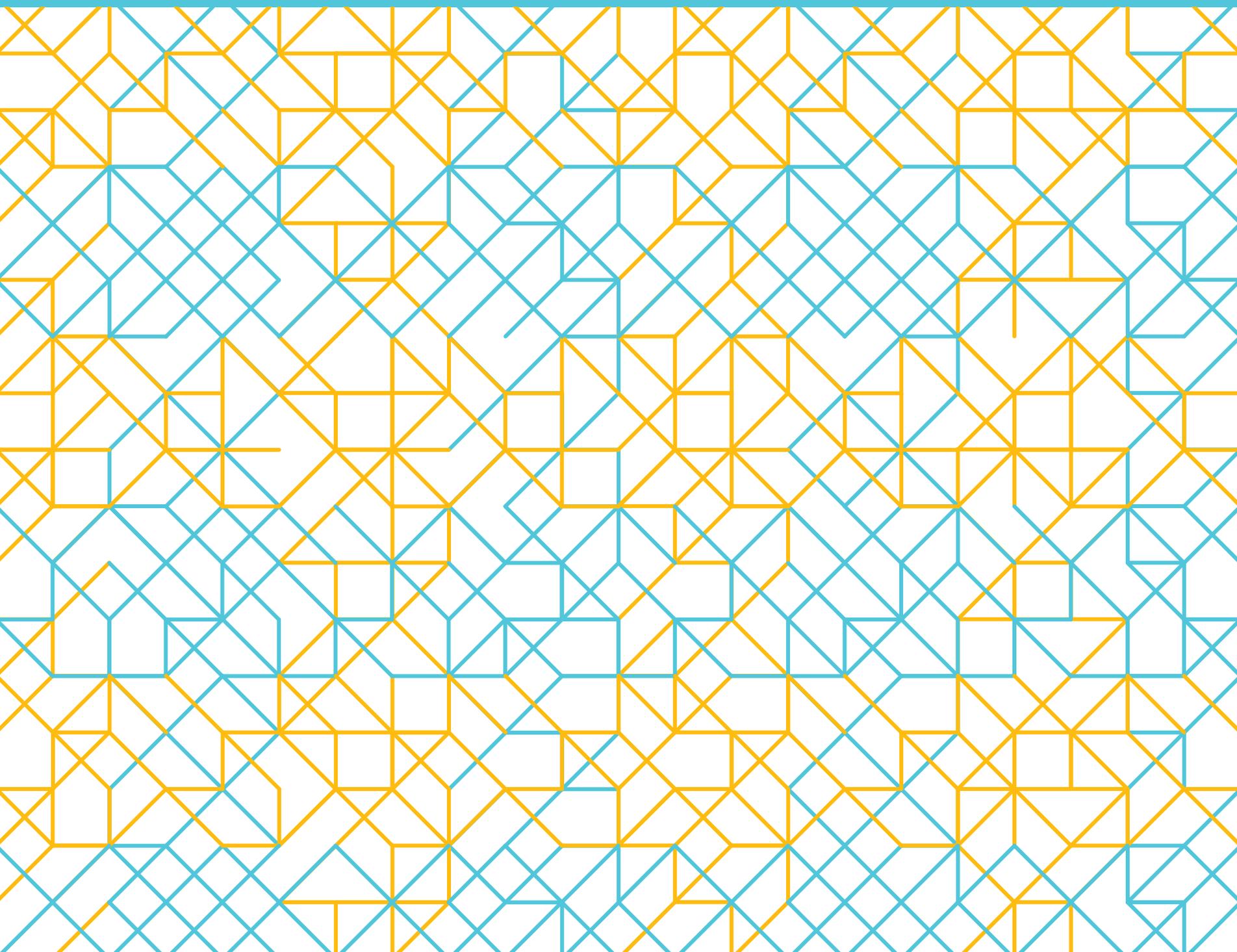


boas práticas em
mobilização de recursos





Um banco de boas práticas é mais do que um repositório de dados e informações. Constitui-se como um espaço de compartilhamento de estratégias, ações e iniciativas que deram certo. O intercâmbio de experiências é uma maneira de fomentar o aprendizado e a replicação, de modo a estimular o trabalho em rede no terceiro setor.

A proposta deste banco é organizar e dar visibilidade às conquistas das 11 organizações brasileiras ligadas ao Programa de Desenvolvimento Institucional do Instituto C&A e da Coordenadoria Ecumênica de Serviço - CESE no âmbito da mobilização de recursos. Mas o que significa mobilização de recursos (MR)?

É perceptível a dificuldade que as organizações do terceiro setor têm para planejar a mobilização de recursos, especialmente porque tal conceito é confundido com o de captação de recursos e, por isso, o planejamento para a MR é visto como algo burocrático e restrito às instâncias de governança.

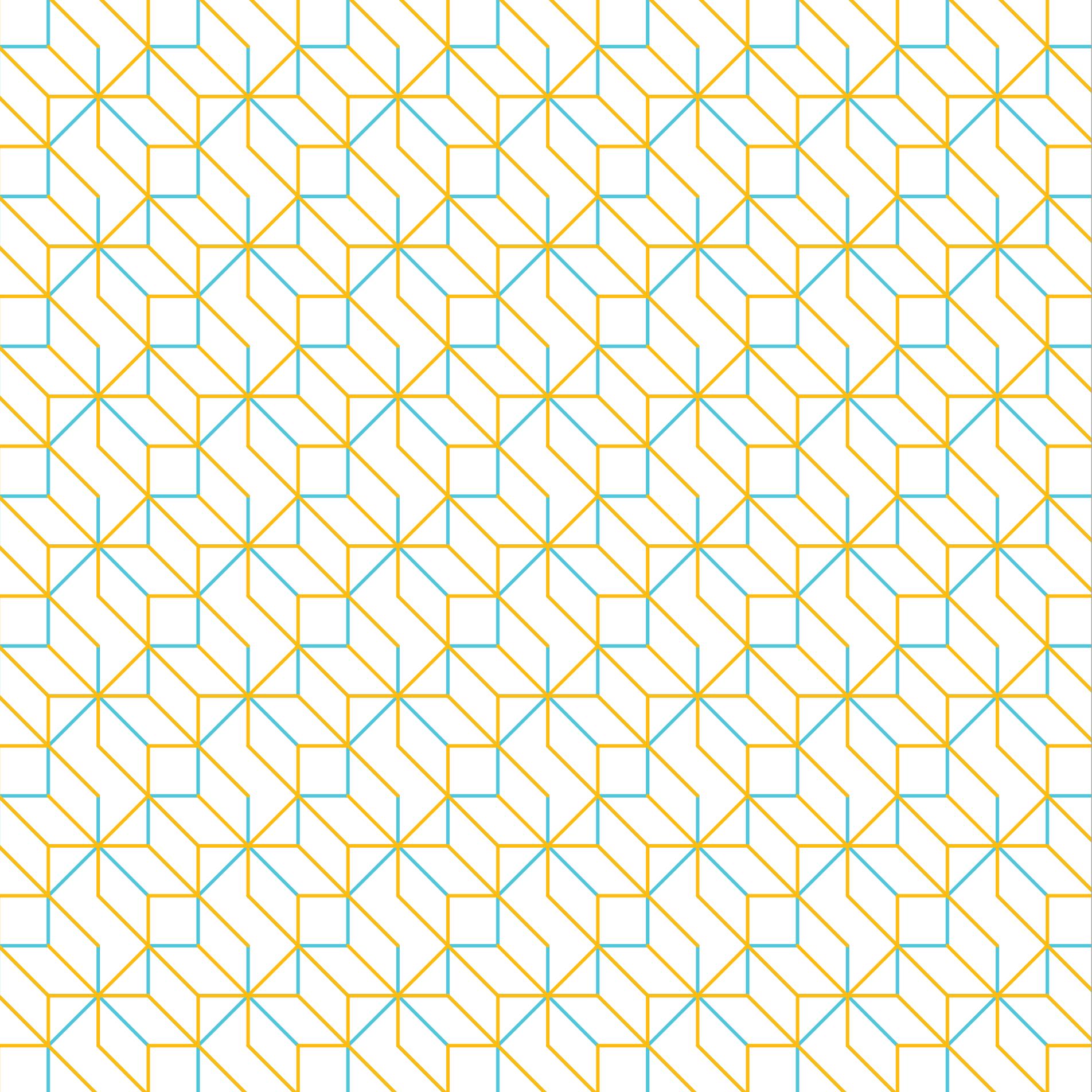
Mobilização de recursos é, contudo, um conceito mais amplo. Pode ser definida como um “conjunto de estratégias institucionais voltadas à mobilização de todos os tipos de recursos necessários à sustentabilidade de uma organização”¹. Tais recursos podem ser financeiros, políticos, humanos, materiais e técnicos.

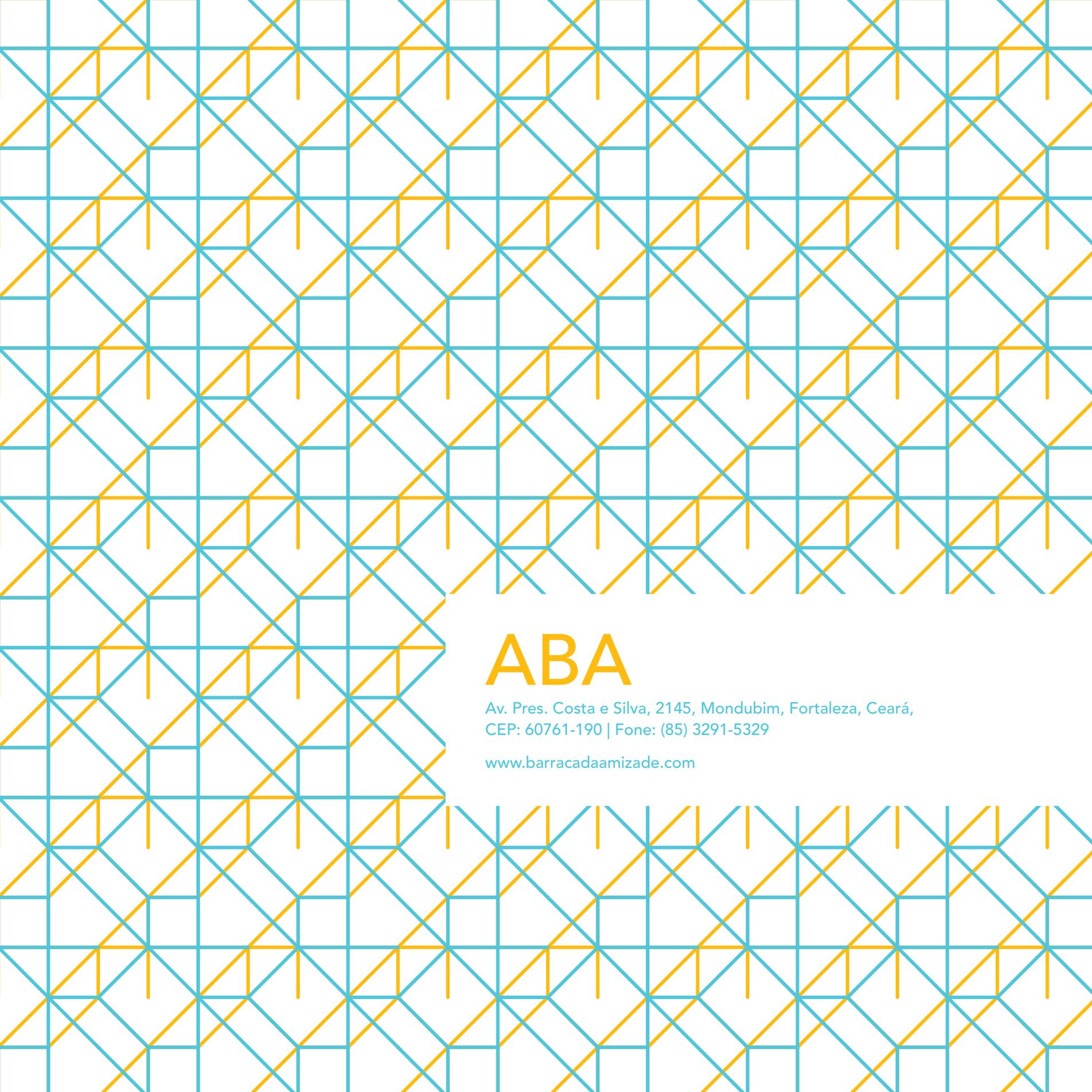
A captação de recursos financeiros é, assim, uma parte restrita do que se considera mobilização de recursos. Como mostram as ações descritas no banco de boas práticas, mobiliza-se recursos diversos e com objetivos variados, mesmo porque os recursos financeiros nem sempre são os mais relevantes para a realização de certas atividades.

Desse modo, o que apresentamos neste banco são experiências bem sucedidas nas quais as organizações sociais conseguiram, mais do que captar, associar “estratégias de ação” a “estratégias de geração de recursos”, o que resulta na execução de atividades de diferentes naturezas.

Cada banco traz um breve perfil das organizações, com endereço e contatos, além da descrição das atividades, experiências, dos recursos mobilizados para cada uma delas e das lições aprendidas a partir das ações e dos desafios que persistem.

¹ARMANI, Domingos. O sentido do planejamento na mobilização de recursos. In: SILVA, R. R.; LULAMBO, P. Mobilizar - A Experiência do Programa de Formação em Mobilização de Recursos da Aliança Interage. Recife: Aliança Interage, 2008.





ABA

Av. Pres. Costa e Silva, 2145, Mondubim, Fortaleza, Ceará,
CEP: 60761-190 | Fone: (85) 3291-5329

www.barracadaamizade.com

associação barraca da amizade (aba)

A Associação Barraca da Amizade (ABA) é uma organização não governamental criada em 1987, em Fortaleza, no Ceará, que trabalha com atendimento e assistência a crianças e adolescentes em situação de rua. A ABA mantém uma casa de acolhimento e atua criando mecanismos de reintegração dessas pessoas à sociedade.

O trabalho desenvolvido pela ABA segue, basicamente, seis eixos: a) abordagens de rua em articulação com outros projetos; b) casa de moradia para adolescentes que querem sair das ruas e não têm condições de retorno à vida familiar; c) ações pedagógicas de arte, educação e esporte; d) combate ao baixo nível escolar; e) programa de atendimento a jovens em “repúblicas de vidas autônomas”; f) o enfrentamento à violência sexual de ambos os sexos.

A missão da ABA é “construir novas alternativas de vida junto às crianças, adolescentes, jovens e famílias em situação de vulnerabilidade social a fim de promover a garantia dos direitos humanos na grande Fortaleza”.

Entre as ações desenvolvidas pela ABA, a mais relevante em termos de mobilização é a abordagem de rua. O trabalho é realizado por uma dupla de educadores da instituição junto a crianças e adolescentes em situação de rua ou de exploração sexual. Esses profissionais vão às ruas para promover atividades pedagógicas em parceria com os educadores da Equipe Interinstitucional de Abordagem de Rua, composta por diversas entidades não governamentais e pela Fundação da Criança e da Família Cidadã (FUNCI), da Prefeitura Municipal de Fortaleza.

A abordagem é feita em três etapas: primeiramente, a aproximação, quando são feitos os primeiros contatos com a criança/adolescente para colher informações básicas sobre sua trajetória de vida e identidade. Em seguida, é feito o fortalecimento de vínculos, cuja finalidade é estabelecer uma relação de confiança, diálogo e respeito com a criança e o adolescente. Por fim, é construído junto à criança/adolescente um projeto de vida com alternativas concretas para a saída da rua e a não reincidência.

O objetivo do trabalho é acompanhar crianças e adolescentes nas ruas de Fortaleza e oferecer-lhes alternativas de vida sem drogas e longe da exploração sexual. A abordagem de rua busca conhecer a realidade dessas pessoas, criando laços de confiança e resgatando a autoestima, de modo a despertar nelas a vontade de deixar a rua. Toda a ação é feita de acordo com as prescrições da lei do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA).

Para a abordagem de rua, a principal parceira é a Equipe Interinstitucional de Abordagem de Rua, rede composta por entidades governamentais e não governamentais de Fortaleza criada em 1995 pelo Conselho Municipal de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente (COMDICA). O objetivo da Equipe Interinstitucional é articular ações existentes para a abordagem de rua e de acolhimento de crianças e adolescentes.

As entidades que compõem a Equipe Interinstitucional de Abordagem de Rua são: a Associação Barraca da Amizade (ABA), a Associação Comunitária de Ajuda Mútua do Pirambu (ACAMP), a Associação Curumins, a Associação O Pequeno Nazareno, a Casa do Menor São Miguel Arcanjo, a Fundação da Criança e da Família Cidadã (FUNCI), o Movimento de Saúde Mental do Bom Jardim, a Pastoral do Menor, o Programa Criança Fora da Rua Dentro da Escola e o Projeto De Volta Pra Casa, a Casa do meu Pai e a Associação Santo Dias.

A Barraca da Amizade também consegue mobilizar o Conselho Tutelar e o Juizado da Infância para que participem das ações de rua.

Para cada abordagem, a Barraca mobiliza uma dupla de educadores. Contudo, sendo uma ação articulada com outras atividades, como o acolhimento institucional e os programas pedagógicos, e com outras entidades, o trabalho envolve todos os recursos humanos da Associação Barraca da Amizade (ABA): coordenadores, assistentes sociais, psicólogos, articuladores institucionais, educadores, motorista, cozinheira, voluntários, entre outros.

Em termos de recursos financeiros, em 2010, por exemplo, foram mobilizados R\$ 24.472 somente para as ações de abordagem de rua. O valor é proveniente de fundos sociais internacionais, entre os quais se destaca o Global Found for Children. A ABA também conseguiu, em parceria com a prefeitura de Fortaleza, uma kombi e o apoio de outros educadores para executar a ação.

Os recursos materiais mobilizados para a realização dos trabalhos de aproximação e fortalecimento de vínculos são um kit de primeiros socorros (para atender o estado físico dos jovens e adolescentes), lanches e materiais para as ações pedagógicas.

A Barraca da Amizade também presta atendimento psicossocial e faz, em parceria com o Juizado da Infância e com os abrigos, o encaminhamento das crianças e adolescentes às redes de saúde, educação e ao sistema de defesa de direito, mobilizando, assim, recursos políticos no sentido de criar rede que dê melhores condições para a execução do trabalho. A ABA também faz a mediação entre a criança e/ou adolescente com a família ou com as instituições de acolhimento.

Em 2010, foi encontrado nas ruas de Fortaleza um total de 101 crianças e adolescentes, dos quais dois foram encaminhados para a família, 24 para casas de passagem, 15 para abrigos e 26 para acompanhamento familiar.

lições aprendidas | desafios

O maior desafio em relação ao trabalho de rua e à concretização da saída da rua não está ligado diretamente à mobilização de recursos, mas à presença do crack. Geralmente, as crianças e adolescentes em situação de rua são usuários e cometem delitos para comprar drogas. A violência provocada pelas drogas torna, contudo, o trabalho dos educadores de rua mais arriscado e difícil.

Outra dificuldade é a tarefa de mediar a relação do Juizado da Infância com os abrigos. Após a mudança no Estatuto da Criança e do Adolescente, em 2009, a responsabilidade pelo encaminhamento aos abrigos foi repassada exclusivamente ao Juizado da Infância. Contudo, o Juizado não observa as especificidades do abrigo, a quantidade de vagas e o aviso prévio.

Para devolver o adolescente à família, a lei exige que haja uma autorização do Juizado, acentuando a burocracia para a execução do trabalho de abordagem de rua. Em 2010, as solicitações enviadas pela ABA ficaram sem resposta do Juizado da Infância, obrigando o adolescente a permanecer no abrigo, ao invés de retornar para sua família.

“O trabalho de abordagem de rua também é importante porque é muito visível para a associação, na medida em que trabalhamos articulados com outras instituições e com o poder público. Na ação, temos visibilidade pública na prática. Somos convidados a participar de audiências públicas, participamos da formação da Guarda Municipal”
Brigitte Louchez, ABA



ACES

Praça Costa Pereira, 52, Ed. Michelini, 12º andar, Centro, Vitória,
Espírito Santo, CEP: 29010-080 | Fone: (27) 3222-1388

www.aces-es.org.br

ação comunitária do espírito santo (aces)

A Ação Comunitária do Espírito Santo (ACES) é uma organização social sem fins lucrativos fundada em 1994, com expertise em gestão de recursos sociais privados. A ACES atua por meio de programas socioeducativos e político-institucionais. A missão da entidade é promover o desenvolvimento institucional de organizações sociais do Espírito Santo por meio do fortalecimento de programas que contribuam para a transformação da sociedade.

Com o programa socioeducativo, a Ação Comunitária busca contribuir para a inclusão social de crianças, adolescentes e jovens através da educação cidadã, desenvolvendo competências pessoais, cognitivas e relacionais. Já dentro das atividades do programa político-institucional, a ACES trabalha para o fortalecimento das organizações sociais por meio do desenvolvimento da capacidade de mobilização de recursos e de engajamento social.

Ao dar prioridade para demandas das organizações da sociedade civil que realizam atividades nas áreas de reforço escolar, saúde comunitária, socioesportiva e cultural, a ACES se tornou referência entre as instituições capixabas. Nos últimos anos, a instituição passou a investir na melhoria de qualidade, transparência de ação e nos resultados, aumentando sua visibilidade e credibilidade e adotando novas estratégias de sustentabilidade.

Com o objetivo de promover o desenvolvimento de crianças, adolescentes e jovens por meio do acesso à dança clássica, a ACES realiza, há mais de uma década, o projeto “Pequenos Talentos: o balé ao alcance de todos”. O projeto atende mais de 400 beneficiários residentes em bairros populares da região da Grande Vitória e estudantes da rede pública de ensino.

O projeto se apresenta como uma ação de prevenção ao envolvimento de seus participantes com a criminalidade, com o trabalho infantil, com a exploração e violência sexual e com as drogas. O trabalho desenvolvido contribui para a formação de cidadãos mais conscientes, críticos e socialmente ativos, capazes de promover transformações na realidade em que vivem.

As atividades do projeto Pequenos Talentos alcançam quatro municípios (Vitória, Vila Velha, Serra e Cariacica) da Grande Vitória, onde estão distribuídos oito núcleos. O projeto possui também um grupo específico – o Grupo Pequenos Talentos – composto por 20 bailarinos de nível técnico avançado, formados nos núcleos. Em cada núcleo, as aulas de balé clássico ocorrem três vezes por semana, com duração de uma hora. O grupo tem aulas diárias de balé clássico e contemporâneo, com duas horas de duração.

Além das aulas de balé, os beneficiários do projeto também são envolvidos em atividades como oficinas de conhecimento, de cidadania, de artes cênicas e de espetáculos.

O projeto Pequenos Talentos é bem sucedido em termos de mobilização de recursos, pois, além das diversas formas de parcerias instituídas para a execução do projeto, a ação mobiliza um número expressivo de beneficiários e de recursos técnicos.

Atualmente, o projeto possui onze parceiros financeiros: Cisa Trading, Companhia Portuária de Vila Velha, Tegma Gestão Logística, Concessionária Rodovia do Sol S/A, Banestes Seguros S/A, Vale, Nestlé Nordeste Alimentos e Bebidas Ltda., Grupo Águia Branca, ArcelorMittal, Banco de Desenvolvimento do Espírito Santo (BANDES) e Sindicato do Comércio de Exportação e Importação do Espírito Santo (SINDIEX).

Para conseguir os espaços físicos onde são realizadas as atividades, a ACES mobiliza parceiros do poder público, como a Prefeitura Municipal da Serra, com a cessão das Escolas Augusto Calmon, no bairro Novo Horizonte, e Naly da Encarnação Miranda, no bairro Feu Rosa, para a realização das atividades dos núcleos. E, também, com outras organizações da sociedade civil, como o Programa Crer Com as Mãos, de São Benedito - Vitória; Associação de Apoio e Orientação a Criança e ao Adolescente, de Vale Encantado - Vila Velha; a Associação Esportiva e Recreativa Viva Vila, de Vila Nova de Colares - Serra; a Igreja Batista Santo Antônio - Vitória; Associação dos Servidores da Águia Branca, Vila Palestina – Cariacica e Igreja Batista Missionária, de Ilha de Santa Maria – Vitória.

Com o auxílio dos parceiros e patrocinadores, a ACES também produziu diversos materiais para divulgar as ações do projeto Pequenos Talentos, como camisetas, banners e spots de rádio veiculados nos municípios em que foram apresentados espetáculos; e VTs veiculados na Rede Gazeta, bem como anúncios de jornal, outdoors, panfletos, folders, convites e cartazes.

Em 2011, o projeto Pequenos Talentos mobilizou 410 crianças, adolescentes e jovens em todas as suas atividades. A ACES também conseguiu mobilizar 262 responsáveis pelos alunos do balé para participarem da 1ª reunião dos pais. Também foi expressivo o número de participantes das atividades complementares, como as oficinas do conhecimento, com 263 participantes, o acompanhamento psicossocial grupal e individual, com 223 participantes, e as oficinas de artes cênicas, com 118 beneficiados.

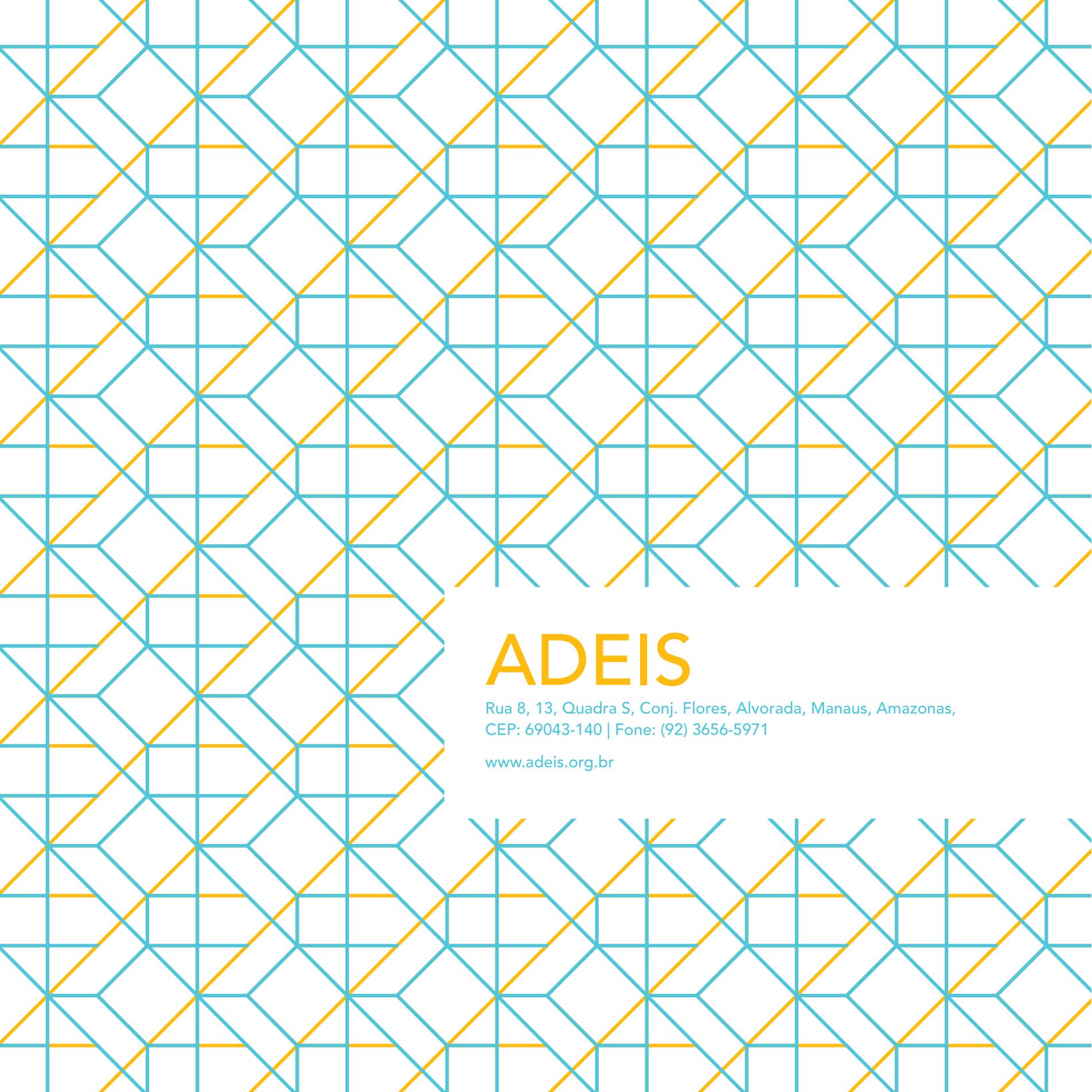
A ACES produziu um e-book no qual descreve o processo de construção da metodologia das atividades pedagógicas e psicossociais do projeto.

Também foram realizadas duas atividades extras: a participação das alunas do Núcleo de Balé de São Benedito no evento “Quinta Solidária” para arrecadar recursos para o Programa Crer Com as Mãos, de São Benedito, que atende a comunidade do município; e a participação do Grupo de Balé Pequenos Talentos no Evento “Portas Abertas 2011”, comemorativo ao Dia Internacional da Dança.

Em termos de visibilidade, o projeto conseguiu mídia espontânea em três jornais estaduais (A Gazeta, A Tribuna e ES Hoje) para divulgação das ações e espetáculos de dança, o que repercutiu positivamente para a imagem da própria ACES.

lições aprendidas

Após mais de uma década de experiência, o projeto Pequenos Talentos tem uma trajetória de conquistas em todos os sentidos, das premiações em festivais e mostras de dança à formação cidadã de crianças, adolescentes e jovens de origem popular, passando pelo desenvolvimento institucional. O êxito não seria possível sem a rede de relacionamentos, com a qual a ACES consegue não apenas recursos financeiros, mas espaços físicos para as aulas e recursos para a obtenção de visibilidade para o projeto.



ADEIS

Rua 8, 13, Quadra S, Conj. Flores, Alvorada, Manaus, Amazonas,
CEP: 69043-140 | Fone: (92) 3656-5971

www.adeis.org.br

associação para o desenvolvimento integrado e sustentável (adeis)

A Associação para o Desenvolvimento Integrado e Sustentável (ADEIS) é uma organização não governamental que atua fornecendo assessoria para o desenvolvimento social, econômico e cultural de comunidades da cidade de Manaus, no Amazonas.

Criada em 2002, a ADEIS realiza, desde então, trabalhos nas áreas de Desenvolvimento Institucional (interno e dos parceiros), Protagonismo Juvenil, Formação Profissionalizante e Geração de Trabalho e Renda e Educação Sanitária e Ambiental.

A metodologia usada pela ADEIS se baseia na participação das comunidades atendidas por meio da identificação e capacitação das lideranças em técnicas de participação e mobilização social, assim como a aplicação de um modelo de Planejamento, Monitoramento, Avaliação e Sistematização de Ações (PMAS).

O trabalho da ADEIS é apoiar, de forma integrada e sustentável, comunidades com dificuldade de desenvolvimento em âmbito local e nacional, a partir da promoção e o fortalecimento do exercício da cidadania.

Atualmente, os principais parceiros da ADEIS são a ESSOR (Association de Solidarité Internationale), o Instituto C&A, Manaus Partage PNDU/ CAIXA , SENAC e SENAI.

A Ação de Desenvolvimento Institucional foi o principal trabalho realizado pela ADEIS no âmbito da mobilização de recursos nos últimos anos. O objetivo da ação é fortalecer a sustentabilidade da ADEIS e das organizações comunitárias de base investindo na melhoria das capacidades técnicas, financeiras e políticas da instituição.

Internamente, a ação visa ao fortalecimento da equipe técnica para a atuação institucional, à organização das ações institucionais e à consolidação e difusão de metodologias, de modo a fortalecer aspectos políticos e sociais. O foco da Ação de Desenvolvimento Institucional (DI) da ADEIS tem sido a comunicação como estratégia para a mobilização de recursos.

Externamente, a ação de DI busca capacitar lideranças e atores comunitários no sentido de criar iniciativas que contribuam para a melhoria da qualidade de vida nas comunidades, buscando parcerias para o desenvolvimento de ações que resultem na transformação do cenário social das comunidades.

situação anterior

A ADEIS não possuía, antes da Ação de Desenvolvimento Institucional, uma Assessoria de Comunicação. A instituição enfrentava, assim, dificuldades para comunicar suas ações interna e externamente, pois todos os setores ficavam responsáveis pela comunicação institucional, prejudicando a coesão das estratégias de comunicação.

Havia poucos materiais de divulgação das ações, que circulavam apenas nas comunidades, e o site da instituição era pobre em mobilidade e dinamismo.

Havia dificuldade também para a própria definição da imagem e postura política da ADEIS diante da sociedade e dos parceiros institucionais. A comunicação não era usada como forma de tomada de posição política. Conseqüentemente, a instituição possuía pouca articulação para organização e participação em eventos, além das dificuldades para o próprio estabelecimento de novas parcerias.

resultados | recursos mobilizados

Com a contratação de uma comunicóloga, a ADEIS criou uma área específica de comunicação dentro da Ação de Desenvolvimento Institucional. O setor ficou responsável pela elaboração do plano de comunicação para mobilização e visibilidade da instituição, o que antes era dividido por todos os setores. Com isso, a ADEIS modificou a identidade visual da instituição, criando uma imagem coerente com sua atuação e valores.

Dentro da reformulação da identidade visual da instituição, o site da instituição também foi recriado, tornando-se mais dinâmico, móvel e completo. A reformulação foi o retorno mais visível da Ação de Desenvolvimento Institucional, pois aumentou o número de acesso, o número de voluntários cadastrados e de contatos interessados nas ações da ADEIS.

A ADEIS definiu o que considerava importante comunicar às comunidades e aos parceiros. Criou-se também uma rotina interna de socialização de informação e foram iniciados processos contínuos de divulgação das ações da instituição. Foram distribuídos, em 2010, materiais diversos com esse propósito, tais como folders, guias, relatórios anuais, newsletters, vídeos institucionais.

experiências | lições aprendidas

O investimento e o planejamento da comunicação institucional resultaram em melhores condições para as ações internas e externas da ADEIS, além de terem sensibilizado a equipe para a importância não apenas da divulgação, mas da comunicação para o amadurecimento institucional como um projeto contínuo e em processo.

Embora tenha um setor próprio, a comunicação institucional é feita coletivamente, de modo que todos os setores da ADEIS participam da discussão sobre o que é divulgado. Assim, a comunicação promove uma reflexão sobre os valores e objetivos da própria instituição, favorecendo o autoconhecimento.

Aprendeu-se, também, a valorizar as parcerias, incluindo-as nos materiais de comunicação institucional de forma a divulgar as marcas dos colaboradores e, principalmente, fazendo com que se sintam parte da ADEIS.

“Ao mesmo tempo em que fazíamos nossa comunicação, construíamos a da comunidade. Isso nunca foi realizado antes”
Débora Galli, coordenadora geral da ADEIS



AEC

Rua D. Maria César, 170, Sala 201-C, Ed. Luciano Costa, Bairro do Recife,
Recife, Pernambuco, CEP 50030-140 | Fone: (81) 3424-9282

www.acaoempresarial.org.br

instituto ação empresarial pela cidadania (aec)

O Instituto Ação Empresarial pela Cidadania (AEC) é uma organização sem fins lucrativos criada com a missão de mobilizar o setor empresarial para investir em práticas socialmente responsáveis que contribuam para a redução da desigualdade social e para o desenvolvimento sustentável em Pernambuco.

Criado no final dos anos 90, o Instituto AEC nasceu a partir do Projeto Ação Empresarial pela Cidadania, proposto por lideranças brasileiras no âmbito do Programa Leadership in Philanthropy (LIP), uma iniciativa da Fundação Kellogg para desenvolvimento da América Latina. Atualmente, o instituto reúne uma rede local com mais de 70 empresas associadas. Junto a outros 13 núcleos estaduais, a entidade compõe a Rede Nacional de Ação de Cidadania Empresarial (Rede ACE).

O AEC vem desenvolvendo ações de mobilização, apoio, capacitação e articulação, as quais possibilitaram o despertar de empresas e empresários para a gestão dos negócios articulada à promoção do bem-estar social. O foco do instituto é promover o engajamento das empresas em ações transformadoras nas comunidades em situação de risco social.

Em 2011, o Instituto Ação Empresarial pela Cidadania (AEC) comemorou 10 anos de atuação como movimento de cidadania empresarial em Pernambuco. Nesse contexto, o Calendário da Cidadania se consolidou enquanto ação exitosa de relacionamento entre a Rede AEC, as empresas associadas e a sociedade.

O objetivo do Calendário da Cidadania é sensibilizar empresários e executivos para a necessidade de desenvolver projetos de responsabilidade social. O calendário dá visibilidade, em suas seções, a 12 ações sociais diferentes, apoiadas ou desenvolvidas por empresas locais, de modo a associar a imagem das empresas parceiras ao conceito de Cidadania Empresarial.

Assim, a cada mês os empresários são lembrados da necessidade de se promover uma transformação efetiva na realidade social em que as empresas estão inseridas através de ações socialmente responsáveis. O Calendário da Cidadania divulga os projetos apoiados ou desenvolvidos por empresas, trazendo a descrição das ações com textos e fotografias.

Com o apoio das empresas associadas, são lançados sete mil calendários de mesa para serem distribuídos junto às redes de relacionamentos. Em contrapartida, as empresas têm seu nome e/ou marca destacados na peça e em todo o material de divulgação do Calendário da Cidadania, além de receberem parte da tiragem e brindes personalizados.

tipos de adesão | recursos mobilizados

São disponibilizadas duas cotas para participação no calendário, como forma de mobilização de recursos financeiros. A cota “apresentação” requer um investimento de R\$ 5 mil. Como contrapartida, o Calendário da Cidadania traz a assinatura de marca da empresa parceira em um dos doze meses, em todas as unidades do calendário e nos banners de lançamento.

A empresa cotista de “apresentação” também recebe 400 unidades do calendário, 10 canecas temáticas com sua marca, seis eco lixeiras para automóveis e 50 convites para o evento de lançamento do calendário, onde tem um espaço para dar um depoimento e para distribuir material promocional.

A cota “apoio” inclui um investimento de R\$ 450. Como contrapartida, a empresa parceira tem seu nome incluído nas sete mil unidades do calendário e nos banners de divulgação do evento, recebe 50 unidades do calendário, 15 convites para o evento de lançamento, além de duas canecas temáticas e duas eco lixeiras para automóvel.

Todos os associados têm a opção de acrescentar outros brindes, tais como marcadores de livros, squeezers (garrafinhas esportivas), relógios de pulso, eco bolsas, bonés e camisas. Todos esses recursos materiais são mobilizados pela própria AEC. Em 2011, ano do aniversário, mobilizou-se um total de R\$ 60 mil para toda ação Calendário da Cidadania.

resultados | lições aprendidas

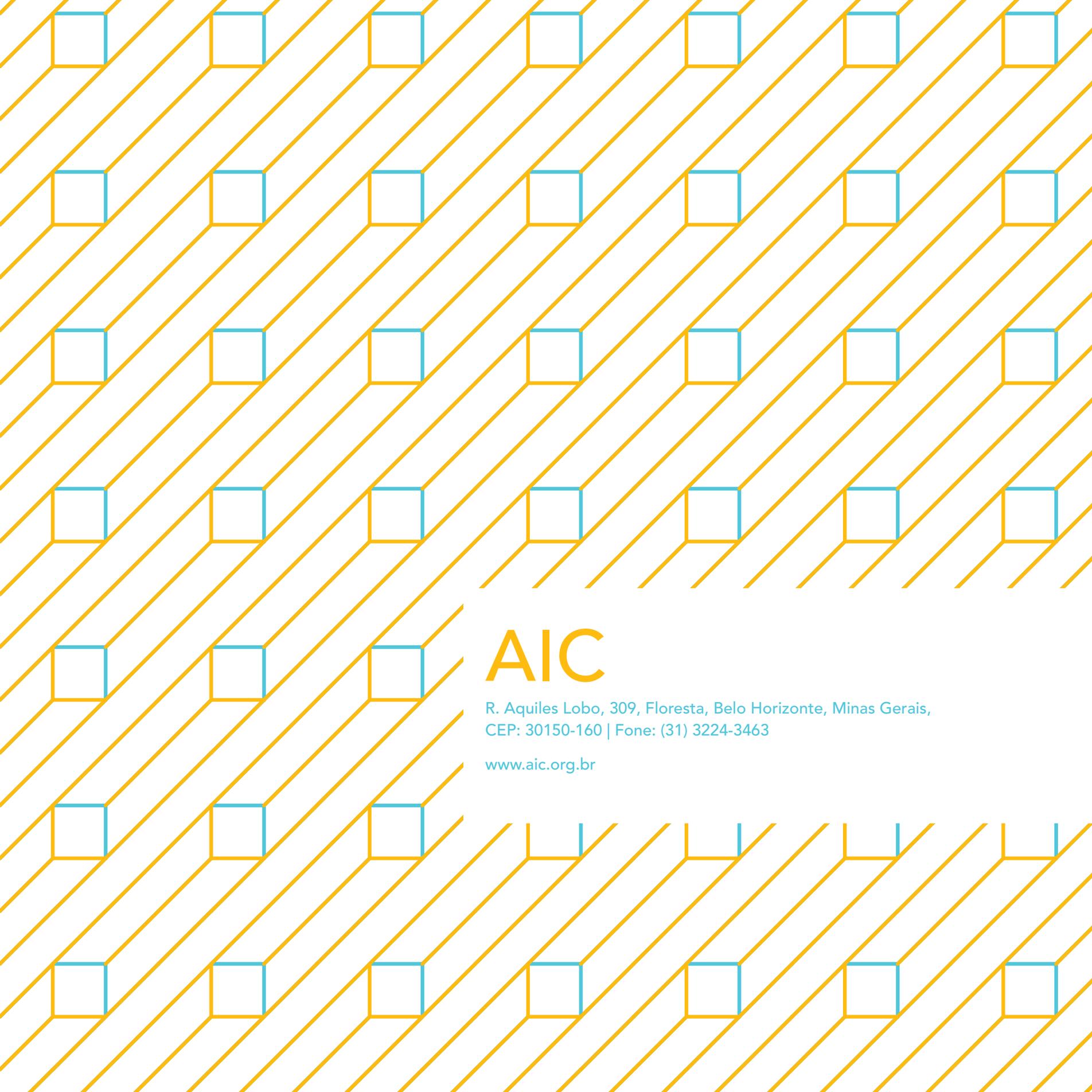
Em 2011, foram distribuídos todos os sete mil calendários para os diferentes grupos de relacionamento do Instituto AEC e para outras empresas interessadas que apoiam a ação. Desse modo, além de promover as empresas da Rede AEC, o Calendário dissemina temáticas relacionadas à cidadania empresarial.

O Calendário da Cidadania dá às empresas associadas a oportunidade de apresentarem a sua rede de relacionamento as ações sociais que desenvolvem nas comunidades. Já nas primeiras edições da iniciativa – criada em 2004 –, vários empresários entraram em contato com o Instituto AEC para conhecer melhor as ações da instituição e os conceitos de responsabilidade social e de cidadania empresarial.

São beneficiados diretamente pela ação Calendário da Cidadania todos os projetos sociais apoiados pelas 12 empresas participantes, uma vez que ganham visibilidade 365 dias ao ano. Indiretamente, também são atingidos pelo projeto, além das empresas, seus acionistas, fornecedores, clientes e funcionários. Com isso, o Calendário constitui uma estratégia exitosa para mobilização de recursos voltada para a comunicação.

“Acreditamos que a peça estimula, ajuda no processo de sensibilização para a causa da cidadania empresarial, na medida em que traz ao conhecimento experiências de natureza social já existentes independentemente de foco, público-alvo, tema e abrangência”

Saritta Brito, coord. de Desenvolvimento Institucional do Inst. AEC



AIC

R. Aquiles Lobo, 309, Floresta, Belo Horizonte, Minas Gerais,
CEP: 30150-160 | Fone: (31) 3224-3463

www.aic.org.br

associação imagem comunitária (aic)

A Associação Imagem Comunitária (AIC) é uma organização não governamental sem fins lucrativos criada em 1993, em Belo Horizonte, que tem como missão promover a cidadania por meio da democratização dos meios de comunicação. Para isso, a entidade realiza produções audiovisuais, eletrônicas e impressas em parceria com grupos juvenis, entidades comunitárias e coletivos diversos.

Também são desenvolvidos pela AIC processos formativos para que pessoas e grupos se apropriem das mais diferentes mídias em busca de visibilidade e de participação na esfera pública. As iniciativas da AIC contam com a participação de atores variados, tais como pessoas em situação de rua, usuários de serviços de saúde mental, moradores de vilas e favelas, escolas, ONGs e iniciativas comunitárias que realizam projetos de cultura e mobilização social.

A AIC trabalha articulada a diversos movimentos sociais, com quem constrói iniciativas de comunicação participativa. No diálogo com esses movimentos, a entidade acumulou contatos e estabeleceu uma ampla rede de parceiros, ao lado da qual trabalha para democratizar a comunicação e pluralizar a esfera pública.

A sustentabilidade da AIC é planejada a partir de parcerias com instituições públicas, privadas e do terceiro setor, bem como através da prestação de serviços em comunicação para a mobilização social, produção em mídias participativas, elaboração e execução de programas educacionais.

Desde 2009, a AIC desenvolve o projeto Agência de Comunicação Solidária. Hoje, a iniciativa envolve cerca de 50 grupos comunitários da Região Metropolitana de Belo Horizonte e do interior do estado que atuam em áreas diversas, tais como educação, arte, cultura, desenvolvimento ambiental e direitos humanos.

O projeto busca o fortalecimento dos grupos por meio da oferta gratuita de serviços de assessoria em comunicação integrada. À AIC cabe, principalmente, desenvolver peças de divulgação para a promoção da visibilidade dos grupos, além de contribuir com o planejamento em comunicação das organizações.

A AIC também busca, com a prestação de uma assessoria em comunicação, renovar a percepção deles sobre o papel da comunicação no que se refere à constituição de suas identidades e aos processos de mobilização comunitária e de luta social.

Diante da crescente demanda por mobilização de recursos para garantir a sustentabilidade das entidades, a Agência busca ainda fomentar a sustentabilidade desses grupos com a promoção de oficinas de capacitação voltadas para comunicação, gestão, mobilização de recursos, entre outros temas.

recursos mobilizados

Com o trabalho da Agência de Comunicação Solidária, a AIC consegue mobilizar recursos financeiros, humanos, políticos e técnicos.

Os parceiros diretos da AIC para a Agência são, principalmente, o Instituto C&A, a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e a Gráfica e Editora O Lutador. Para o aporte financeiro do projeto, além da contribuição do Instituto C&A, a AIC mobiliza recursos do Fundo Municipal de Incentivo à Cultura de Belo Horizonte. A UFMG contribui com a Agência por meio do Laboratório Agência de Comunicação Solidária, atividade do Departamento de Comunicação Social na Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade, que participa da elaboração dos planos de comunicação dos grupos e da própria Agência. Já a gráfica O Lutador é a principal parceira para a impressão de peças e materiais da Agência.

A equipe da Agência é composta, atualmente, por um analista de comunicação, um designer e três estagiários de comunicação. Os encargos profissionais são mantidos com recursos provenientes da parceria com o Instituto C&A e de contrapartida da própria AIC. Externamente, a iniciativa envolve representantes dos grupos e entidades envolvidos no projeto.

A Agência presta, gratuitamente, assessoria para coletivos culturais, grupos de teatro, de cultura negra, associações de bairro e movimentos sociais de Belo Horizonte e Região Metropolitana, os quais acabam compondo a rede de relacionamento da própria AIC, de modo que passam a trabalhar coletivamente, fazendo o intercâmbio de experiências e recursos.

O resultado mais significativo do trabalho da Agência é o fortalecimento dos grupos atendidos, que passaram a contar com uma infraestrutura básica para os processos de comunicação interinstitucional e com seus públicos.

Desde o início do trabalho da Agência, foram elaborados, em parceria com a UFMG, 11 planos de comunicação, dez dos quais foram referentes aos grupos e um foi elaborado para nortear o próprio trabalho da Agência de Comunicação Solidária da AIC.

Foram realizados nove processos formativos – oficinas e seminários – sobre “Comunicação Estratégica”, “Mobilização Social”, “Aspectos Jurídicos do Terceiro Setor”, “Assessoria de Imprensa”, “Elaboração de Projetos”, “Crowdfunding”, “Fundo Municipal de Incentivo à Cultura”, “Fundo Estadual de Incentivo à Cultura” e “Produção de Eventos”.

A Agência investe principalmente na formação para elaboração de projetos de captação de recursos, de forma a estimular a autonomia dos grupos. Só em 2012 foram elaborados dois sites, oito novas identidades visuais e 20 press kits de comunicação para os grupos pertencentes à Agência.

lições aprendidas

Com o trabalho da Agência de Comunicação Solidária, no âmbito do Plano de Desenvolvimento Institucional realizado em parceria com o Instituto C&A, a AIC passou a prestar mais atenção na importância do PDI para o fortalecimento institucional nas áreas de gestão e sustentabilidade, identidade, mobilização de recursos e ação social.

Outra importante lição aprendida com as ações da Agência é a eficácia do trabalho em rede e da economia solidária. Com a construção de uma rede de relacionamentos, a Agência estimula os próprios grupos e instituições a trocarem experiências e mobilizarem recursos para a realização de suas ações.

Com a mediação da Agência, os grupos acabam fazendo, entre si, o intercâmbio de recursos materiais – como espaços físicos para realização de eventos – e técnicos – como de profissionais e integrantes com habilidades específicas – de modo a criar alternativas viáveis para a dependência de recursos financeiros.

“Do mesmo modo como pensamos no Desenvolvimento Institucional para nós, buscamos estimular os outros grupos a pensar nisso através da comunicação, que é transversal a todas as áreas e práticas institucionais”.

Roberto Almeida, AIC



Sociedade Alfa Gente

R. Santos Saraiva, 840, Sala 114, Ed. Continental Center, Estreito, Florianópolis,
Santa Catarina, CEP: 88070-100, Fone: (48) 3248-2745

www.alfagente.org.br

A Sociedade Alfa Gente é uma entidade filantrópica que atua desde 1978 em bairros de risco social de Florianópolis. Foi criada por um grupo de educadores que buscavam um novo rumo para a educação de crianças da periferia e tem como foco a educação e assistência de crianças de 0 a 12 anos.

A Alfa Gente desenvolve um trabalho junto às comunidades Morro da Caixa, no Estreito, e Vila Aparecida, em Coqueiros, atendendo diariamente cerca de 190 crianças de 0 a 5 anos em turno integral e 110 crianças de 6 a 12 anos no contra-turno escolar.

O trabalho é desenvolvido atualmente em três Centros de Educação – Morro da Caixa, Vila Aparecida e a Casa da Criança e do Adolescente Morro da Caixa. Para isso, a Alfa Gente conta com convênios firmados com órgãos públicos, parcerias com empresas e doações particulares, além dos voluntários.

Para a execução dos projetos, a Alfa Gente conta com uma equipe de 40 funcionários composta por educadores, coordenadores, administradores financeiros, serviços gerais e cozinheiras. O objetivo da Sociedade Alfa Gente é garantir um espaço onde as crianças tenham tranquilidade, segurança, alimentação, higiene, cuidados de saúde e educação de qualidade. E, com isso, dar tranquilidade aos pais para que possam estudar e trabalhar.

A proposta pedagógica desenvolvida nos Centros de Educação tem o intuito de potencializar o desejo e a capacidade para que cada criança possa construir sua história, transformando sua realidade.

Os centros educacionais coordenados pela Sociedade Alfa Gente são comprometidos com a promoção da educação para as crianças atendidas, mas também com sua alimentação e bem estar. Assim, a Alfa Gente precisou criar estratégias para obtenção de alimentos com qualidade e em quantidade suficiente para atender as necessidades nutricionais das crianças.

Para a questão alimentar, a Sociedade Alfa Gente conta com o projeto Mesa Brasil (baseado no Fome Zero) do Governo Federal em parceria com o Serviço Social do Comércio (SESC), que coordena o projeto. O Mesa Brasil é um programa de segurança alimentar e nutricional sustentável que redistribui alimentos excedentes que sejam apropriados para consumo, mas que estejam fora dos padrões de comercialização. Em resumo, o projeto busca alimentos onde eles sobram e entrega onde eles faltam.

O SESC Florianópolis atende as creches da Sociedade Alfa Gente desde 2003. O programa é uma ação conjunta e permanente do SESC com uma rede solidária de empresas, instituições sociais e voluntários para diminuir as carências alimentares e o desperdício.

recursos mobilizados

A participação no programa não tem nenhum custo para a Alfa Gente, que se compromete apenas com o condicionamento e o aproveitamento correto dos alimentos. Os três centros educacionais recebem semanalmente alimentos como frutas, verduras, pães, bolachas, leite em pó, cereais, entre outros.

A coleta e a distribuição dos alimentos são feitas pelo programa, que possui veículos adequados para o transporte. Os doadores são, principalmente, centrais de distribuição, supermercados, padarias, indústrias alimentícias e outras empresas do setor. Os alimentos são aproveitados e encaminhados para as instituições cadastradas.

Nas empresas doadoras, são coletados alimentos frescos, produtos hortifrutigranjeiros e alimentos industrializados resultantes de quebras de produção ou de ações promocionais. Eles são avaliados e os que estiverem próprios para consumo são transportados e distribuídos em caixas específicas para as creches.

O Mesa Brasil também arrecada produtos não-alimentícios, como materiais de limpeza, higiene, entre outros. Porém, o transporte desses produtos precisa ser feito pela própria Alfa Gente, que consegue o empréstimo de automóveis por meio de parceiros e voluntários.

resultados | lições aprendidas

A parceria com o SESC Florianópolis contribui para o aspecto nutricional de 300 crianças atendidas pela Alfa Gente, pois 190 crianças de até cinco anos fazem cinco refeições diárias nas creches e 110 crianças, com idade entre seis e 12 anos, fazem três refeições em meio período.

Os recursos obtidos com a parceria do SESC no âmbito do projeto Mesa Brasil reforçou a crença da Alfa Gente na importância de poder contar com uma rede solidária de empresas e instituições sociais que contribui para evitar o desperdício, de modo a aproveitar produtos excedentes redistribuindo para quem necessita.



Aliança Interage

Rua José de Alencar, 916, Empresarial Ilha do Leite, sala 901, Ilha do Leite,
Recife, Pernambuco, CEP: 50070-030 | Fone: (81) 3221-1546

www.interage.org.br

Aliança Interage é um colegiado formado por fundações e institutos privados e organizações da cooperação internacional comprometidos com o desenvolvimento sustentável do Nordeste. Fazem parte da Aliança: Fundação Avina, Instituto C&A, Instituto Arcor Brasil, Plan, Save The Children Reino Unido e Serviço Internacional.

O objetivo da Aliança é criar condições para o fortalecimento institucional do tecido social do Nordeste, visando ao desenvolvimento de políticas e ações sociais sustentáveis na região. A atuação da Interage segue os princípios do compromisso com a causa social; da inovação em sua área de atuação; da co-responsabilidade social e valorização da relação de parceria.

A Aliança Interage constrói relacionamentos entre agências de cooperação internacional, institutos e fundações empresariais, bem como organizações não governamentais e organizações comunitárias de base.

Entre as ações de fortalecimento institucional desenvolvidas pela Aliança Interage, destaca-se o Projeto Casa Aberta, realizado no biênio 2009/2010, cujo objetivo foi fortalecer as organizações sociais da região nordeste do Brasil buscando promover sua sustentabilidade.

Entre os objetivos específicos do projeto estavam: a) a realização de oficinas sobre desenvolvimento institucional e mobilização de recursos; b) a promoção do intercâmbio de conhecimentos em mobilização de recursos; c) a promoção do Portal Mobilizar como canal de comunicação para troca de experiências em mobilização de recursos; d) e, por fim, o acompanhamento sistemático das organizações participantes.

O projeto foi desenvolvido em 18 meses, do início de 2009 a agosto de 2010. Foram realizados nove módulos temáticos de três dias cada um, em quatro estados do nordeste (Ceará, Maranhão, Paraíba e Pernambuco), superando o objetivo inicial de conduzir apenas cinco módulos temáticos. Aproximadamente 110 pessoas foram capacitadas nas seguintes temáticas: Planejamento Estratégico para Mobilização de Recursos; Monitoramento e Avaliação de Projetos e Programas; Planejamento da comunicação para Mobilização de Recursos; Governança, Parcerias e Alianças; e Gestão Financeira.

Aliança Interage contou com o apoio de cinco organizações parceiras nos Estados onde foram realizados os módulos temáticos. Os parceiros foram organizações com um histórico de trabalho com a Aliança que tinham capacidade de mobilização de atores através de suas redes de conhecimentos. Essa estratégia de mobilização empregou o conhecimento dos principais atores sociais nos Estados sobre organizações com experiência ou potencial para continuar trabalhando em redes e influenciar políticas públicas.

Os parceiros locais desenvolveram ações como: a) o desenvolvimento de uma rede de apoio com outros agentes no território, o que reduziu os custos das ações do projeto para a Aliança Interage e estimulou as capacidades mobilizadoras de recursos; b) o apoio no processo de seleção das entidades participantes, discutindo os pontos mais relevantes a abordar nas oficinas e participando do planejamento das atividades; c) a realização da convocatória, mobilizando suportes e ajudas institucionais locais com sucesso.

recursos mobilizados

A equipe responsável pela execução do projeto fazia parte do corpo de funcionários de Aliança Interage. O grupo era composto, inicialmente, por três pessoas, que acumulavam as tarefas de coordenação e relações institucionais, organização de oficinas, comunicações e administração.

No total, 54 organizações foram selecionadas para participar das oficinas. Cada organização era representada por dois funcionários (preferencialmente um gestor e um técnico). Foram mobilizadas pelo projeto instituições de quatro Estados: Ceará, Maranhão, Paraíba e Pernambuco.

O projeto teve um orçamento total de R\$ 174.298, dos quais R\$ 162.835 financiados pelo Instituto C&A e R\$ 11.463 provenientes do esforço para mobilizar recursos realizados pela Aliança Interage e seus parceiros estratégicos. Os valores têm servido como parâmetro para os cursos de formação organizados pela Aliança Interage mais recentemente.

resultados | experiências

As organizações adquiriram melhores instrumentos para a revisão do plano estratégico e a definição da estratégia de mobilização de recursos. As oficinas realizadas pelo projeto facilitaram vínculos institucionais e interpessoais, que se demonstraram úteis e que são valorizados pelos participantes.

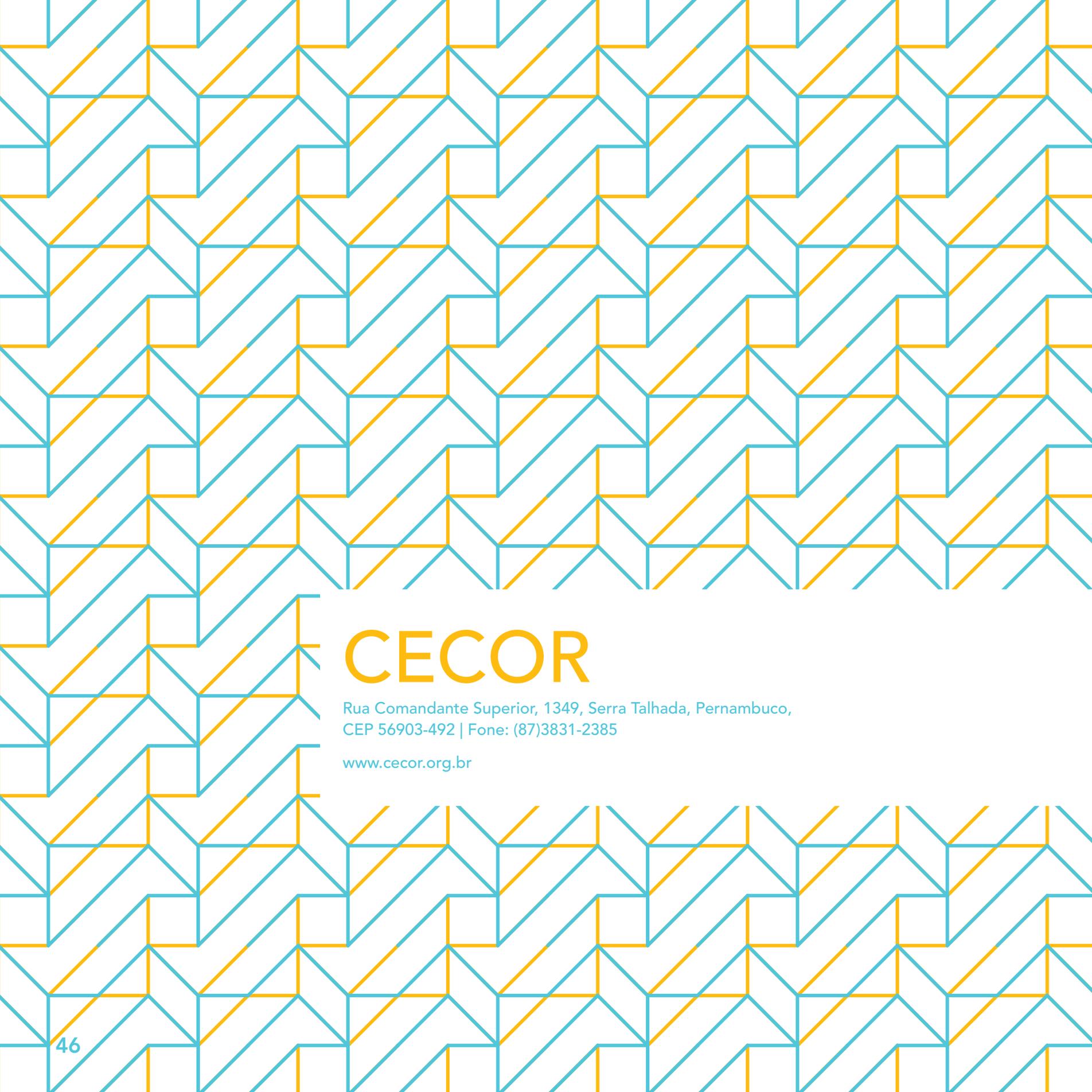
lições aprendidas | desafios

Ao final, concluiu-se que o processo de seleção de participantes deve fornecer informações detalhadas sobre a estrutura e a capacidade institucional para que as oficinas sejam moldadas às necessidades das organizações, de modo a garantir o compromisso de participação nas oficinas e dar continuidade ao trabalho planejado após os períodos de formação presenciais.

Todas as organizações participantes assinaram um termo de compromisso que visava garantir a participação das mesmas em todas as fases e atividades propostas pelo projeto. Esta estratégia foi parcialmente exitosa. A presença dos inscritos não foi consistente, apesar dos contatos feitos por e-mails. Ainda assim, o total de participantes superou o objetivo inicial.

“Uma excelente oportunidade de iniciar um processo de reflexão sobre nossas práticas. Nossa expectativa é dar continuidade a esse processo em 2011, passando da reflexão à ação”

Karine, Instituto Soma Brasil, participante da oficina



CECOR

Rua Comandante Superior, 1349, Serra Talhada, Pernambuco,
CEP 56903-492 | Fone: (87)3831-2385

www.cec.org.br

centro de educação comunitária rural (cecor)

O Centro de Educação Comunitária Rural (CECOR) é uma organização não governamental que trabalha com o desenvolvimento, a implantação, sistematização e difusão de experiências, utilizando tecnologias adaptadas para a melhor convivência com o semi-árido, de modo a garantir a sua preservação. O CECOR foi fundado em agosto de 1992, por agricultores e lideranças sindicais do sertão de Pernambuco.

São três os eixos de trabalho do CECOR: a convivência com o semi-árido; o acesso ao mercado; e as ações voltadas para questões de gênero e juventude. O primeiro é voltado para a intervenção nas áreas da criação de pequenos animais, conservação e recuperação de solos, manejo da caatinga, horticultura orgânica, implantação de sistemas agroflorestais e recursos hídricos, bem como questões de segurança alimentar.

No eixo de acesso ao mercado, a intervenção está voltada para as ações de fortalecimento da comercialização de produtos agroecológicos por famílias agricultoras e grupos comunitários, associações locais e suas participações junto aos Conselhos de Desenvolvimento Municipal.

O CECOR também tem como estratégia de atuação o fortalecimento dos direitos e a inclusão de jovens e mulheres, buscando garantir a presença e participação nas ações desenvolvidas. A organização dá apoio à formação de grupos de jovens organizados, voltados para o acesso ao mercado, com destaque para as atividades de beneficiamento da produção com agregação de valor, demonstrando assim a viabilidade da permanência no campo.

Em 2009, o CECOR realizou a primeira passeata até o Rio Pajeú, afluente do rio São Francisco. Após observar a situação de destruição do rio, a instituição decidiu fazer uma caravana até sua nascente, no município de Brejinho (PE), em 2010, no Dia Mundial da Água. Foi a partir dessas ações que o projeto Caravana do Rio Pajeú foi se fortalecendo e se legitimando enquanto movimento.

Em abril de 2011, foi realizado o I Seminário em Defesa do Rio Pajeú. O objetivo do encontro foi sensibilizar e denunciar às comunidades e ao poder público a situação do rio, além de mobilizar a sociedade para discutir e propor ações imediatas às autoridades. O rio está ameaçado pela excessiva exploração de seus recursos, pela poluição e pela retirada da mata ciliar.

O Seminário contou com a participação da sociedade civil, de agricultores, professores, estudantes, autoridades políticas e religiosas. O resultado final do evento foi a produção de um documento com registro dos painéis, eixos temáticos e as ações propostas pelo público, respaldado pelo Ministério Público. O produto foi encaminhado às prefeituras, organizações e movimentos sociais, câmaras de vereadores, às promotorias públicas e ao governo do Estado.

recursos mobilizados

A mobilização de recursos para a realização do I Seminário em Defesa do Rio Pajeú foi feita por meio da Caravana do Rio Pajeú, formada pelo CECOR, pela Diocese de Afogados da Ingazeira, pelos Movimentos de Mulheres Trabalhadoras Rurais do Sertão Central, pela Federação dos Trabalhadores na Agricultura do Estado de Pernambuco (Fetape) e pelo Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Pajeú.

Além da mobilização de outras organizações não governamentais para o seminário, foram obtidos recursos financeiros da ordem de R\$ 20.155 com parceiros da iniciativa privada, como a Ambev (SP), Tupan, Jodibe, a Câmara dos Dirigentes Logistas, Pajeú Nordeste, Sebrae, Dinâmica (Serra Talhada, PE) e Agroshopping Pajeú (Afogados da Ingazeira, PE).

O seminário conseguiu mobilizar principalmente as comunidades, com panfletagens na maioria dos 20 municípios atingidos pela Bacia Hidrográfica do Rio Pajeú e com visitas às escolas, discutindo com crianças e adolescentes a situação do rio. Cerca de 200 pessoas participaram do encontro, vindas de toda a região banhada pelo rio Pajeú.

Para divulgar o I Seminário em Defesa do Rio Pajeú, a caravana realizou visitas nos municípios de Floresta, Serra Talhada, Carnaíba, Itapetim e Brejinho. Paralelamente, o CECOR conseguiu ampla divulgação na imprensa (TV, rádios, sites e impresso) regional e local, dando significativa repercussão para o evento e para a luta em defesa do rio.

Além do documento encaminhado às organizações governamentais e não governamentais, a Caravana busca reativar o Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Pajeú.

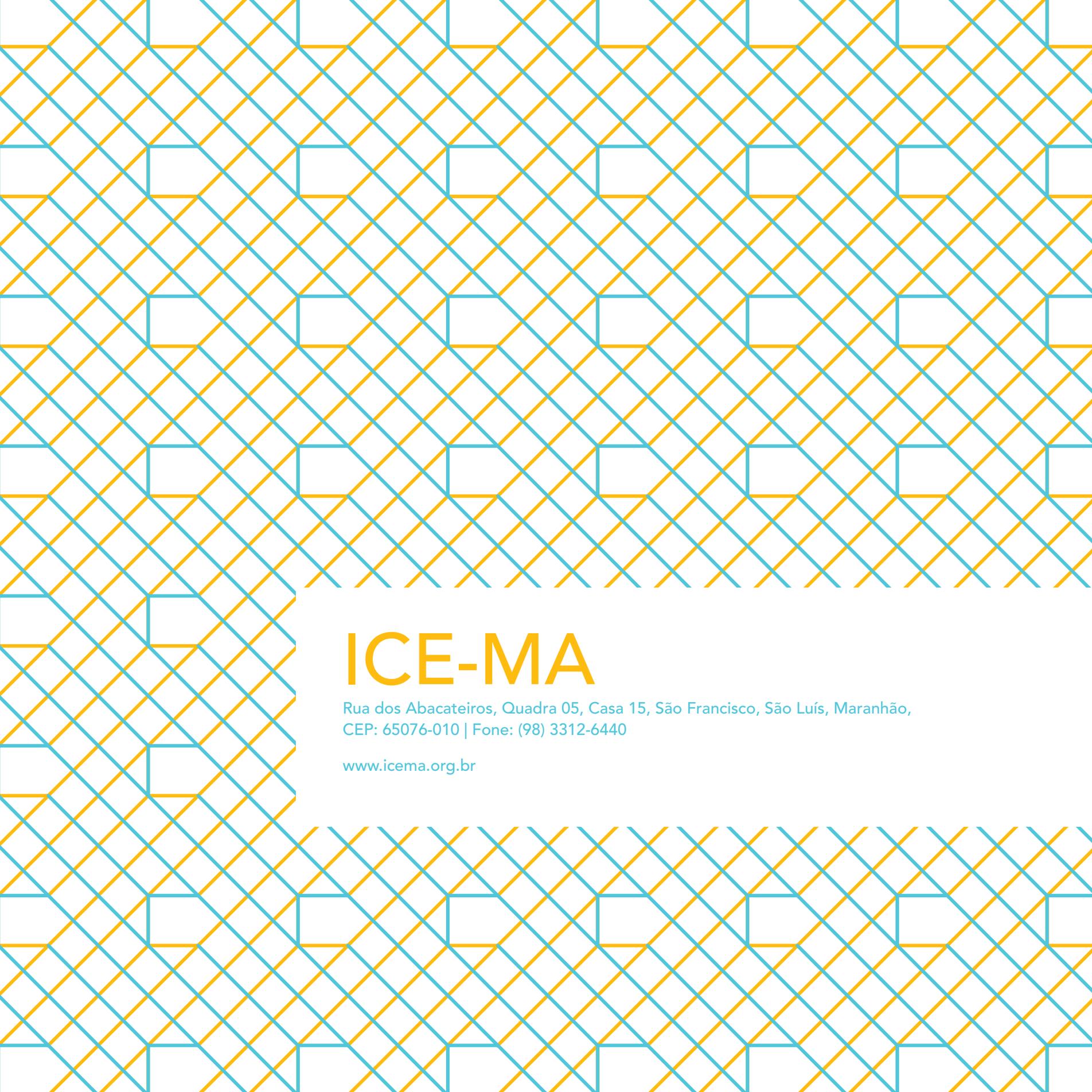
O projeto se mostrou, ao final, um exemplo não apenas de mobilização de recursos políticos, humanos e financeiros, mas também de mobilização para a ação efetiva, no sentido de discutir com a população e as entidades a realidade da degradação do rio Pajeú e os riscos que o problema traz para as comunidades das cidades banhadas pelo rio e para a economia regional.

lições aprendidas

O exemplo da Caravana do Rio Pajeú reforça a importância do trabalho em rede e da comunicação entre as organizações, pois permitiu com que movimentos que partilham de um mesmo objetivo – salvar o rio da degradação – pudessem trabalhar em conjunto e, com isso, alcançar resultados concretos.

Embora a caravana tenha mobilizado empresas locais e até multinacionais, percebeu-se a relevância da participação das comunidades ribeirinhas, que são, na verdade, as principais atingidas pelo estado atual do rio.

“Um dos momentos mais relevantes do Seminário foi quando os participantes, em plenária, apresentaram ações e compromissos para o Rio Pajeú envolvendo os municípios que compõem a Bacia Hidrográfica do Rio Pajeú”
Vanete Almeida, presidenta do CECOR



ICE-MA

Rua dos Abacateiros, Quadra 05, Casa 15, São Francisco, São Luís, Maranhão,
CEP: 65076-010 | Fone: (98) 3312-6440

www.icema.org.br

instituto de cidadania empresarial do maranhão (ice-ma)

O Instituto de Cidadania Empresarial do Maranhão (ICE-MA) é uma organização sem fins lucrativos fundada por empresas maranhenses em 2001 com o objetivo de disseminar práticas de responsabilidade social empresarial.

O ICE-MA atua em três níveis estratégicos. Em nível micro, desenvolve projetos de desenvolvimento comunitário e educacional para inspirar atores sociais e contribuir para a inclusão de crianças e adolescentes.

Atua também fortalecendo organizações e redes comunitárias, disseminando conceitos e práticas de responsabilidade social e fomentando o diálogo intersetorial. E, em nível macro, atua no monitoramento de políticas públicas e indicadores sociais e no fomento à participação cidadã e ao desenvolvimento local.

A organização se mantém a partir das taxas de associações pagas pelas empresas participantes, além de desenvolver projetos com financiamentos nacionais e internacionais.

Em 2011, ano em que completou uma década de existência, o ICE-MA realizou a campanha “100 Associados”, com o objetivo de ampliar o quadro de empresas parceiras das até então 70 para 100 empresas ainda em 2011. A campanha, desenvolvida pelo Eixo de Desenvolvimento Institucional do ICE-MA, contou com três ações estratégicas: o “Café com Empresários”, a campanha “Indique um Novo Associado” e o evento de 10 anos do ICE-MA.

“Café com Empresários” foram encontros realizados com grupos de empresários visando à sensibilização para a causa da Responsabilidade Social Empresarial e do Desenvolvimento Sustentável. A campanha “Indique um Novo Associado” foi realizada para mobilizar empresários já associados ao instituto para que divulgassem o ICE-MA em suas redes de relacionamentos e indicassem novos associados. Já a celebração dos 10 anos do ICE-MA teve como objetivo, além de marcar a data, ampliar a divulgação das ações do ICE-MA no meio empresarial. O evento comemorativo teve convidados do meio empresarial, da sociedade civil e do poder público.

Para a produção do “Café com Empresários”, o ICE-MA buscou, com seus parceiros, espaços com localização que favorecessem a participação dos empresários, como salas de eventos em hotéis. Um dos eventos, por exemplo, foi realizado em espaço cedido pela Casa Cor Maranhão, em março de 2011.

Para cada edição do “Café com Empresários” foram necessários, em termos de recursos materiais, equipamentos audiovisuais, alimentação, locação de espaço e impressão de materiais. Alguns destes recursos foram mobilizados com a estrutura própria do instituto, como projetor, telão e notebooks. O custo estimado foi de R\$ 1.700 (mil e setecentos reais) por evento.

Já a campanha “Indique um Novo Associado” envolveu a produção e impressão de folders e custos com combustível para visita às novas empresas. Essas rubricas já estavam previstas no orçamento do ICE-MA, de modo que não caracterizaram recursos financeiros adicionais. Na verdade, a prática de incentivar que empresários da rede indicassem novos associados existe na instituição desde 2007 e ainda hoje continua sendo uma fonte de novas associações, mas foi em 2011, durante a campanha, que a prática foi amplamente divulgada e incentivada para que o objetivo de se conseguir 100 associados fosse alcançado.

Na divulgação da campanha “100 Associados” houve a publicação de um encarte em revista do curso de jornalismo da Universidade Federal do Maranhão, além da produção e veiculação de um programa especial sobre os 10 anos do ICE-MA no Mirante Repórter, programa televisivo da afiliada local da Rede Globo. Durante a semana do evento foi exibido um especial com cinco matérias, uma para cada dia da semana, que tinha como pano de fundo os 10 anos do ICE-MA e que traziam diferentes exemplos de práticas de responsabilidade social.

O “Café com Empresários” teve, ao todo, três edições. A média de adesões nos eventos variou bastante e a instituição percebeu que, quanto menor e com menos participantes, mais eficazes eram os cafés. Em um dos encontros, com cerca de 20 participantes, cinco deles se associaram ao ICE-MA. Já o café com o maior número de convidados, 40, resultou em apenas duas novas associações, pois não houve tempo para conversar com cada um dos empresários e explicar mais detalhadamente as atividades e ações da instituição. Ainda assim, o valor pago por estas empresas através das taxas de associação foi suficiente para cobrir todo o evento. Ou seja, o formato dos cafés tem custo compatível com o investimento. Além do retorno financeiro, o “Café com Empresários” permitiu que várias empresas locais passassem a ter contato com temas como Responsabilidade Social Empresarial e Desenvolvimento Sustentável.

lições aprendidas | desafios

O cenário empresarial maranhense tem um quadro peculiar: 83% das empresas são de micro e pequeno porte, segundo levantamento do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Assim, o maior desafio do ICE-MA é mostrar que a Responsabilidade Social e o Desenvolvimento Sustentável devem ser preocupações de todo o setor privado, e não apenas de empresas de grande porte.

Para vencer esse desafio, a estratégia mais eficaz para mobilizar o máximo de recursos políticos, de modo a ampliar o quadro de associados, e, assim, o próprio alcance de atuação do ICE-MA, tem sido a metodologia “pares com seus pares”, na qual os próprios empresários parceiros da instituição indicam outros empresários, com a vantagem de compartilharem a mesma linguagem e os mesmos interesses.

Durante a campanha “100 associados”, uma lição aprendida pela instituição é que ações feitas para muitos empresários não têm tanta eficácia quanto às feitas para um grupo reduzido de participantes, onde é possível conversar diretamente com cada um, explicar os trabalhos do ICE-MA e abordar algumas das práticas de responsabilidade social. Além disso, quando os convidados já são indicados por algum empresário participante da rede a chance de adesão é muito maior. O objetivo de 100 associados não foi alcançado, mas, de 70, o ICE-MA passou para 89 associados, um aumento considerável ainda mais se levado em conta a média de adesão dos anos anteriores.

“O grande volume de adesões vem de visitas que fazemos pessoalmente a empresários que foram indicados. Nós vamos, falamos cara a cara, explicamos, e aí sim fechamos a parceria.”

Niwlson weber – mobilizador de recursos do ICE-MA



ICom

Rua Jerônimo Coelho, 383, Sala 505, Centro, Florianópolis, Santa Catarina,
CEP: 88010-030 | Fone: (48) 3222-5127,

www.icomfloripa.org.br | Twitter: @icomfloripa

instituto comunitário grande florianópolis (icom)

O Instituto Comunitário Grande Florianópolis (ICom) é uma organização sem fins lucrativos criada em 2005 que opera segundo o conceito de Fundação Comunitária, isto é, atua num território definido, possui um conselho de governança com diversos atores locais, faz doações a outras organizações sociais, mobiliza recursos de investidores sociais e busca a criação de um endowment (fundo) que garanta recursos perenes para a comunidade.

A missão do ICom é promover o desenvolvimento comunitário por meio da mobilização, articulação e do apoio a investidores e organizações sociais. Para fazê-lo, o instituto atua em três áreas:

- _ A produção e disseminação de conhecimento sobre a comunidade, as organizações da sociedade civil e sobre o investimento social privado;
- _ O apoio técnico e financeiro para organizações da sociedade civil (OSCs), de modo a promover seu desenvolvimento institucional e fortalecer a rede social local. O apoio técnico é oferecido através de programas de formação de gestores, da articulação de parcerias entre as OSCs, do acompanhamento técnico e de assessoria. O apoio financeiro é feito de acordo com os planos de investimento de cada fundo formado no ICom.
- _ A terceira área de atuação do ICom é o apoio a investidores sociais, empresas, famílias e indivíduos para realizarem investimentos estratégicos na comunidade. Para isso, são criados e gerenciados fundos de investimento social. Esses fundos possuem um plano de investimento elaborado com critérios técnicos e conhecimento da realidade local.

O ICom tem trabalhado interna e externamente para melhorar a comunicação da organização com seus parceiros e com a comunidade. Uma das ações mais relevantes nesse sentido surgiu em 2009. Foi a criação do Portal Transparência (www.portaltransparencia.org.br), uma plataforma online e interativa de comunicação entre os diversos atores da comunidade.

Construído de forma coletiva por 30 OSCs que atuam na Grande Florianópolis, o portal apresenta indicadores sobre as organizações (identidade), sobre o que elas fazem (resultados), sobre como elas fazem (gestão) e com quem elas fazem (parcerias).

O www.portaltransparencia.org.br é um convite às organizações para que adotem práticas de transparência como estratégia para seu desenvolvimento institucional. As OSCs participantes passam por um processo de formação online e/ou presencial, onde são instruídas a conduzir um processo interno que levará a obtenção dos dados necessários para publicação no Portal.

Após a validação das informações e sua publicação, as OSCs participantes podem utilizar o selo “Compromisso com a Transparência”, que simboliza o reconhecimento a sua disposição em adotar práticas transparentes em sua relação com as partes interessadas na comunidade. Atualmente, existem 63 OSCs cadastradas no Portal Transparência.

parcerias | recursos mobilizados

O conceito de mobilização de recursos, para o ICom, está relacionado à consolidação de uma rede de relacionamento, a qual inclui parceiros, apoiadores e instituições participantes das ações. Com objetivo de ampliar o impacto de suas ações e de gerar maior valor agregado aos investimentos sociais sob sua gestão, o ICom procura parceiros para todas as suas iniciativas.

Além disso, o ICom procura variar as fontes de recursos, de modo que a rede de relacionamento comporte agentes com competências distintas (técnica, financeira...). Assim, a organização obtém tanto recursos financeiros de parceiros diversos como recursos técnicos e apoio institucional de outras organizações.

No caso do Portal Transparência, o Instituto C&A foi o principal parceiro do ICom na elaboração e financiamento do projeto. A iniciativa tem o apoio de uma grande rede de parceiros locais, como o Conselho Regional de Contabilidade de Santa Catarina (CRC-SC), a Ordem dos Advogados do Brasil de Santa Catarina (OAB-SC), a Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho (FMSS), o Instituto Voluntários em Ação (IVA), o Instituto Guga Kuerten (IGK), a UNISUL e o Instituto Fonte.

Em 2009, primeiro ano do Portal Transparência, o apoio financeiro para a execução do projeto foi da ordem de R\$ 120 mil. Os principais resultados em termos de mobilização de recursos humanos e técnicos foram a participação de 59 gestores na elaboração dos indicadores que constam no portal e a participação inicial de 23 organizações não governamentais – número que hoje é 100% maior.

lições aprendidas | desafios

Um dos desafios importantes no ICom é a comunicação organizacional. O Portal Transparência permite uma melhor comunicação do ICom com outras organizações, compartilhando seu principal valor: o compromisso com a transparência.

O Portal Transparência também dá condições para uma comunicação eficiente das organizações cadastradas com outras entidades de perfil semelhante, pois, ao participarem do portal, as entidades acabam se reconhecendo e conhecendo indicadores importantes para serem repassados a comunidade e a investidores. Desse modo, a comunicação se torna estratégica para mobilização de recursos, no sentido de que dá condições para que se firmem novas parcerias entre instituições que muitas vezes não se conheciam anteriormente.

“Rede de relacionamentos é essencial para que possamos unir as forças que existem na comunidade para fazer com que ela se torne melhor. Pensamos mais na parceria do que no contrato de relação. Procuramos formar uma rede de investidores que têm um histórico de investimento junto ao ICom e fazer com que eles encontrem no ICom um parceiro local que também os ajude a mobilizar recursos”

Anderson da Silva, consultor do ICom



Observatório de Favelas

Rua Teixeira Ribeiro, 535, Maré, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro,
CEP: 21044-251 | Fone: (21) 3105-4599

www.observatoriodefavelas.org.br

observatório de favelas

O Observatório de Favelas é uma organização da sociedade civil de interesse público dedicada à produção de conhecimento e de propostas políticas sobre as favelas e fenômenos urbanos. Foi fundado em 2003 e é composto por pesquisadores e profissionais de áreas diversas. O Observatório tem sede no bairro da Maré, no Rio de Janeiro (RJ), mas atua nacionalmente.

A afirmação de uma agenda pública de Direitos à Cidade fundamentada na ressignificação das favelas é o objetivo do Observatório, que tem por missão a elaboração de conceitos, projetos, programas e práticas que contribuam na formulação e avaliação de políticas públicas voltadas para a superação das desigualdades sociais.

O Observatório tem três vertentes institucionais: a) Comunicação e Cultura; b) Desenvolvimento Territorial; c) Direitos Humanos. Os projetos e ações do Observatório são divididos pelas vertentes. Nesses projetos, o Observatório de Favelas persegue os seguintes objetivos:

Em termos de experiência em mobilização de recursos, o Observatório de Favelas se destaca pelo trabalho da Escola Popular de Comunicação Crítica (ESPOCC), programa desenvolvido pela entidade desde 2005 em parceria com a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). A ESPOCC tem como objetivo contribuir para a valorização e o fortalecimento da condição cidadã dos moradores dos territórios populares do Rio de Janeiro por intermédio de ações de formação e produção no campo da comunicação.

O curso é gratuito e tem duração de 360 horas, distribuídas em 10 meses. Os alunos têm aulas três dias por semana, no turno da noite. Ao final do curso, os formandos recebem um diploma de extensão emitido pela UFRJ. Cada turma possui em média 30 alunos. A formação dos alunos é pautada por exercícios práticos e pela elaboração experimental de produtos em comunicação.

Uma das principais intenções da ESPOCC é fazer com que os seus alunos organizem em suas respectivas comunidades núcleos de comunicação e cultura que produzam informações e representações locais. A Escola também pretende construir uma rede de formação, produção e comunicação, em diferentes linguagens de mídia, capaz de mobilizar interações criativas e autônomas, promovendo o exercício de Direitos à Comunicação e à Informação.

parcerias | recursos mobilizados

A UFRJ, o Canal Futura e o IBovespa são alguns dos parceiros do Observatório de Favelas para a ESPOCC. À Universidade cabe fornecer o certificado de conclusão como curso de extensão, dando legitimidade ao curso e à formação dos alunos. Cabe também participar da construção da metodologia do curso, em parceria com o Observatório. O Canal Futura e o Ibovespa são parceiros financeiros.

Em 2006, a escola formou sua primeira turma. Em 2008, novas turmas foram iniciadas em Nova Iguaçu, em parceria com a prefeitura da cidade. Em 2010, três turmas se formaram em Vitória, no Espírito Santo, a partir de uma parceria do Observatório com a Secretaria Municipal de Segurança Urbana (Semsu) deste município.

A ESPOCC utiliza a estrutura física do próprio Observatório de Favelas, com exceção dos projetos em parceria com instituições de outras cidades ou estados. Os professores – 10 a 12, em média – são oriundos tanto do mercado profissional quanto da UFRJ. Dois terços do total de alunos são moradores de favelas e periferias da cidade.

lições aprendidas | desafios

A principal lição aprendida desde a formação da primeira turma da ESPOCC é a necessidade de tornar a escola algo mais do que um espaço de formação. Para garantir o rendimento e mesmo a frequência dos alunos – os quais, em geral, trabalham durante o dia em outras regiões da cidade – o projeto busca ser atrativo e dinâmico, realizando eventos e atividades práticas.

O maior desafio da ESPOCC é a frequência dos alunos. Por problemas diversos, que vão das condições econômicas do aluno à falta de interesse no módulo, os profissionais da escola precisam criar estratégias para evitar a evasão e a baixa frequência. Assim, são feitas autoavaliações e avaliações coletivas que ajudam o aluno a entender e refletir sobre suas ausências.

“Nosso grande desafio é sermos atrativos para essas pessoas que muitas vezes trabalham o dia todo, precisam atravessar a cidade para ficar aqui por três horas e meia. Com essas estratégias, mais do que reforçar o convite para a aula, queremos fazer com que o aluno entenda as razões pelas quais não foi para a aula”
Raika Moisés, Observatório de Favelas.

