

# Comunicação e Engajamento da Causa

Transformando dados técnicos em narrativas de impacto  
para mobilizar a sociedade em favor do desenvolvimento humano

---



## O trabalho existe. O reconhecimento, ainda não.



### Invisibilidade do impacto

Atendemos centenas de famílias, mas os relatórios ficam em gavetas. A sociedade não sabe o que fazemos de fato.



### Dados sem rosto humano

Indicadores como 'cobertura de 68%' ou 'N=2.400 atendidos' não traduzem a transformação real na vida das pessoas.



### Causa sem urgência percebida

Sem narrativa emocional e acessível, doadores, parceiros e poder público não sentem a urgência de apoiar.

## O que é uma narrativa de impacto social?



“

*É a tradução de evidências sociais em histórias que mobilizam pessoas — unindo dado concreto, contexto humano real e chamada à ação em uma linguagem que qualquer pessoa entende e sente.*



### DADO SOCIAL

A evidência que comprova o problema e a transformação gerada pela organização.



### CONTEXTO HUMANO

O nome, a história, a idade, o bairro — o que torna o número uma pessoa real.



### MOBILIZAÇÃO

O que a audiência faz depois: doa, defende, vota, compartilha, se voluntaria.

## Da evidência à emoção: o caminho da narrativa social



01

MAPEAR

---

Qual dado representa melhor a transformação que você provoca?



02

HUMANIZAR

---

Quem é a pessoa por trás desse número? Que fase da vida ela está?



03

CONTEXTUALIZAR

---

Qual era a situação antes? O que mudou na vida dela e da família?



04

EMOCIONAR

---

Use a voz da própria pessoa. Analogias simples. Fatos do cotidiano.



05

MOBILIZAR

---

O que a audiência pode fazer agora para ampliar esse impacto?

## A narrativa muda com a audiência — a causa é a mesma

### Doadores e Financiadores



Canal: Relatório de impacto · Pitch · Reunião

ROI social, evidências de mudança real e sustentabilidade do programa

### Comunidade e Famílias



Canal: Reuniões locais · Redes sociais · Rádio

Pertencimento, direitos, protagonismo e visibilidade da própria história

### Poder Público e Gestores



Canal: Audiências · Documentos · Dados abertos

Escala, complementaridade com políticas públicas e custo-efetividade

### Mídia e Sociedade Civil



Canal: Press release · Redes · Eventos públicos

Urgência do problema, faces humanas reais e o que a sociedade pode fazer

## 5 princípios para comunicar a causa com impacto real



### Ponha o beneficiário no centro

A causa não é sobre a organização, é sobre quem ela serve. Nome, rosto e história concreta.



### Fale de ciclo de vida, não categoria

Criança, adolescente, adulto, idoso: cada fase tem uma linguagem e urgência próprias.



### Conecte dado com cotidiano

'67% em isolamento social' vira 'semanas sem ninguém para conversar'.



### Mostre a jornada, não só o resultado

O antes e o depois amplificam o impacto. A transformação é a narrativa.



### Termine com ação acessível

Cada audiência tem um papel. Diga o que ela pode fazer — agora, de onde está.



## O que afasta ao invés de engajar nas OSCs



*"Atendemos 2.400 pessoas em situação de vulnerabilidade socioeconômica"*



"2.400 famílias — o equivalente a um bairro inteiro — encontraram apoio aqui este ano"



*Fotos genéricas de grupo ou ilustrações sem rosto humano real*



Uma fotografia com autorização, um nome, uma frase dita pela própria pessoa



*Relatório técnico enviado para doador sem contexto ou narrativa*



Abrir com 1 história real, depois apresentar os números que provam a escala



*Falar só de carência e problema — o 'discurso da pobreza'*



Mostrar agência, protagonismo e capacidade das pessoas atendidas

AGORA É COM VOCÊS

# World Café

*Comunicação e Engajamento da Causa*



Mesa 1  
Legibilidade



Mesa 2  
Engajamento



Mesa 3  
Captação



Mesa 4  
Institucionalização



## Da métrica ao significado

Como o dado técnico se torna compreensível para o público geral

*“Temos dados — mas dado que não é entendido não existe. Como transformamos números técnicos em linguagem que qualquer pessoa sente, entende e é capaz de repetir?”*

### PERGUNTAS GERADORAS



Que indicador técnico do nosso trabalho, se traduzido, mudaria a percepção do público geral?



Quando um dado vira história? O que precisa acontecer na linguagem para que uma métrica se torne algo que as pessoas guardam?



Que parte dos nossos resultados escondemos por achar que é técnico demais — e o que perdemos ao fazer isso?



Como testamos se a nossa narrativa foi compreendida — ou apenas ouvida?

### ENTREGA ESPERADA

1 dado técnico real reescrito em linguagem acessível — com a versão original e a versão traduzida lado a lado no papel de mesa.

*Tempo por rodada: 20 minutos*



## A narrativa que mobiliza

Como o impacto social gera conexão, pertencimento e ação coletiva

*“Informar não é suficiente. As pessoas se movem por histórias que as tocam, que as fazem sentir parte de algo maior. Como construímos narrativas de impacto que engajam — e não apenas explicam?”*

### PERGUNTAS GERADORAS



Que história do nosso trabalho teria potencial de mobilizar alguém que nunca ouviu falar da nossa causa?



O que diferencia uma narrativa que informa de uma que engaja? Que elementos emocionais estamos deixando de lado?



Quem são as pessoas impactadas que ainda não têm voz na nossa comunicação — e o que muda quando elas falam?



Como criamos canais que transformam quem nos ouve em quem nos amplifica?

### ENTREGA ESPERADA

1 narrativa de impacto construída coletivamente: personagem real ou composto, situação de mudança e chamada à ação. Em forma de história curta — 4 a 6 linhas.

*Tempo por rodada: 20 minutos*



## Do impacto ao argumento estratégico

Como os resultados mensurados atraem recursos e movem decisores

*“Evidência sem audiência é ruído. Como transformamos o impacto que já geramos em argumentos que abrem portas, renovam parcerias e mobilizam quem decide onde alocar recursos?”*

### PERGUNTAS GERADORAS



Que resultado do nosso trabalho — se apresentado corretamente — teria potencial de influenciar uma decisão orçamentária?



O que um financiador, gestor ou parceiro estratégico precisa ver e sentir para renovar ou ampliar a parceria?



Como transformar relatórios de prestação de contas em instrumentos ativos de visibilidade e captação?



Que formato — caso, infográfico, relatório narrativo, vídeo — gera mais abertura com quem decide?

### ENTREGA ESPERADA

1 argumento de captação estruturado: indicador real + narrativa de impacto + decisão que queremos influenciar + formato ideal de apresentação. Máx. 6 linhas.

*Tempo por rodada: 20 minutos*



## Do projeto à política permanente

Como o que funciona sobrevive aos ciclos e se torna sistêmico

*“Políticas públicas mudam. Gestores saem. Editais encerram. Como garantimos que o impacto que construímos não desaparece com o ciclo que o criou — e que o que funciona vira estrutura permanente?”*

### PERGUNTAS GERADORAS



O que seria necessário para que o nosso trabalho se tornasse referência ou política pública — e não apenas um projeto bem-sucedido?



Que mecanismos de memória e prestação de contas garantem que o próximo gestor entenda o que foi construído?



Como transformamos aprendizados de projetos em protocolos e metodologias que uma instituição possa replicar?



Que aliados estratégicos — dentro e fora do poder público — precisamos cultivar para que a causa sobreviva?

### ENTREGA ESPERADA

Mapa de institucionalização: 3 práticas concretas para garantir continuidade + 2 aliados estratégicos a cultivar. Registrar no papel de mesa de forma visual.

*Tempo por rodada: 20 minutos*

*Quem não conta sua história, deixa que outros a contem — ou que ela seja esquecida.*



### Levantar

Identifique 1 história real por ciclo de vida que exemplifique o impacto do seu programa



### Traduzir

Pegue seu próximo relatório técnico e reescreva a abertura como narrativa humana



### Publicar

Defina um calendário de narrativas de impacto — mensal, multicanal, com rosto e nome