



**CANAIS**

- AGENDA
- AGRONEGÓCIOS
- ARTIGOS
- AUTOS & MOTOS
- AVIAÇÃO & DEFESA
- BANCOS
- CARNAVAL
- COMBUSTÍVEIS
- COMÉRCIO EXTERIOR
- CONSTRUÇÃO CIVIL & DECORAÇÃO
- CULTURA
- DIREITO & JUSTIÇA
- DUTOS
- EDUCAÇÃO & QUALIFICAÇÃO
- EMPRESAS & NEGÓCIOS
- ENERGIA
- ENOGASTRONOMIA
- ESPORTE BUSINESS
- EVENTOS
- FARMACOLOGIA
- FATOR CULT
- FATOR PÚBLICO
- GÁS
- INDÚSTRIA NAVAL & OFFSHORE
- INTERNACIONAL
- INVESTIMENTOS & ÍNDICES
- LIVROS
- LOGÍSTICA
- MARINHA MERCANTE
- MARKETING
- MEIO AMBIENTE
- MODA & BELEZA
- NAVIPEÇAS
- NÁUTICA & PESCA
- PAPEL & CELULOSE
- PERFIL
- PET SHOP
- PETROQUÍMICA
- PETRÓLEO
- PORTOS & TERMINAIS
- PRÊMIOS & HOMENAGENS
- RESPONSABILIDADE SOCIAL
- SAÚDE
- SEGUROS
- SIDERURGIA & MINERAÇÃO
- TECNOLOGIA & INOVAÇÃO
- TURISMO DE NEGÓCIOS

04/08/2015 - 09:46

**Conversar e atuar com a comunidade é o melhor caminho para os investidores sociais**

Existem muitas maneiras para se definir o termo “desenvolvimento territorial”, mas uma das que refletem muito bem o seu movimento é a utilizada pelo Rimisp (Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural), do Chile, em seu programa sobre dinâmicas territoriais rurais. Por sua simplicidade e facilidade de compreensão, além da abrangência e pertinência. Define desenvolvimento territorial como uma composição de processos que resultam em círculos virtuosos que são resultado de crescimento econômico, inclusão social e sustentabilidade ambiental. Dentro dessa abordagem, são considerados exemplos de sucesso aqueles onde seus atores adquirem gradualmente a capacidade de atuar sobre pequenas brechas de oportunidade para ampliá-las em uma direção que faça sentido para o desenvolvimento daquele território. Então, neste raciocínio, as estratégias de desenvolvimento territorial devem ter como característica central dar espaço, tempo e oportunidade aos atores para fazerem seu trabalho[1].

Para qualquer organização, seja uma empresa, um instituto, fundação ou organização da sociedade civil, existem diversas motivações que justificam o investimento em uma comunidade. O que é ponto nevrálgico é entender os ativos, as dinâmicas e as necessidades locais. A partir daí, então, o importante é mapear os impactos que a chegada de uma empresa ou uma organização pode trazer. Este mapeamento deve ser feito em diálogo com a sociedade local, em um processo de troca e conhecimento mútuos. As estratégias para que esses impactos sejam compartilhados precisam ser também discutidas e elaboradas coletivamente.

Os envolvidos devem participar dos processos de elaboração da iniciativa que será implementada no território, e devem se identificar com as estratégias e a forma de implementação. Devem ainda ser estabelecidas responsabilidades mútuas e acompanhamento compartilhado dos resultados. Os caminhos passam por muito diálogo, reconhecimento das especificidades locais e das diferenças nas relações de poder, por estabelecimento de acordos e pactuações, por compartilhamento de informações, por respeito, por alcançar confiança.


É preciso envolver a comunidade sempre. Tudo começa com um trabalho de escuta, como bem orienta a publicação “Financiando a organização de comunidades – A mudança social por meio da participação cidadã”, elaborado pelo Foundation Center. Desta forma, a própria comunidade que vivencia os problemas e enfrenta os desafios tem mais potencial para apresentar as melhores soluções. Outro ponto importante é que, desta maneira, a comunidade pode agrupar-se em temas comuns e importantes para as pessoas, para o desenvolvimento do território. Esses temas podem ser muito variados e englobam desde igualdade de raça, gênero ou orientação sexual; reforma educacional; justiça econômica, ambiental e criminal; direitos do trabalhador e do imigrante até o acesso à habitação e tantos outros.

O que nunca deveria ocorrer é a empresa, instituto ou fundação apenas se instalar no território e não atuar como ator do território. Por isso, o diálogo constante, o compartilhamento de informações (transparência) com as comunidades locais, a construção conjunta de alternativas de desenvolvimento, desde o início, são fundamentais.


. Por: Ana Letícia Silva, gerente de articulação do GIFE, organização sem fins lucrativos com 131 associados que investem R\$ 2,4 bilhões por ano na área social. A rede completa 20 anos em 2015 e vem se consolidando como referência no Brasil em temas relacionados ao investimento social privado. | Perfil—O GIFE é uma organização sem fins lucrativos com 131 associados que investem R\$ 2,4 bilhões por ano na área social. A organização completa 20 anos em 2015 e é referência no Brasil em temas relacionados ao investimento social privado. O principal papel do GIFE é articular organizações privadas que apoiam causas de interesse público e gerar conhecimento sobre o campo. Sua missão é aperfeiçoar e difundir conceitos e práticas do investimento social, definido pelo repasse voluntário de recursos de forma planejada, monitorada e sistemática para projetos sociais, ambientais e culturais de interesse público.

**Enviar** **Imprimir**





Todo en *Cabefacción*



+Ver productos aquí

SODIMAC.COM