

VOL. 1

COLEÇÃO

MOBILIZA

CONECTANDO PESSOAS,
MOBILIZANDO RECURSOS

ORGANIZAÇÕES SOCIAIS CONECTADAS

TENDÊNCIAS E DESAFIOS PARA O SÉCULO XXI

SUMÁRIO

ESPECIAL

04. Passado, presente e futuro: organizações conectadas com os desafios de seu tempo

EM DEBATE

08. Campo social em transformação

CONEXÕES

10. Experiências que inovam (e transformam)

IDEIA

12. 5 Características de organizações sociais conectadas

RADAR

13. Dicas de canais e materiais para aprofundar as reflexões sobre os desafios das organizações do século XXI

EXPEDIENTE

Este fascículo é um produto que faz parte da Coleção Mobiliza.

Projeto editorial e realização: Estúdio Cais
- Projetos de Interesse Público
Redação e produção: Daniele Próspero
(Mtb 14.011) e Rodrigo Bueno
Projeto gráfico e diagramação - Gláucia Cavalcante

EDITORIAL

CONHECIMENTO COMO PROPÓSITO

Quando comecei minha carreira como profissional de mobilização de recursos, há 22 anos, existia pouca informação disponível sobre o universo das organizações da sociedade civil.

Hoje, em pleno século XXI, a informação virou um bem abundante, mas, ao mesmo tempo, é preciso um esforço para encontrar conteúdo relevante, inspirador e de confiança. Sigo à procura de informação que me desestabilize, que provoque um repensar, que traga um sopro de inspiração para enfrentar os velhos desafios de sempre.

É com essa motivação, de gerar conteúdo relevante para o campo, que lançamos a Coleção Mobiliza, da qual este primeiro fascículo faz parte. Queremos promover novos conhecimentos como parte de nosso propósito de ampliar o impacto social e a capacidade das organizações de mobilizarem recursos para suas causas. A cada três meses, publicaremos uma nova edição, sempre com temas e abordagens inovadoras para o setor da sociedade civil.

E, para chegar a este resultado, fizemos um grande mergulho para discutir quais são os desafios das organizações do século XXI. Conversamos com uma série de especialistas, pesquisadores e empreendedores sociais. Suas percepções, apostas e conflitos estão diluídos nesta publicação, que foi concebida com a missão de ser simples, objetiva e inspiradora.

Entre tantos achados, este caderno tenta desvendar que organização é essa capaz de influenciar seu campo. Em meio a tantas reflexões que emergiram da pesquisa, diria que, se fosse uma pessoa, ela seria aquele amigo que todos querem ter: comunicativo, antenado, verdadeiro e sempre em movimento.

Como parte do ecossistema de impacto social, a Mobiliza oferece sua contribuição, e espera que isso possa mobilizar o recurso mais importante que existe: nossas cabeças pensando e arquitetando um mundo mais justo, mais solidário e mais próspero.

Boa leitura!

Rodrigo Alvarez - Diretor executivo da Mobiliza



ESPECIAL

Passado, presente e futuro: organizações conectadas com os desafios de seu tempo

Discutir as tendências, os desafios e as perspectivas de atuação das organizações da sociedade civil no Brasil do século XXI, passa, necessariamente, por uma reflexão ampla sobre o contexto que tem influenciado esse campo nas últimas décadas.

Adriana Ramos, membro da diretoria executiva da Abong e coordenadora do Programa de Política e Direito Socioambiental do Instituto Socioambiental (ISA), lembra que uma das principais mudanças diz respeito à forma como algumas organizações da sociedade civil se estruturaram no Brasil, pautadas em parcerias e financiamento da cooperação internacional.

Por conta das transformações e avanços sociais e econômicos que o Brasil viveu nos últimos 20 anos, o financiamento internacional foi diminuindo. “Essa mudança crucial fez com que as organizações tivessem de buscar apoio na própria sociedade brasileira, e isso é difícil, pois não temos uma cultura estabelecida de doação. O setor privado não tem a prática de investir na sociedade civil para o desenvolvimento de ações mais autônomas. As oportunidades que aparecem são para prestação de serviços ou para ações das áreas de interesse das empresas”, avalia Adriana.

A chegada de novos atores no campo, como os **negócios de impacto** – empreendimentos que geram retorno financeiro, mas com foco no impacto socioambiental –, traz também novos desafios para a forma como as organizações sociais captam recursos.

“Trata-se de uma profunda mudança. O relatório J.P. Morgan - *Perspectives on Progress: The Impact Investor Report*, de 2010, estimava que o investimento de impacto até



Atividades realizadas pela organização Abraço Cultural

2020 poderia chegar a movimentar um trilhão de dólares no mundo. Já estamos vendo isso acontecer. Hoje estima-se algo na casa de 2,6 trilhões de dólares em investimento de impacto no mundo. As organizações sociais, por outro lado, precisam desenvolver modelos de negócios mais sustentáveis, técnica, operacional, institucional e economicamente. Antes as organizações captavam recursos em fundos filantrópicos e sem necessidade de uma prestação de contas tão rígida. Hoje é muito diferente”, explica Marcel Fukuyama, co-fundador da Din4mo.



“AS ORGANIZAÇÕES PODEM PENSAR NA PERSPECTIVA DE CRIAR ALTERNATIVAS DE FINANCIAMENTO PARA SUAS AÇÕES, AMPLIANDO SUA ATUAÇÃO COM CAUSAS, PENSANDO EM INOVAR NO CAMPO DA TECNOLOGIA, DOS SERVIÇOS, TRAZENDO SOLUÇÕES PARA PROBLEMAS PÚBLICOS”

SÉRGIO ANDRADE - DIRETOR DA AGENDA PÚBLICA



Sociedade conectada

Em paralelo a esse debate, é preciso destacar também que, a partir de 2010, emerge ainda um novo sujeito político, o cidadão interconectado, que no mundo todo mostra sua cara a ponto de ser eleito em 2011 a “pessoa” do ano da Revista Time. Quem não se lembra do cartaz “Saímos do Facebook”, empunhado nas manifestações brasileiras em junho de 2013?

Com a explosão do mundo virtual e essa relação do indivíduo com a informação, a forma com a qual os cidadãos são chamados à participação dos debates políticos, uma nova dinâmica para o campo social é apresentada. Há um ativismo local mais forte e a tendência de participação social deixa de ser institucionalizada, com o surgimento de espaços informais em que a influência política consegue se traduzir de forma mais efetiva.

“Essa dinâmica de participação mais dispersa e diversa coloca em questão o próprio papel das organizações. E isso traz algumas questões. A primeira é como as organizações dialogam com essa sociedade difusa e com vontade de participar, mas que não necessariamente vai buscar na organização esse espaço para tal. Ou seja, é preciso lidar com esse público, respeitando a sua autonomia. A questão da linguagem passa a ser fundamental. As organizações que têm conseguido utilizar uma linguagem interessante e simples têm grande potencial de contribuição ao debate público. O nosso papel agora é de colocar à disposição desse público todo o conhecimento que as organizações têm e ajudar a mediar o debate, qualificar melhor a participação”, sinaliza Adriana Ramos.

As organizações do século XXI

O fato é que esse novo cenário tem demandando das OSC um esforço de repensar, alterar e criar novas formas de fazer em diversas frentes.

“É hora de inovar, pois a forma como as organizações atuam não dá mais conta. Por isso, elas precisam pensar: como eu faço os serviços, projetos, adequados a esse novo mundo em que eu vivo? Como eu penso a forma que eu ofereço meu trabalho? Como eu comunico tudo isso? É hora das organizações olharem para o seu planejamento estratégico”, sinaliza Patrícia Santin, sócia-fundadora da Sementeira - Inovação Social e Desenvolvimento.



Patrícia Santin - sócia-fundadora da Sementeira - Inovação Social e Desenvolvimento

Um ponto crucial, apontam os especialistas, são os esforços no campo da comunicação, tendo em vista que as organizações precisam comunicar de forma mais evidente o que fazem e o benefício do que fazem para sensibilizar a sociedade sobre o seu trabalho. Estar e se fazer presente nas redes sociais não é só tendência, mas tática de sobrevivência. Para Sérgio Andrade, as organizações que utilizam as novas ferramentas de comunicação com as características e os anseios da população mais jovem tendem a se destacar.



O Instituto Socioambiental (ISA) tem se posicionado nas redes sociais, a exemplo da divulgação do vídeo da campanha #MenosPreconceitoMaisÍndio. O post do Facebook contou com cerca de 400 comentários, algo nunca acontecido antes. A organização teve de desenvolver uma estratégia ativa, na perspectiva de construir conhecimento, pois muitas das mensagens continham cunho racista e descontextualizado. O ISA contou com um grupo de pessoas na instituição e parceiros para contribuir com o debate. “Isso é bacana, pois nos tira dessa ‘bolha’ do setor que é conversar entre nós mesmos. Mas por outro lado é assustador. Qual a melhor estratégia? Isso demanda um esforço de tempo, de pessoas, de paciência, mas temos que fazer. A organização deve ajudar a sociedade a compreender melhor as questões” – aponta Adriana Ramos.



Outro aspecto fundamental é a adequação às exigências formais destes novos modelos de financiamento, com a necessidade de reporte de **resultados** e demonstração de impacto, registro e abertura de dados e informações. Questões que impactam na estruturação interna das organizações, com a criação de mecanismos de controle e prestação de contas efetivos. Ou seja, melhor governança e maior transparência são essenciais.



“ESSE PONTO É UM DOS MAIORES DESAFIOS HOJE: COMO PRECIFICAR? COMO QUANTIFICAR? COMO CONSTRUIR TESES DE IMPACTO? A ALIANÇA INTERSETORIAL ENVOLVENDO FINANCIADORES, ORGANIZAÇÕES SOCIAIS, EMPRESAS É, SEM DÚVIDA, COLOCAR ISSO DE PÉ. É UMA FORMA DE DIRECIONAR CAPITAL PARA ORGANIZAÇÕES SOCIAIS E, AO MESMO TEMPO, CRIAR INCENTIVOS PARA QUE A AVALIAÇÃO DESSE IMPACTO SEJA BASTANTE ROBUSTA”

MARCEL FUKUYAMA, CO-FUNDADOR DA DIN4MO

Por isso, modelos organizacionais mais fluídos, abertos, flexíveis e menos hierárquicos tendem a se destacar. “A estrutura muito pesada, com planejamento engessado, impede que a organização se transforme. Hoje é uma coisa e amanhã é outra. Ela precisa ser flexível para poder aproveitar as oportunidades que surgem no dia a dia”, comenta Patrícia Santin.

As oportunidades passam, inclusive, apontam os especialistas, por estar atento às temáticas mais emergentes, às causas urgentes da sociedade, nas quais as organizações precisam se conectar e atuar de forma mais efetiva. **Temáticas** como mudanças climáticas, mobilidade urbana, controle social, participação política, gênero, refugiados estão na pauta.



Rodrigo Savazoni - um dos fundadores do Instituto Procomum

“As questões centrais não mudaram. O que muda são os caminhos de enfrentar problemas históricos que perseguem a humanidade (a maior parte deles produzidos pela própria humanidade). Ou seja, não pode haver uma organização social inovadora que não esteja plenamente dedicada ao combate à desigualdade, à afirmação de uma democracia real, em conexão com os ‘de baixo’. Sem isso, o caminho pode ser interessante, mas o foco é inócuo. Os problemas atuais para enfrentar essas questões são de escala global, o que só amplia nossa responsabilidade. Ao longo dos tempos, muitas outras mulheres e homens se dedicaram à construção de um mundo mais justo e livre. Entendo que estamos construindo mais um capítulo dessa história. Tudo isso para dizer que valores como a democracia, a luta pela igualdade e a liberdade, o compromisso ético com o outro e a diversidade são os que não podemos perder de vista”.

Rodrigo Savazoni, Georgia Nicolau e Niva Silva - criadores do Instituto Procomum

Cadê os recursos?

Para enfrentar as questões ligadas à sustentabilidade financeira, as organizações precisam compreender que os recursos fluem, cada vez mais, para quem encontra soluções compartilhadas para resolver os problemas sociais e ambientais e consegue comprovar seu impacto. Além disso, precisam compreender que elas próprias são fontes de muitos recursos fundamentais para o futuro próspero da humanidade e do planeta.

Nesse caminho, será fundamental desenhar um modelo de financiamento que seja alinhado ao seu propósito, sustentável e diversificado – que possa envolver a criação de negócios sociais, geração de receitas próprias, parcerias com empresas, doações individuais etc. O importante é entender que receitas e propósito devem estar alinhados e que ninguém faz nada sozinho.

“O compartilhamento de causas, de problemas, de estru-

turas, de financiamento, também é uma tendência muito importante que precisa ser observada. Vamos ter mais organizações que vão funcionar em regime de cooperação, de condomínio, operando no mesmo ecossistema. Elas vão estar mais próximas, e isso pode diminuir a perspectiva de competir por recursos, na medida que eu tenho complementações para um impacto mais sistêmico”, aponta Sérgio Andrade.

Para o co-fundador da Din4mo, inclusive, uma característica marcante das organizações do século XXI é justamente essa abordagem extremamente sistêmica, com uma grande capacidade de mobilização e articulação. “São instituições com um viés de trabalho intersetorial muito forte, trabalhando com *advocacy*, com influência em políticas públicas, com um domínio técnico importante. E, principalmente, com capacidade de estabelecer alianças e parcerias estratégicas.”

Relação com o Estado

Diante de um Estado que, cada vez mais, deixa de atuar na perspectiva mais estruturante de produção de políticas públicas, abre-se um espaço e um campo de atuação para as OSC. As organizações que irão se destacar nesta relação, acredita Sérgio Andrade, são aquelas que trazem alternativas para a solução de problemas locais.

“No ponto de vista local, dada a fragilidade dos municípios e a crise de financiamento, há um movimento para fazer junto. Os municípios demandam isso: em que medida as organizações são capazes de construir alternativas para atender aos cidadãos? Isso vai abrir um ciclo de inovações nas cidades. Trabalhar com os governos será uma oportunidade para conseguir pensar em alternativas um pouco fora do padrão, de fazer diferente porque não vai haver uma grande ingerência do governo federal.”

Por outro lado, destaca o especialista, essas inovações precisarão estar acompanhadas do envolvimento de órgãos de controle e, em alguma medida, do legislativo. “As organizações que queiram trabalhar, inclusive, pela qualidade do legislativo, têm grande espaço, com financiamento internacional. No caso brasileiro isso é visível. Terão pela frente um enorme desafio, mas muito espaço”, ressalta.



EM DEBATE

Campo social em transformação

Conversamos com Pedro Abramovay, advogado, professor de Direito e diretor para a América Latina da Open Society Foundations, sobre quem são e quais os maiores desafios para as organizações sociais dos dias de hoje. Entre diversas pautas importantes no campo social atual, Pedro chama a atenção para a governança das organizações e para as dificuldades para captar recursos no país. Confira:



Mobiliza - Qual a razão social da organização social do século XXI? São associações, cooperativas, coletivos, laboratórios, todos estes? Ela tem uma razão social em particular?

Pedro Abramovay - Não existe um modelo único. Por um bom tempo vivemos um modelo muito tradicional de organização social. Acho que nos últimos 10 anos começamos a questionar a própria ideia de organização muito hierarquizada. O sentido de intermediador também começou a ser questionado – assim como nos mercados de música, táxi, etc. A internet possibilitou relações entre pares. Isso sem dúvida teve um grande impacto no movimento social como um todo. O discurso dos movimentos de hoje está muito na linha de não ter hierarquia, de horizontalidade. Tudo isso, claro, reflete na maneira das organizações da sociedade civil funcionarem.

Mobiliza - E a tecnologia tem acelerado e dado potência a estas transformações?

Pedro Abramovay - Exato. Ao mesmo tempo em que a internet traz uma força nova, essa ideia de conexão, de rede, percebo que essa potência é muito mais no sentido de colocar coisas abaixo, do que de construção. Junho de 2013 foi o retrato disso. Muita coisa foi colocada abaixo. Mas qual construção tivemos a partir

daí? Que agenda concreta nasceu? O debate atual é entender como essas organizações e movimentos menos hierarquizados são capazes de propor, de avançar e de construir agendas.

Mobiliza - E o que essas organizações e movimentos menos hierarquizados têm em comum?

Pedro Abramovay - Tem um ponto importante aí que é a questão geracional. Os mais jovens têm mais dificuldade de se estruturarem em organizações de perfil muito tradicional. E, naturalmente, os temas que sensibilizam essa geração acabam entrando na agenda destas novas organizações. Mas acho que o debate mesmo é como a gente concilia essas coisas. Temos muitas organizações mais tradicionais que são extremamente eficientes.

Mobiliza - Comparando, então, esses modelos mais tradicionais com os contemporâneos, o que podemos falar sobre as estratégias de comunicação?

Como essas organizações falam com seus públicos?

Pedro Abramovay - Tem um debate muito relevante hoje em dia sobre a nossa relação com as redes sociais. Vejo ainda muitas organizações que atuam na chave 'vamos fazer nosso trabalho e depois vemos como a gente comunica'. Isso é uma coisa que não funciona. A

comunicação tem que ser um elemento tão importante quanto a própria política, a forma de atuação da organização. Ela deve estar na concepção do projeto. Comunicação deve ser um tema completamente integrado à lógica inicial, à estratégia da organização. Outro tema ligado à comunicação que acho bastante atual é o uso de dados [de usuários de redes sociais, por exemplo] em campanhas e uso de inteligência artificial, como robôs, em determinadas ações. Tivemos recentemente o caso da campanha do [Donald] Trump. É um dilema ético que precisa ser discutido. E esse debate precisa ser ocupado pelas agendas progressistas.

Mobiliza – E como você enxerga o cenário brasileiro quando o assunto é mobilização de recursos e sustentabilidade institucional de organizações sociais?

Pedro Abramovay - Não dá pra pensar captação de recursos se você não tiver uma estrutura para gerir tudo isso. Também é preciso pensar o planejamento no longo prazo, e não tudo para o mês que vem. Ou seja, uma organização sustentável precisa de um bom modelo de governança. E esse é um ponto importante: algumas pessoas da nova geração são muito inovadoras, mas têm preguiça de pensar a governança. Do ponto de vista do financiamento, é preciso salientar que a cultura de filantropia no Brasil é muito diferente dos modelos norte-americano e europeu. As fundações são, sobretudo, de caráter corporativo, ligadas a grandes empresas. Em alguns casos isso significa uma aversão a correr riscos, e um tipo de investimento voltado para projetos próprios e não para o repasse de recursos para outras organizações que estão testando ideias diferentes. O que eu quero dizer é que não é um ambiente fácil, no caso do Brasil, para pensar a sustentabilidade institucional. Ao mesmo tempo ainda não temos uma cultura de doações individuais estabelecida no país. E tudo isso em um cenário de desconfiança para com as instituições no Brasil. Logo, fica muito mais difícil para as organizações serem criativas e inovadoras.

Mobiliza – A Open Society Foundations financiou um estudo chamado “Organizações Sólidas em um Mundo Líquido”, da pesquisadora Lucia Nader*. Que reflexões essa experiência provocou?

Pedro Abramovay - O que eu destacaria é essa ideia de que as organizações eram pensadas como representantes de alguma coisa. Quando nossa capacidade de articulação era menor, quando não existia internet, nós precisávamos de organizações que funcionassem como a voz de um grupo, de uma causa. Era uma ideia de representação.

Hoje vemos um movimento que vem da ação em rede, com novas agendas, maneiras de interação, de inovar.

Mobiliza – De novo: a tecnologia ajudou a transformar o campo social.

Pedro Abramovay - Sim. O papel das organizações mudou. Não dá pra falar por cima do ruído das redes. Hoje, elas precisam aprender a se apropriar dos debates para propor agendas interessantes.

* Lucia Nader é pesquisadora, ativista de direitos humanos, fellow da Open Society Foundations e responsável pela pesquisa “Organizações Sólidas em um Mundo Líquido”. Confira abaixo um trecho da entrevista que ela concedeu à Mobiliza. A entrevista completa pode ser acessada em: goo.gl/fbwNkB

Inovação e comunicação

"Hoje a comunicação é de mão dupla, e quase imediata, especialmente nas mídias sociais. É importante aproveitar algumas grandes notícias para falar da causa de um jeito mais quente. Não é só o relatório institucional, que tem sua valia e público específico. Percebe-se que algumas instituições têm medo de perder o controle sobre a informação, de sua narrativa. Isso é natural. No entanto, pode ser algo benéfico porque as pessoas vão reproduzir a sua mensagem de um jeito novo, mais palatável, que talvez não siga as normas técnicas esperadas, mas que é uma maneira diferente de divulgar a causa. A inovação é uma palavra super-inflacionada. Está na moda. Muitas OSC torcem o nariz ao ouvi-la. Mas é uma realidade. Então, é importante que cada organização defina para si o que é inovar, no que ela quer inovar (processos, estruturas, estratégias, linguagem). Não precisa ser só na ponta. Quem quer inovar tem de contar com uma equipe que acredite na causa, mas que não tenha receio de errar, de recomeçar, de correr riscos. Do contrário, a solidez vai persistir de um jeito hermético, distanciando a organização cada vez mais da atual realidade."

CONEXÕES

Experiências que inovam (e transformam)

Ao longo do período que marcou a produção deste caderno, conversamos com diversos especialistas de muitos setores. Com a pesquisa, mapeamos algumas iniciativas que estão conectadas aos conceitos mais contemporâneos do campo social. São muitas as descobertas. Abaixo listamos três casos inspiradores.



Mobilização nas ruas e nas redes

“Temos muita flexibilidade para trabalhar o tema do momento e isso nos imprime um caráter muito atual. Nos conectamos com o que as pessoas estão falando e isso faz com que o engajamento seja maior. Monitoramos os temas da cidade, aqueles que impactam a vida das pessoas, e, quando percebemos algo incomodando a vida pública, uma pauta amplamente debatida ou uma boa política pública que está meio esquecida, montamos uma campanha de mobilização. Além disso, atuamos com tecnologia e isso é uma característica das organizações atuais. Precisamos estar onde as pessoas estão e elas estão nas redes sociais. Não tem como pensar numa organização atual que esteja fora deste circuito.”

Anna Livia Arida

Diretora executiva da **Minha Sampa**

A **Minha Sampa** hoje é um projeto da organização ‘Nossas’ – a antiga ‘Nossas Cidades’, um grande laboratório de ativismo. Entre as atividades está, por exemplo, a criação de aplicativos para promover o engajamento das pessoas nas campanhas. A flexibilidade da organização tem a ver com o modelo de captação de recursos: não aceita recursos de governos. A estratégia sempre foi de captação institucional, com algumas atividades via *crowdfunding* para ações específicas.

A atuação da Minha Sampa segue alguns princípios que, segundo a equipe, impactam e conquistam a participação do público: 1. Todas as campanhas são muito embasadas, ou seja, preparadas a partir de dados, pesquisas e fatos consistentes; 2. As estratégias são pensadas para que as pessoas sejam parte da solução, participando ativamente das ações (envio de e-mail, postagem via redes sociais, presença nas atividades presenciais etc.); 3. Todas as conquistas e também as não realizações são compartilhadas constantemente com a rede que se engaja nas campanhas; 4. As ações são sempre apartidárias.

minhasampa.org.br



Novos olhares para enxergar as pessoas

“Nosso principal objetivo é integrar pessoas que estão na condição de refugiados em nossa sociedade. Assim, buscamos promover a troca de experiências, a geração de renda e a valorização destas pessoas. Para fazer valer nosso compromisso, percebemos que era preciso dar uma outra visão para esse público, ir além da doação. Claro que é importante esse acolhimento primário, mas pensar, de fato, como eles podem contribuir com a sociedade, encarar que também trazem benefícios para todos. Decidimos então potencializar a língua e a cultura, oferecendo cursos de idiomas, ministrados por refugiados. A ideia é transmitir muito mais do que o aprendizado de uma nova língua: queremos quebrar preconceitos e barreiras culturais, aproximando diferentes povos em um único lugar.”

Mariângela Garbelini
Coordenadora geral do **Abraço Cultural**

O **Abraço Cultural**, associação criada em 2015, é um projeto pioneiro no Brasil, que tem se tornado a porta de entrada para muitos refugiados no mercado de trabalho. Apesar de muitos terem ampla qualificação, encontravam diversas barreiras para se inserir no país.

São oferecidos cursos em quatro idiomas: inglês, francês, árabe e espanhol. Os candidatos a professores recebem uma formação do Abraço, que contempla metodologia, didática, como se comportar numa entrevista e fazer currículo. Cerca de 70 refugiados já foram capacitados em São Paulo e no Rio de Janeiro. Hoje, a organização conta com 15 professores e está capacitando mais 20. Todo o material pedagógico é desenvolvido pela equipe, juntamente com os professores.

Na visão da equipe, um dos principais diferenciais do Abraço é justamente o protagonismo dos refugiados. Muitos dos professores hoje trabalham em outras escolas ou se tornaram empreendedores, criando seus próprios negócios.

abracocultural.com.br

Pautas históricas, ações inovadoras



O **Instituto Procomum** é uma organização da sociedade civil, sem fins lucrativos, fundada em 2016, que atua no campo para a promoção do bem comum. Entre as experiências está o ORG.LAB, um laboratório colaborativo e distribuído para formular caminhos inovadores e o LABxS (Laboratório Santista), uma rede de pessoas-iniciativas-infraestruturas que o Instituto articula na cidade de Santos, litoral paulista. No LAB, são organizadas oficinas de produção e formação, além da administração de um banco aberto e livre de projetos e chamadas públicas para iniciativas cidadãs criativas e inovadoras.

Junto ao Instituto Cidade Democrática, o Procomum está trabalhando na construção de uma plataforma de *marketplace* para trocas de conhecimento e serviços.

procomum.org

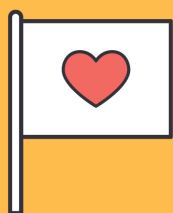
“Para nós, inovação é introduzir uma diferença na diferença. Fazer de um jeito diferente aquilo que sempre se fez ou fazer algo que ainda não foi feito anteriormente. Uma ginga, um drible, um meneio de corpo, fazem um futebol inovador. Acreditamos, portanto, que é impossível ser inovador sem ser criativo, sem dar asas à imaginação, sem entregar-se às trocas culturais, sem incorporar a arte no cotidiano. E tudo isso com foco no que realmente importa. Não pode haver uma organização social inovadora que não esteja plenamente dedicada ao combate à desigualdade, à afirmação de uma democracia real, em conexão com os ‘de baixo’. Sem isso, o caminho pode ser interessante, mas o foco é inócuo.”

Rodrigo Savazoni, Georgia Nicolau e Niva Silva
Criadores do **Instituto Procomum**

Confira as entrevistas na íntegra e também a lista completa de iniciativas transformadoras no site da Mobiliza (mobiliza.com.br). Acesse e compartilhe essas experiências.

IDEIA

5 CARACTERÍSTICAS DAS ORGANIZAÇÕES SOCIAIS CONECTADAS



IDENTIDADE

Atuam com causas relevantes, têm genuína ligação com as agendas adotadas e estão atentas a temas emergentes.



VALORES E PESSOAS

Possuem valores claros, que inspiram atitudes, mobilizam pessoas e provocam ações transformadoras.



GOVERNANÇA E PROCESSOS

São flexíveis, inovadoras e menos hierárquicas. A tecnologia e a comunicação estão na essência de sua estratégia.



FINANCIAMENTO

Têm modelos de financiamento alinhados ao seu propósito. Procuram relações de troca e retroalimentação.

RELACIONAMENTOS

Entendem-se como parte de um ecossistema de impacto coletivo. Sabem se relacionar e construir uma forte rede de apoiadores.



RADAR

O espaço deste caderno é pequeno para tanto conteúdo que o tema desta edição permite. Dessa forma, propomos algumas pontes para outros espaços de conhecimento. Confira dicas de canais e materiais para aprofundar as reflexões sobre os desafios das organizações do século XXI.

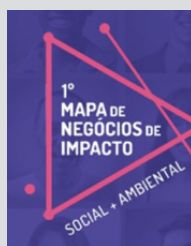
PUBLICAÇÕES



O Fluxo das Causas – os desafios da comunicação de causas sociais depois da revolução digital
Instituto Arapyaú, Cause e Shoot the Shit

O estudo faz uma leitura da evolução de algumas causas no Brasil e aponta exemplos e desafios para organizações e lideranças interessadas em influenciar o debate público.

 goo.gl/acj1pl



Primeiro Mapeamento Brasileiro de Negócios de Impacto Socioambiental
Pipe.social

A pesquisa, que contou com o apoio de quase 40 parceiros, traz o perfil de cerca de 580 negócios de impacto mapeados no país.

 www.pipe.social/mapa2017



Philanthropy and the Social Economy: Blueprint 2017
Lucy Bernholz

A publicação anual traz um panorama sobre as principais tendências e os caminhos para o uso dos recursos privados para o benefício público.

 goo.gl/8ZVgfa

ARTIGOS

Beth Kanter, um dos maiores nomes de captação de recursos em todo o mundo, fala sobre organizações sociais conectadas
Mobiliza

 goo.gl/YSn4v

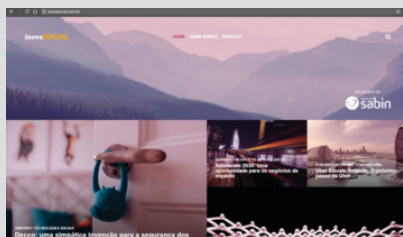
Da escassez à suficiência: em busca de uma permacultura para as organizações sociais
Rodrigo Alvarez

 goo.gl/7ITxUs

Inovação Social - os últimos e os próximos 10 anos
Patrícia Santim

 goo.gl/1kQynM

NAVEGUE



Plataforma Inova Social

A iniciativa do Instituto Sabin é uma plataforma sobre Inovação Social e surgiu com o objetivo de disseminar e fomentar conteúdos sobre o tema.

 inovasocial.com.br



Observatório da Sociedade Civil

Canal de notícias da Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais (Abong). Além de notícias é possível acessar um banco de práticas com ideias inovadoras no campo social.

 observatoriosc.org.br



Amani Institute

O Amani Institute é uma iniciativa comprometida em formar pessoas capazes de provocar impacto social. No site é possível ver vídeos, acessar notícias e fazer cursos sobre temas da área socio-ambiental.

 amaniinstitute.org

MAIS CLIQUES:

Confira também os sites que são referência no setor:

- gife.org.br
- abong.org.br
- philanthropy.com
- ethos.org.br
- abcr.org.br
- socialgoodbrasil.org.br
- redeamerica.org
- thirdsector.co.uk

SOBRE A MOBILIZA

Somos uma empresa de consultoria estratégica, que busca **aumentar a quantidade e a qualidade do uso de recursos para o impacto social**. Utilizamos abordagens centradas no ser humano e temos uma atuação que **prioriza o apoio a organizações da sociedade civil**.

Nossa expertise maior está em torno do tema do financiamento das organizações sociais. Realizamos **estudos de mercado**, criamos **planos de mobilização de recursos**, apoiamos a criação ou incremento de áreas de mobilização de recursos, **realizamos treinamentos e processos de coaching** para equipes e diretoria de organizações.

Além disso, facilitamos **processos de planejamento estratégico**, integrando a sustentabilidade financeira como elemento a ser considerado no plano.

Para mais informações, visite:
www.mobilizaconsultoria.com.br

REALIZAÇÃO



PRODUÇÃO



APOIO IMPRESSÃO

