo e estratégias coletivas para enfrentar os macros temas estruturantes ao redor dos quais se articulam as**

causas sociais e as missões das ONGs”.

E, aí? A ajuda do especialista contribuiu para o seu entendimento? Esperamos que sim! A partir dessa perspectiva defendida por ele, a comunicação não deve ser compreendida como uma ferramenta em si, isolada, **mas, sim, como algo que integra a gestão estratégica das organizações**.

Pois bem, por isso devemos planejar a comunicação de maneira ampla, vinculada a um posicionamento definido e aos objetivos estratégicos estabelecidos pela organização. Mas como fazer? Na sequência explicaremos a vocês.

Reflexão

VOCÊS JÁ PARARAM
PARA PENSAR QUE TER SUA
ORGANIZAÇÃO APOIADA PELO
PROGRAMA ITAÚ SOCIAL UNICEF
É UMA GRANDE FORMA DE
COMUNICAR BEM AS
SUAS AÇÕES ?





Planejando as ações de comunicação com foco estratégico

“Mobilizar é convocar vontades para atuar na busca de um propósito comum, sob uma interpretação e um sentido também compartilhados.”

(TORO e WERNECK, 2004, p.5.)

Sabemos que toda ação social ou organização da sociedade civil nasce da inquietação de uma pessoa e/ou grupo de pessoas. Essa inquietação estimula a criação de estratégias para conseguir recursos para trabalhá-la. Para que essas estratégias ganhem força, concretizem-se e contribuam efetivamente para uma mudança na sociedade é preciso agregar, convocar pessoas em torno dessa “vontade”, “desse objetivo comum” em prol de um futuro mais positivo. E como podemos fazer isso? Utilizando ações de comunicação efetiva.

Pensando no setor social, a comunicação ganha especial importância, uma vez que **a mobilização se utiliza das ferramentas comunicacionais para compartilhar informações, discursos, visões,**

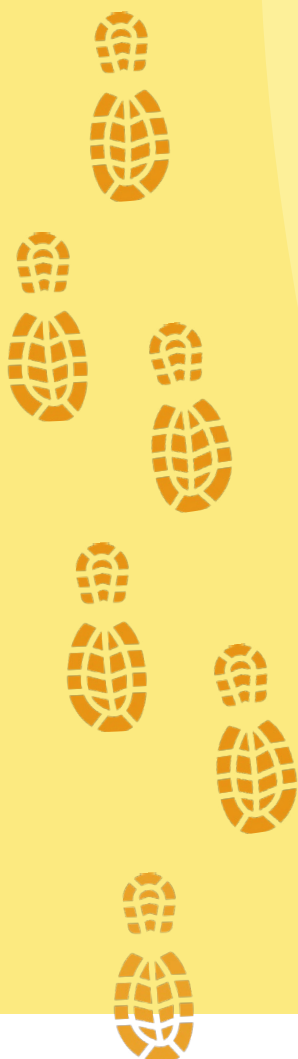
além de contribuir para criar e consolidar a imagem da organização, mobilizar recursos – materiais, financeiros e humanos –, dar visibilidade à causa defendida pela organização, constituir, manter e fortalecer a rede de relacionamentos, compartilhar informações com os públicos estratégicos, inclusive internamente, compartilhar ideias e aprendizagens com outros atores, além de despertar na sociedade o interesse pelo envolvimento em ações sociais, ou seja, ‘convocar vontades’.

Agora é mão na massa! Chegou a hora de planejar as ações de comunicação e promover mobilizações.

Antes de iniciar, vocês devem ter em mente que a comunicação efetiva precisa estar sempre vinculada às tendências e acontecimentos do mundo ao seu redor. Por conta disso, é fundamental que suas **ações não sejam isoladas ou improvisadas**. Nesse sentido, definam sua comunicação de maneira alinhada à estratégia da organização. Trabalhem de modo sistemático e planejado a partir dos seguintes passos:



Passo-a-passo para planejar ações de comunicação efetiva



1. Identificação da missão, visão, valores e objetivos da organização;
2. Identificação dos públicos estratégicos prioritários:
 - Quem são?
 - Onde estão?
 - O que pensam?
 - O que querem?
 - O que sabem sobre a organização?
 - O que deveriam saber sobre a organização?
3. Definição do objetivo da comunicação;
4. Definição da mensagem a ser compartilhada (conteúdo e forma);
5. Definição de ferramentas para a circulação da mensagem, ou seja, dos canais de comunicação;
6. Criação de plano de atividades com estratégias, cronograma de ação e divisão de responsabilidades;
7. Avaliação e monitoramento do processo de comunicação.

Chegamos ao fim da nossa viagem nesta edição. Esperamos que vocês tenham aproveitado bastante todos os conhecimentos, reflexões e ideias que trabalhamos ao longo desta jornada.

Nesta viagem, refletimos sobre o papel da mobilização de recursos como base para que as organizações desenvolvam parcerias, fortaleçam sua causa e construam sua sustentabilidade. Discutimos a importância de se investir e atuar em uma rede de relacionamentos que favoreça parcerias e amplie a visibilidade da organização. Além de esclarecer como a mobilização de recursos está diretamente

ligada aos aspectos estratégicos da organização, com a forma como ela se comunica, como ela se relaciona com parceiros e fontes de financiamento em prol da sua sustentabilidade.

Esperamos que ao retomar esse caminho pedagógico, destacando a importância do fortalecimento e do desenvolvimento institucional por meio de um bom planejamento e uma comunicação eficiente, vocês tenham percebido que esses elementos contribuem para gerar mudanças não só nos sujeitos da ação (os/as beneficiários/as), mas em toda a comunidade e no seu entorno.



Última edição da Revista Territórios em Movimento: uma retrospectiva temática e o nosso até breve!

Por ser a última edição da nossa **Revista Educação Integral: Territórios em Movimento**, gostaríamos de agradecer sua companhia até aqui e retomar resumidamente as aprendizagens acumuladas ao longo desta jornada de sete edições.

Ao iniciar esse nosso longo caminho de aprendizados, tivemos como ponto de partida a diversidade que valoriza as diferenças étnico-raciais, de gênero, de orientações sexuais, etárias e de pessoas com deficiências.

A partir daí, caminhamos rumo ao desenvolvimento integral de crianças e adolescentes considerando as múltiplas dimensões de educação para a vida. Fizemos uma parada e identificamos a importância do desenvolvimento institucional, convidando as organizações a refletirem sobre suas práticas com foco no planejamento e na comunicação.

Vivemos uma imersão no Território, exaltamos sua potência, compreendemos a importância da articulação territorial do trabalho em sintonia com o contexto local.

Por fim, seguimos e chegamos até aqui, onde destacamos a importância do fortalecimento das redes de relacionamento, das formas de promover mobilizações de recursos utilizando a comunicação estratégica de modo a garantir a sustentabilidade e o desenvolvimento institucional.

Que todos esses conhecimentos e reflexões contribuam para que vocês consigam trilhar seus caminhos e possam for-



talecer sua organização para passar por esses tempos desafiadores do pós-pandemia e de crise social, política e financeira. Afinal, momentos de crise, em especial as “crises financeiras”, podem colocar em risco a missão e os valores da sua organização.

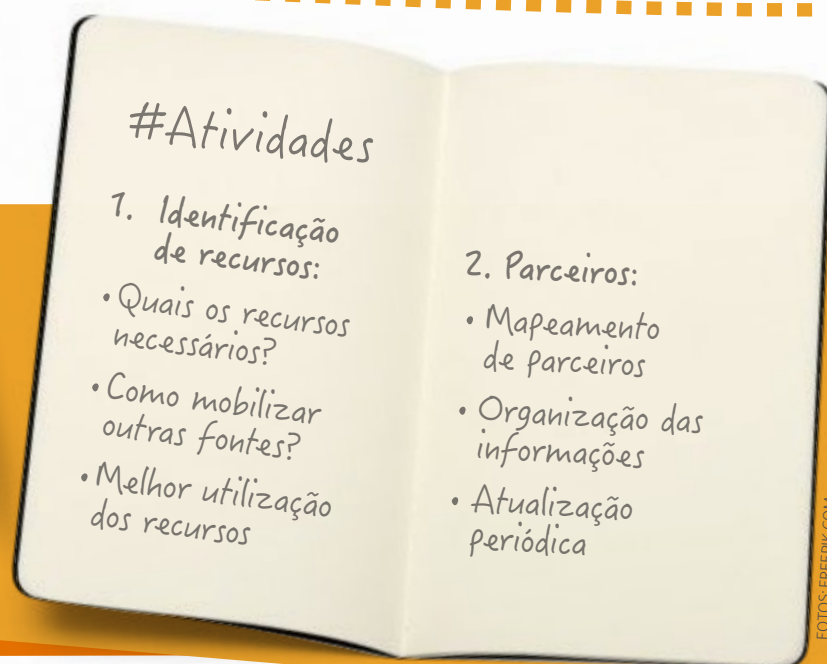
E por falar em caminhos, lembramos das palavras do grande mestre Paulo Freire: “Ninguém caminha sem aprender a caminhar, sem aprender a fazer o caminho caminhando, refazendo e retocando o sonho pelo qual se pôs a caminhar”.

E com a certeza de uma longa caminhada a ser trilhada por vocês, despedimo-nos aqui. Esperamos que o nosso diálogo tenha colaborado para que as suas iniciativas ganhem ainda mais efetividade e sustentabilidade. Até breve!





Caderno de viagem



FOTOS: FREEPIK.COM

Como em todo bom percurso, levamos conosco um caderno de viagem! O famoso caderninho de viajantes curiosos com reflexões, ideias, perguntas e protótipos de projetos que foram despertados pelas paisagens. A partir do que vimos nas últimas páginas, ficam dois convites de registro e atividade. Vamos lá!

1. Após a leitura da revista, reúnam sua equipe para refletir: atualmente, quais os recursos necessários para o desenvolvimento da organização? É possível mobilizar outras fontes de recursos? De que forma? Será que estamos utilizando nossos recursos da melhor forma possível? A partir das respostas obtidas, ordenem os recursos necessários em ordem de prioridade e categorizem de acordo com os seguintes

grupos: financeiros, materiais e técnicos (as pessoas, as organizações e as relações).

2. Com o envolvimento dos demais membros da organização, façam um mapeamento dos atuais e antigos parceiros da organização. A partir dos resultados, elaborem uma planilha (vejam o exemplo sugerido) para organizar as informações e definam uma rotina para atualização das informações periodicamente.

- Façam uma pesquisa sobre potenciais parceiros para a organização. Mantenham-se informados sobre as ações realizadas por eles, participem dos eventos, estreitem as relações e entendam como eles podem contribuir para a causa da sua organização. Ah! Não se esqueçam de atualizar sua base de parceiros.

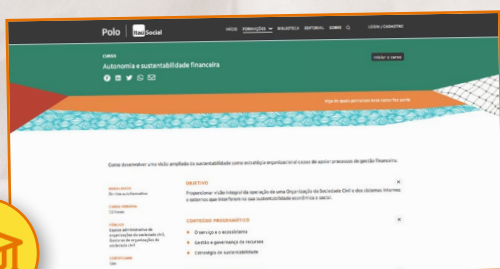
NOME DA ORGANIZAÇÃO	CAUSA/ PROJETO	PESSOA DE CONTATO	TELEFONE DE CONTATO	E-MAIL	ENDEREÇO





Na mochila

Deixamos aqui algumas sugestões de cursos, vídeos, textos, publicações, livros, entre outros, para que vocês se aprofundem ainda mais na temática que trabalhamos nesta edição.



AUTONOMIA E SUSTENTABILIDADE FINANCEIRA

O curso oferece ao/à participante uma visão integral da operação de uma Organização da Sociedade Civil e dos sistemas internos e externos que interferem na sua sustentabilidade econômica e social.



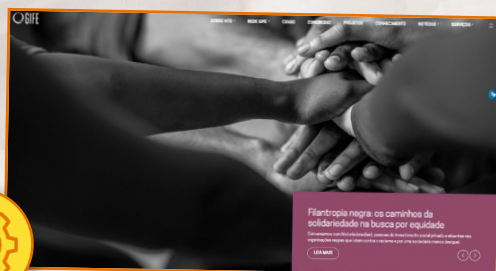
ESCOLA ABERTA DO TERCEIRO SETOR

Conheçam a plataforma da Escola Aberta do Terceiro Setor, um projeto social que tem como missão promover a melhoria da capacitação dos profissionais do Terceiro Setor, por meio de cursos on-line de Educação a Distância.



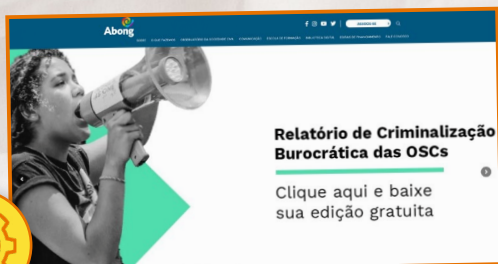
PROSAS

Conheçam a plataforma que busca conectar quem patrocina e quem executa projetos sociais. Nela, vocês podem se cadastrar e criar alerta de editais e receber, diariamente, e-mail com os editais relacionados às suas áreas de atuação.



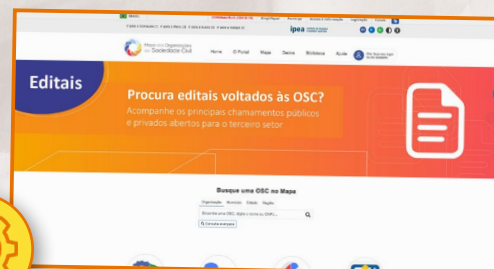
GIFE

O GIFE atua de forma coletiva e permite o compartilhamento de aprendizados e a soma de expertises e recursos na busca por objetivos comuns. Acessem a plataforma e conheçam as redes e espaços de articulação.



ABONG

Acessem e conheçam a plataforma da Associação Brasileira de ONGs. A associação trabalha em parceria com movimentos sociais e dialoga com governos por um mundo ambientalmente justo, com igualdade de direitos e livre de todas as formas de discriminação.



MAPA DE OSCS DO IPEA

Conheçam a plataforma de transparência pública colaborativa, que reúne dados das organizações da sociedade civil de todo o Brasil.



MOBILIZAR PARA TRANSFORMAR: A MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS NAS ORGANIZAÇÕES DA SOCIEDADE CIVIL

Conheçam esse estudo que analisa a interface de uma organização da sociedade civil de Florianópolis (SC) com outros atores sociais de seu entorno no que diz respeito à mobilização de recursos e suas parcerias para o alcance de sua sustentabilidade e autonomia como sujeito político.



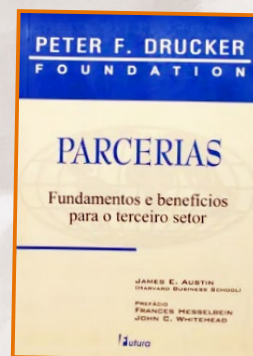
EMPREENDEIMENTOS SOCIAIS SUSTENTÁVEIS: COMO ELABORAR PLANOS DE NEGÓCIOS PARA ORGANIZAÇÕES SOCIAIS

Esse livro tem foco na elaboração de planos de negócios para a área social e compartilha a experiência resultante da parceria entre duas importantes instituições – a Ashoka Empreendedores Sociais e a McKinsey & Company, a mais bem-conceituada consultoria empresarial do mundo.



CAPTAÇÃO DE DIFERENTES RECURSOS PARA INSTITUIÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS

Esse livro aborda a importância da captação de recursos, requisitos internos e externos e a motivação para doar; Gerenciamento das informações, criando seu banco de dados; Os diferentes papéis na captação de recursos; Diagnóstico e análises da sua instituição; Fontes de financiamento; Elementos-chave de captação/Plano de Ação; Monitoramento; entre outros.



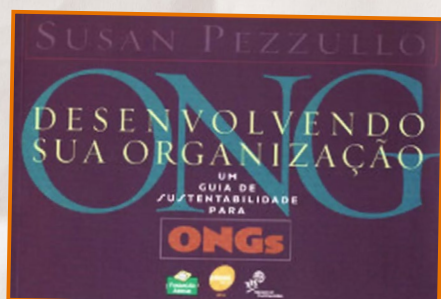
PARCERIAS: FUNDAMENTOS E BENEFÍCIOS PARA O TERCEIRO SETOR

Conheçam esse livro que apresenta os benefícios estratégicos das alianças, abordando a colaboração estratégica e a compatibilidade estratégica.



ADMINISTRANDO ORGANIZAÇÕES DO TERCEIRO SETOR: O DESAFIO DE ADMINISTRAR SEM RECEITA

Nesse livro, Mike Hudson, consultor de empresa e fundador da Compass Partnership, baseia-se na experiência de organizações que vão desde a Amnesty International à Royal National Theatre, da Mencap à Oxfam.



DESENVOLVENDO SUA ORGANIZAÇÃO: UM GUIA DE SUSTENTABILIDADE PARA ONGS

Conheçam esse livro que pretende ajudar os gestores das organizações sociais a torná-las mais eficientes e confiáveis perante a sociedade. Ele relata experiências de diferentes países e do Brasil representado pela modelar Abrinq (parceria com a IYF) e outras ONGs com a finalidade de capacitar jovens.



MOBILIZAÇÃO SOCIAL: UM MODO DE CONSTRUIR A DEMOCRACIA E A PARTICIPAÇÃO

Conheçam esse livro que defende que o horizonte ético é o que dá sentido a um processo de mobilização.



PROGRAMA
Itaú Social
UNICEF

