



FUNDAÇÃO  
**renova**

**Mobilização de Públicos para  
Agendas do Diálogo Social**

Setembro | 2022

# A. **Definições conceituais** das ações de mobilização



# O QUE É MOBILIZAÇÃO?

MO.BI.LI.ZAR



esforço para **comunicar, convidar** e buscar **garantir a presença qualificada** das partes interessadas em uma determinada ação, relacionada a distintas temáticas.



# OBJETIVOS

1. **DISPONIBILIZAR E MULTIPLICAR INFORMAÇÕES:** levar ao conhecimento dos públicos informações sobre a realização de uma determinada ação, garantindo entendimento sobre o que será realizado, quando será realizado e quais os objetivos e resultados esperados.
2. **ENGAJAR OS PÚBLICOS NAS AÇÕES:** favorecer o entendimento, interesse e adesão dos públicos às ações, buscando garantir o amplo envolvimento nas atividades e, desse modo, permitir a adequada realização dos processos de participação e controle social.
3. **QUALIFICAR A PARTICIPAÇÃO:** permitir que os públicos participem de modo informado, conhecendo o objetivo das agendas, as pautas que serão abordadas e tendo acesso a informações que contribuam para sua atuação qualificada nos espaços dialogais.



# MOBILIZAÇÃO NO CONTEXTO DA REPARAÇÃO

## UNIVERSO DE ATUAÇÃO

---

- **44 municípios** atendidos pelo trabalho da Fundação Renova.
- Cerca de **200 comunidades**.
- **Milhares de pessoas atingidas** e partes interessadas.

## COMPLEXIDADE E DIVERSIDADE

---

- Inclui **diferentes grupos sociais**, com **variados tipos de danos**, incluindo produtores rurais, pescadores, comerciantes, areeiros, povos tradicionais, lavadeiras, entre outros grupos.

## DINAMISMO

---

- O **ambiente complexo e dinâmico** é um desafio na tarefa de garantir o conhecimento e a envolvimento dos públicos, levando à necessidade de diferentes estratégias e recursos.



# B. Etapas do planejamento das ações de mobilização



# ETAPAS DO PLANEJAMENTO

O planejamento constitui um passo fundamental para maximizar os resultados e propiciar melhores condições para o envolvimento dos públicos.



# DEFININDO PARÂMETROS DE MOBILIZAÇÃO

quem

- 1. Público-alvo**  
Quais grupos sociais, comunidades e pessoas devem participar das ações.

quando

- 2. Período**  
Quais os dias e durante quanto tempo serão realizadas as ações de mobilização.

o quê

- 3. Conteúdo**  
Quais informações serão repassadas aos públicos durante a mobilização.

como

- 4. Recursos**  
Quais formatos, materiais e recursos de comunicação serão adotados para a mobilização.

- 5. Evidências**  
Quais comprovações serão emitidas a partir da mobilização.



# ESTRATÉGIAS DE MOBILIZAÇÃO

## Informe CIF | Site Renova

Obrigatória para reuniões, com pelo menos 15 dias de antecedência ou tão logo seja definida a realização, com envio ao CIF e publicação no site da Renova (Delib. CIF nº 216).

## Convite Simplificado

Contato ágil e rápido com o público-alvo da reunião, em geral, por meio de telefone, com a disponibilização de informações simplificadas sobre a reunião, tais como data, local e tema da discussão.

## Contato Corpo a Corpo

Ação qualificada, por abordagens de diálogo individualizado e, em geral, presencial, direcionada a cada uma das pessoas que se pretende convidar para participar da reunião.

## Comunicação Ampla

Adoção de recursos de comunicação de massa para potencialização das ações de mobilização, tais como carros de som, fixação de faixas e cartazes, veiculação de spots de rádio, pílulas de WhatsApp, entre outros.

## Contato “Bola de Neve”

Focada em atores-chave e em redes locais que promovam a multiplicação do convite entre as próprias pessoas que compõem o público-alvo.

## Reforço da Mobilização

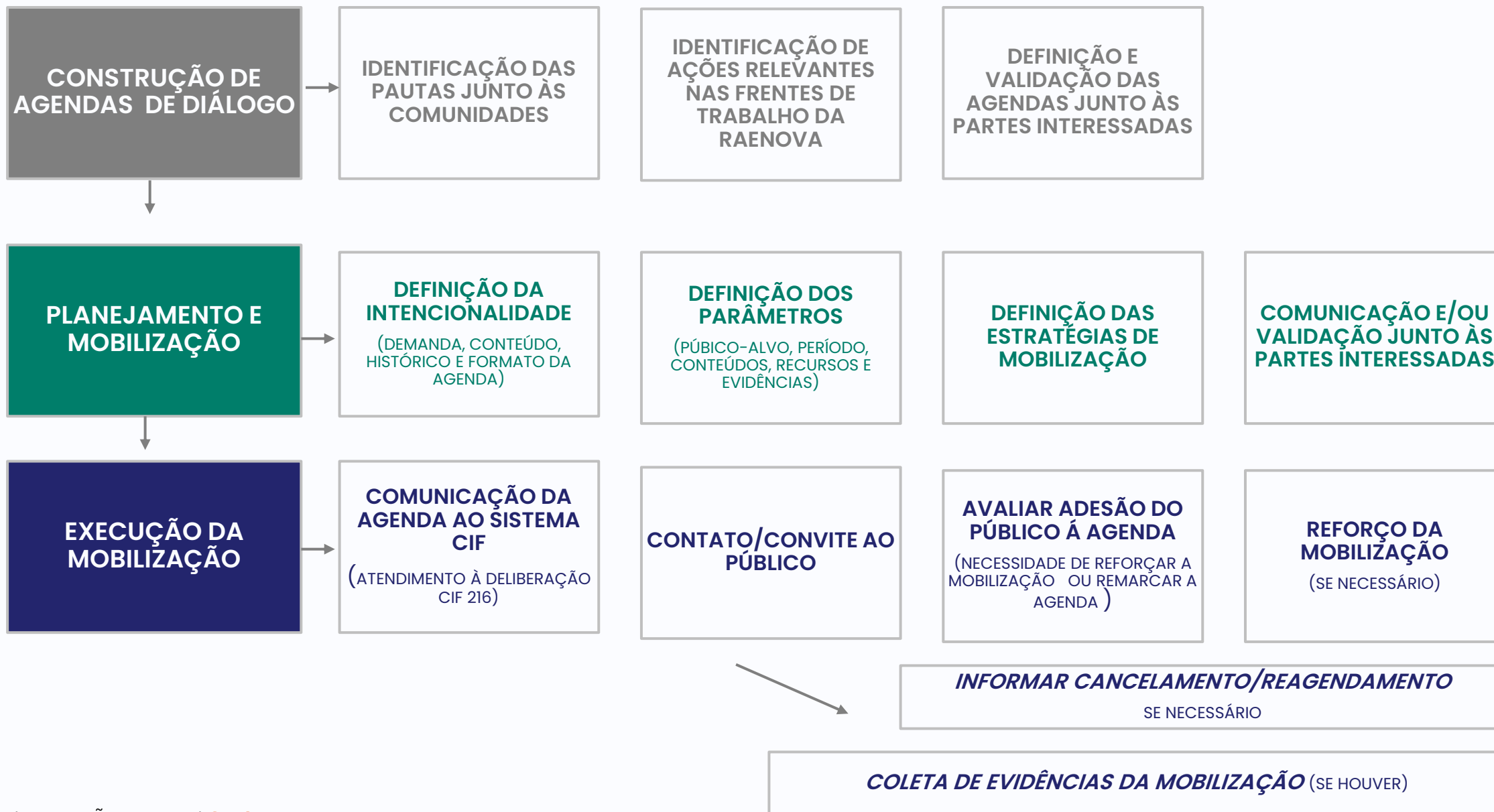
Realização de novo contato com pessoas já mobilizadas, buscando confirmar o interesse e possibilidade de participação na ação, bem como disponibilizando novas informações ao público.



# C. Fluxograma básico

. das ações de mobilização





**D.** **Como a Metodologia de Mobilização**  
permeia os processos centrais da GDCR?



# Volume de Atendimento nos Territórios

## T4. MÉDIO RIO DOCE

Municípios	8
Cadastrros (Fases 1 e 2)	11.577
Stakeholders-Chave*	66
Manifestantes	78.911

## T3. CALHA DO RIO DOCE

Municípios	20
Cadastrros (Fases 1 e 2)	4.741
Stakeholders-Chave*	149
Manifestantes	29.051
Média Reuniões/Mês	6

## T1. MARIANA

Municípios	1
Cadastrros (Fases 1 e 2)	1.629
Stakeholders-Chave*	78
Manifestantes	7.141

## T2. ALTO RIO DOCE

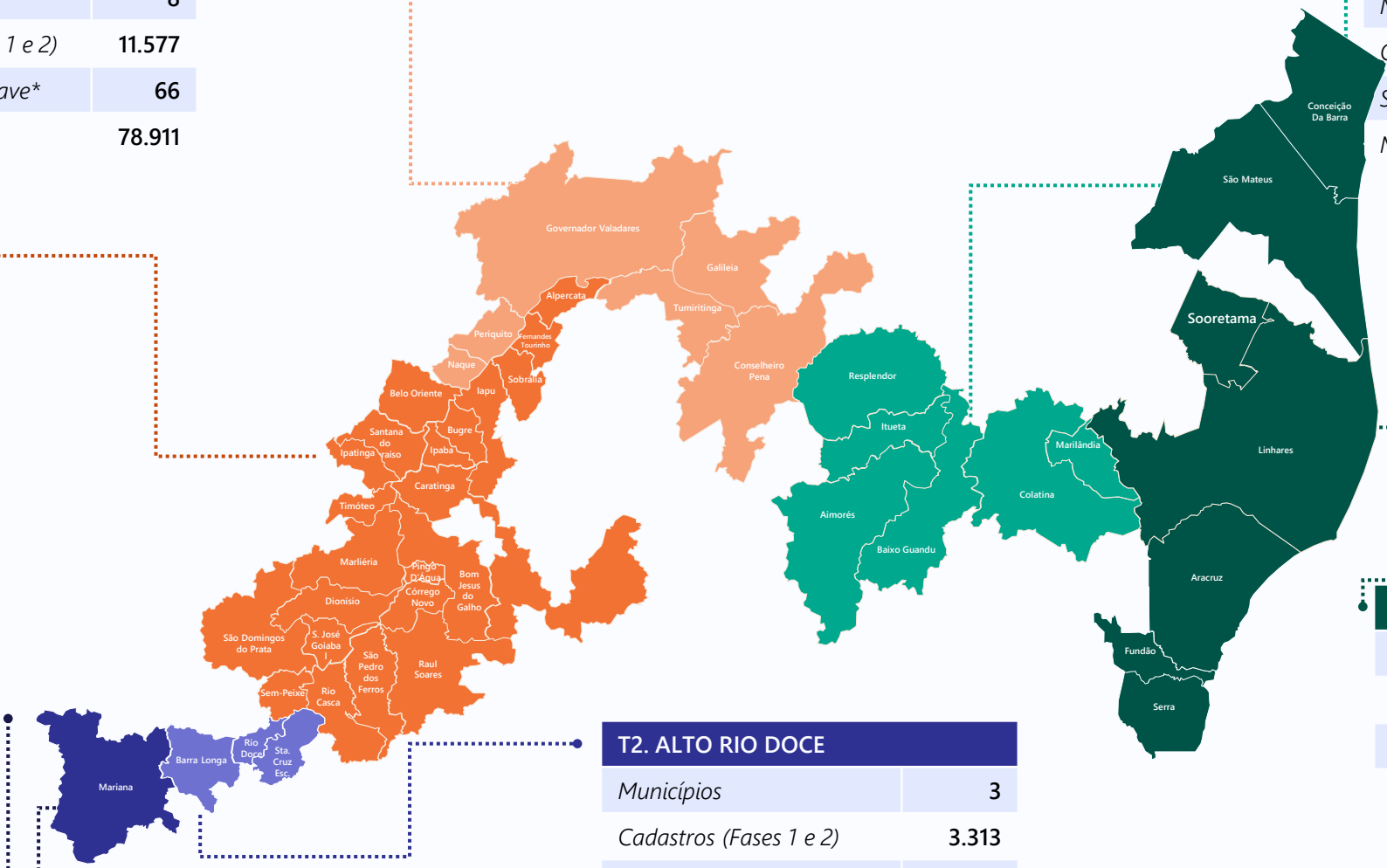
Municípios	3
Cadastrros (Fases 1 e 2)	3.313
Stakeholders-Chave*	114
Manifestantes	10.309

## T5. BAIXO RIO DOCE

Municípios	6
Cadastrros (Fases 1 e 2)	14.374
Stakeholders-Chave*	110
Manifestantes	67.072

## T6. FOZ/LITORAL ES

Municípios	7
Cadastrros (Fases 1 e 2)	16.065
Stakeholders-Chave*	83
Manifestantes	84.079



\*Stakeholder-chave é qualquer pessoa que exerce maior influência no contexto reparatório, sendo que essa influência pode ser exercida (i) em interface direta com a Fundação Renova e/ou (ii) em interface direta com outros atores envolvidos no processo de reparação.



# Alguns Números

Diálogo Coletivo (2021 a Ago/2022)

647

Reuniões

13.866

Participantes

21,43

média de participantes por reunião

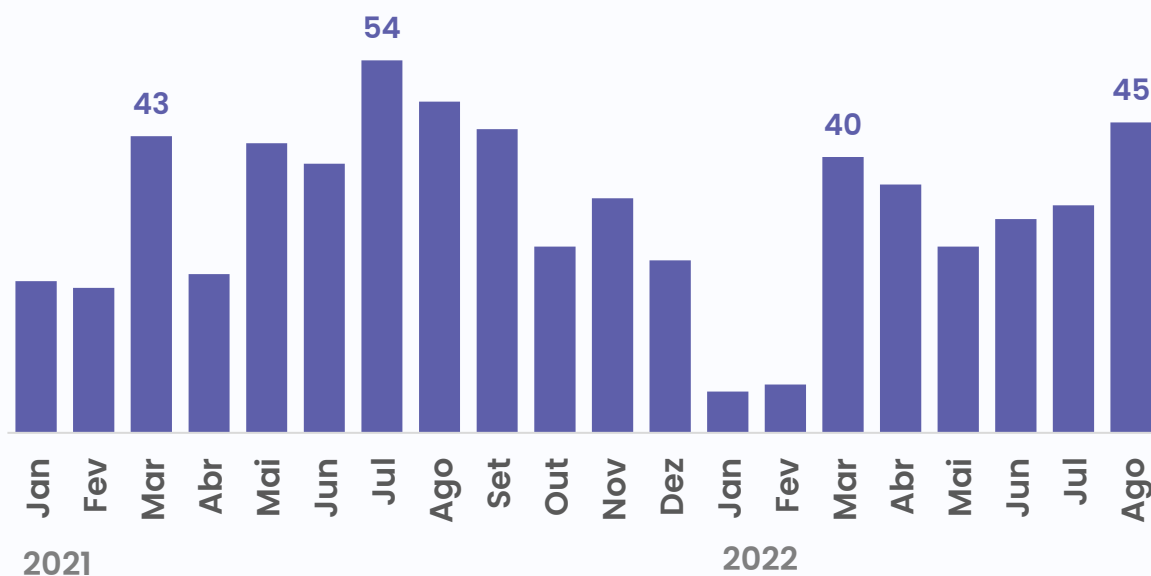
15 participantes

Menor Média  
Em um mês

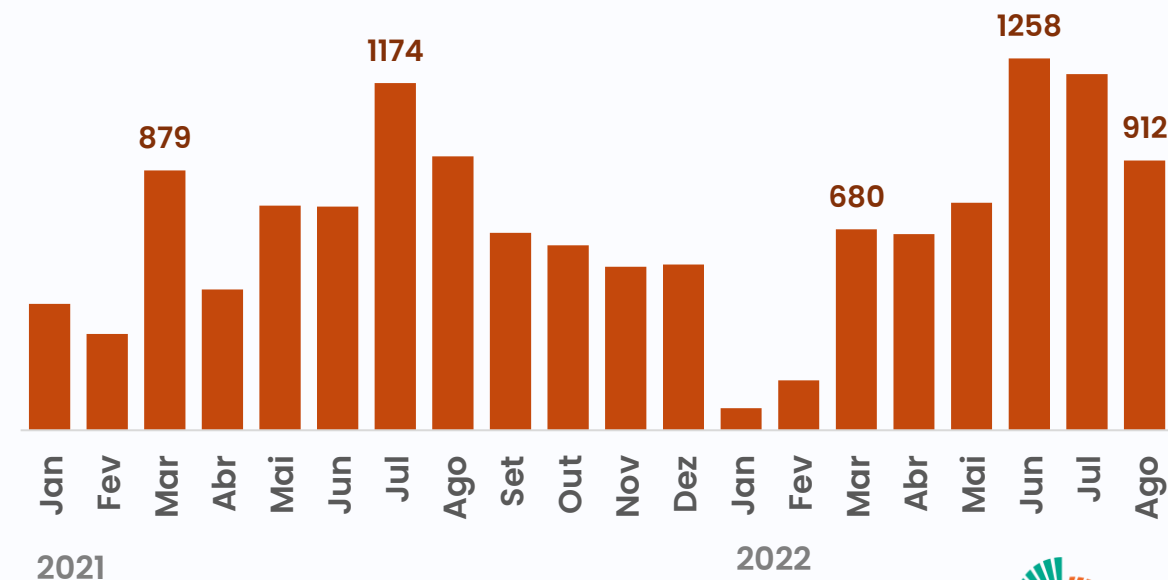
40 participantes

Maior média  
Em um mês

## REUNIÕES



## PARTICIPANTES



# Alguns Números

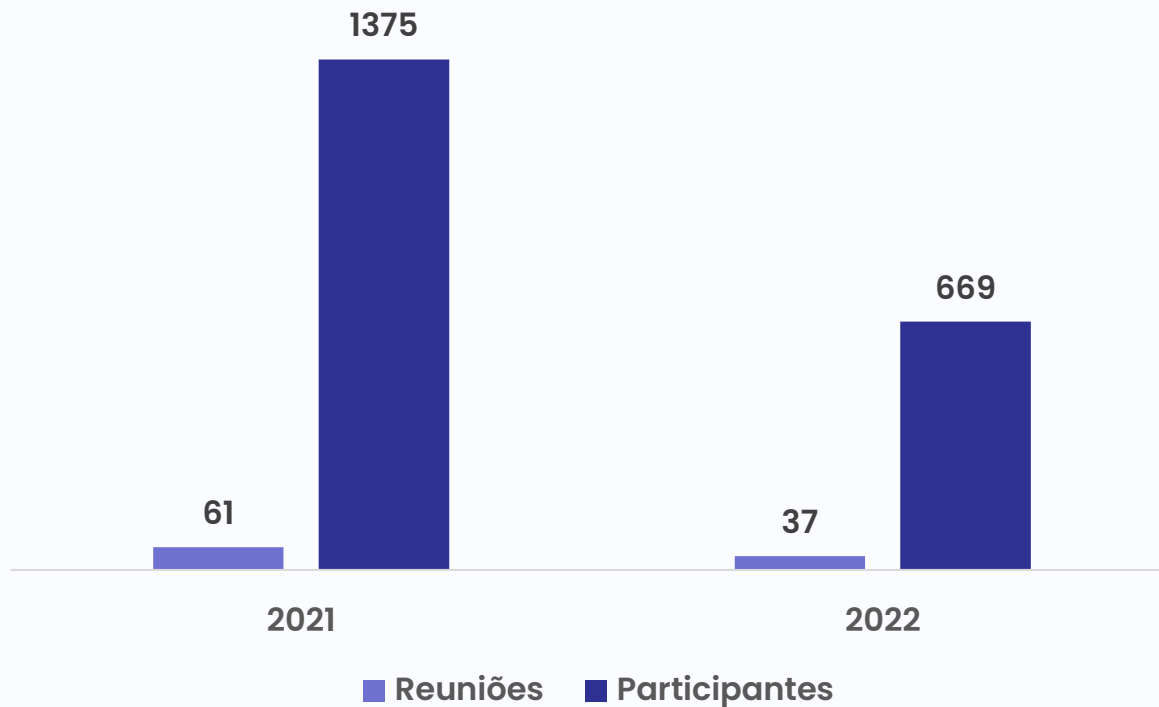
Fóruns de Prestação de Contas (2021 a Ago/2022)

98

Reuniões

2.044

Participantes



20,85

média de participantes por reunião

12 participantes

Menor Média  
Em um mês

72 participantes

Maior média  
Em um mês



## Metodologia de Mobilização e o **Plano de Ação Territorial**

O processo de mobilização **abrange a totalidade das atividades executadas pelas equipes de Diálogo Social e as ações em parceria com os demais programas.**

A última atualização do PAT, realizada em 2022, contou com cerca de

# 241 ações

entre previstas e em andamento, das quais boa parte requer um processo amplo de mobilização junto aos públicos.



## Metodologia de Mobilização e o

# Plano de Ação Territorial

A Gestão de Demandas Coletivas é uma das fontes de desenho e proposição de focos temáticos e agendas de ação dos PATs uma vez que se ancora no processo de **compreensão continuada das demandas e necessidades dos públicos.**

Demanda Coletiva	Ações do PAT
<p><b><i>Calha do Rio Doce</i></b> T321041302   Lideranças do território Calha do Rio Doce solicitam análise e informações sobre a qualidade da água do Rio Doce</p>	<p><b><i>Foco. Qualidade da Água e do Pescado</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Fórum de Prestação de Contas (Resulta) para divulgação de ações sobre monitoramento da água e manejo de rejeitos em Caratinga.</li><li>▪ Fórum de Prestação de Contas (Resulta) para divulgação das ações da Fundação Renova na perspectiva da água, do PG31, e PG05 em Santana do Paraíso</li><li>▪ Diálogo coletivo sobre manejo de rejeito, pescado, água do rio Doce e saneamento básico aos moradores de Bom Jesus do Galho.</li></ul>
<p><b><i>Alto Rio Doce</i></b> T221080601   Promoção de ação para estímulo a contratação de jovens aprendizes.</p>	<p><b><i>Foco. Desenvolvimento Social e Econômico</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Diálogos individualizados sobre contratação de mão de obra local pelo Recoloca.</li><li>▪ Capacitações presenciais para o mercado de trabalho em Rio Doce (Workshops)</li><li>▪ Capacitações presenciais para o mercado de trabalho em Santa Cruz do Escalvado (Workshops)</li></ul>



# Metodologia de Mobilização e o Plano de Ação Territorial

## COMO O PLANEJAMENTO PRÉVIO POTENCIALIZA AÇÕES DE MOBILIZAÇÃO?

Os **PATs**, com o desenho prévio de ações de relacionamento, permitem uma maior efetividade das ações de mobilização na medida em que:

1. com o maior encadeamento lógico de ações de sensibilização do público, as equipes podem promover **mobilizações mais amplas** no território;
2. mobilizações mais amplas permitem **maior engajamento do público** para uma participação efetiva nos espaços dialogais;
3. um público municiado de mais informações para participação nas agendas permite a **otimização do tempo** e a pactuação de **encaminhamentos mais assertivos e aderentes às necessidades**.



# D. Exemplo

## de Processo de Mobilização Social



## MOSTRA DE PROJETOS DA CALHA DO RIO DOCE



## Alguns conceitos na prática...

### ✓ Mote da atividade

O encontro oportunizou o compartilhamento de experiências entre representantes e participantes de projetos desenvolvidos no território da Calha do rio Doce.

Isto com o **objetivo de divulgar as iniciativas, promover encontros e realizar parcerias e promover a melhoria dos editais desenvolvidos pela Fundação Renova** em relação ao perfil dos públicos.



# PROJETAR: INSPIRANDO PESSOAS, CONECTANDO REDES

**Data:** 22/08/2022 **Local:** Unileste. Avenida Barbara Heliodora, 725, Imbaúbas, Ipatinga (MG)

## Público-alvo

**Lideranças, ativos sociais, proponentes de projetos** junto à Fundação Renova **e demais interessados** indicados pelas pessoas e ativos mobilizados pela equipe de Diálogo Social.

## Período

As conversas iniciais para definição de formato, parceiros, público-alvo começaram entre maio e junho de 2022.

As ações de sensibilização para o propósito da Mostra e mobilização aconteceram entre o final de julho e 19/08/22, dia anterior à realização da Agenda.

## Demanda pela agenda

A existência de demandas coletivas e individuais relacionadas à **expectativa de adequação dos editais disponibilizados pela Renova ao perfil dos públicos**, por um lado e, por outro, **oportunidade de qualificar estes públicos para escrita de projetos** e também para troca de experiências e formação de redes.



# PROJETAR: INSPIRANDO PESSOAS, CONECTANDO REDES

## Conteúdo da agenda

- A programação incluiu **espaço de exposição de informações** (banners, totens e estandes) com a participação de cerca de **14 projetos**.
- **Exposição de alguns PGs e áreas** da Renova (PG16, PG17, PG18, PG27, PG35/CIT, Comunicação).
- Uma **Roda de Conversa** visou propiciar a troca de experiências e fomentar a formação de redes entre os participantes.
- Foram exibidos **vídeos de projetos** em curso e **apresentações artísticas**.

## Histórico da agenda

Está relacionado a um processo de percepção, por parte da equipe de Diálogo Social de uma oportunidade de **fomento a redes colaborativas** e espaços de troca de experiências entre pessoas e ativos com interesse na temática de projetos e **familiarização à lógica e linguagem dos editais** de fomento da Renova.



# PROJETAR: INSPIRANDO PESSOAS, CONECTANDO REDES

## Formato da agenda

Agenda realizada no formato de mostra com uso de estandes, banners e totens, roda de conversa e apresentações artísticas.

## Recursos utilizados

- Pílulas de WhatsApp;
- Contatos Ativos,
- Disparo de e-mail para atores institucionais e
- Disponibilização de transporte e alimentação aos participantes.

## Evidências

- Extratos de inscrições,
- Extratos de credenciamento,
- Vídeos produzidos previamente junto a 3 projetos e exibidos durante a Agenda,
- Fotos da Agenda,
- Pílulas de divulgação, mobilização e de reforço da mobilização.



# PROJETAR: INSPIRANDO PESSOAS, CONECTANDO REDES

## Estratégias adotadas no processo de mobilização

- **Levantamento de proponentes**, contemplados ou não, dos Editais Doce, de Fortalecimento das Organizações Locais e do Projeto Raízes e Asas do Rio Doce;
- **Levantamento de stakeholders**–chave e **ativos**–**sociais** relacionados;
- **Levantamento de público** institucional relacionado de alguma forma com a temática;
- Realização de **Oficina de Sensibilização** para a temática de elaboração de projetos (virtual);
- Realização de **visita a projetos** de diferentes territórios;
- Realização de **Oficina de Elaboração de Projetos** realizada em formato presencial;
- **Divulgação ampla**, por meio do envio de pílulas, entre o público mapeado, do processo de inscrição da Mostra;
- **Reforço da divulgação** do processo de abertura de inscrição;
- Apresentação da proposta e **convite aos Programas** para a Agenda;
- Apresentação da proposta e **convite ao RI** para a Agenda;
- **Envio de e-mail convite para atores institucionais** previamente mapeados.



# RESULTADOS DA MOBILIZAÇÃO

Mostra de Projetos da CRD

## 112

PARTICIPANTES NO DIA DO EVENTO

### TEMÁTICAS PREDOMINANTES

- *Cultura;*
- *Esporte;*
- *Recuperação ambiental;*
- *Atividades produtivas*

## 14 estandes

### EXPOSITORES

### PROGRAMAS PRESENTES

- *PG016;*
- *PG017;*
- *PG018;*
- *PG027;*
- *PG035/CIT;*
- *Comunicação*

***20 questionários respondidos com predominância de “ótimo” e “bom” para os itens avaliados.***

## 72

## 13

### INSCRIÇÕES

### MUNICÍPIOS REPRESENTADOS

### LOCALIDADES

- *B. Jesus do Galho;*
- *Bugre;*
- *Caratinga;*
- *Dionísio;*
- *Fernandes Tourinho;*
- *Ipaba;*
- *Ipatinga;*
- *Marliéria;*
- *Pingo D'Água;*
- *Rio Casca;*
- *Santana do Paraíso;*
- *São José do Goiabal;*
- *Sem-Peixe;*
- *Timóteo.*





*Estande do Projeto Quintais Produtivos.*

*Local de instalação do estandes e apresentação dos projetos.*





*Giovanne Maria, a Vaninha. Expositora da Comunidade de Messias Gomes. São José do Goiabal/MG.*



*Os momentos de troca de informações e compartilhamento de experiências entre os expositores deram a tônica do evento.*



## **FALE CONOSCO**

0800 031 2303

[www.fundacaorenova.org/fale-conosco](http://www.fundacaorenova.org/fale-conosco)

## **OUVIDORIA**

0800 721 0717

[ouvidoria@fundacaorenova.org](mailto:ouvidoria@fundacaorenova.org)

[www.canalconfidencial.com.br/fundacaorenova/](http://www.canalconfidencial.com.br/fundacaorenova/)

## **SITE**

[www.fundacaorenova.org](http://www.fundacaorenova.org)

## **REDES SOCIAIS**

Facebook

Youtube

Instagram

Linkedin

Google Plus

