

GUIA DE IMPACTO SOCIOAMBIENTAL

PARA IMPRENSA



Brasília



Brasil



Coordenação

Flávio Resende - Proativa Comunicação
Juliana Simões S. Mayor - Impact Hub Brasília

Conteúdo e Texto

Camila Oliveira - Impact Hub Brasil
Flávio Resende - Proativa Comunicação
Juliana Simões S. Mayor - Impact Hub Brasília
Lícia Mesquita - Impact Hub Vitória

Diagramação

Juliana Simões S. Mayor - Impact Hub Brasília

SUMÁRIO

04 APRESENTAÇÃO

- 05** Contextualização
- 06** Por que falar de impacto?
- 08** A quem se destina este guia?
- 08** Objetivos

09 INTRODUÇÃO AO IMPACTO SOCIOAMBIENTAL

- 12** Conceitos
- 22** Investimentos de impacto

25 COMUNICAÇÃO E IMPACTO

- 28** O papel da imprensa para o ecossistema de impacto
- 28** Dicas para abordagem na imprensa
- 30** Datas comemorativas

32 CONTEÚDOS E CONTATOS

- 33** Materiais relevantes
- 34** Contatos úteis

APRESENTAÇÃO

Contextualização
Por que falar de impacto?
A quem se destina este guia?
Objetivos



CONTEXTUALIZAÇÃO

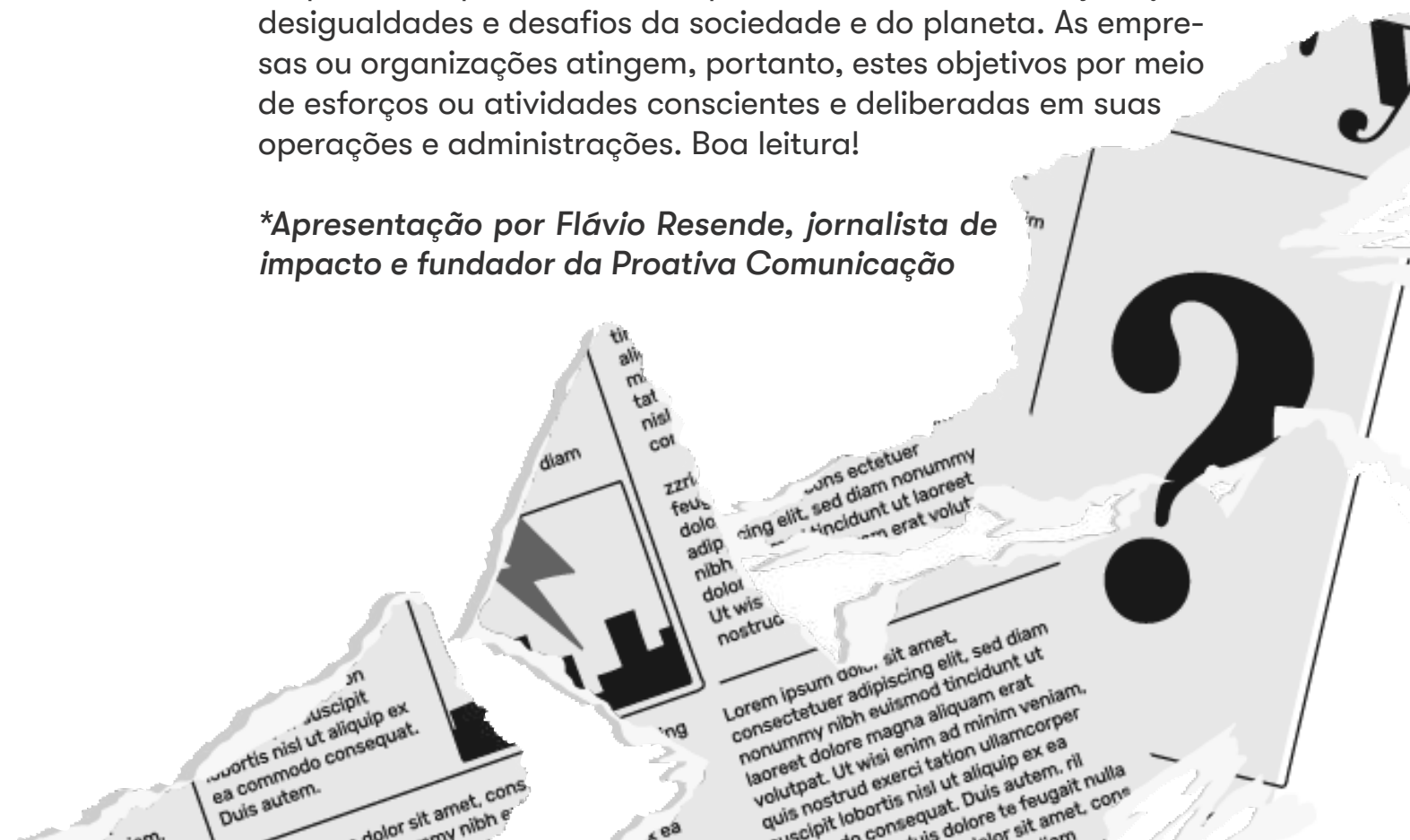
Embora a discussão acerca da importância do ecossistema de impacto venha ganhando cada vez mais espaço na sociedade, ainda é comum que a abordagem sobre o assunto aconteça de forma inapropriada pela mídia em geral. Isso ocorre porque os conceitos inerentes ao tema são relativamente recentes.

Somado a isso, muitos jornalistas, assessores de imprensa e formadores de opinião em geral não têm conhecimento aprofundado sobre o assunto, que infelizmente também não é disseminado pelos meios de comunicação com editoriais específicas e nem abordado de forma abrangente nos cursos de formação dos profissionais da área.

Neste sentido, o propósito deste guia é facilitar a geração de conhecimento sobre impacto socioambiental para profissionais de Comunicação, dando, assim, mais visibilidade a estas pautas na imprensa.

Antes de mais nada, é importante entender que impacto socioambiental tem relação direta com quaisquer mudanças significativas ou positivas que resolvam ou pelo menos enfrentem injustiças, desigualdades e desafios da sociedade e do planeta. As empresas ou organizações atingem, portanto, estes objetivos por meio de esforços ou atividades conscientes e deliberadas em suas operações e administrações. Boa leitura!

**Apresentação por Flávio Resende, jornalista de impacto e fundador da Proativa Comunicação*



POR QUE FALAR DE IMPACTO?

A comunicação é uma poderosa ferramenta para causar transformações. Ela tem um papel fundamental quando se trata de consolidar ações organizacionais, olhando pela perspectiva do impacto.

Quando pensamos a comunicação como veículo de informação e na sua relação com a imprensa e veículos midiáticos, é importante trabalhar a partir de três pilares:

- Mostrar a importância do impacto socioambiental;
- Utilizar as pautas quentes da atualidade para linkar com outras temáticas, como por exemplo: **ESG*** e **consumo consciente**;
- Gerar propostas contínuas para pautas na mídia.

Mas por quê é importante para a imprensa ter uma editoria de impacto e pautas do tema em seu portfólio?

Estamos vivenciando uma nova perspectiva de relacionamento entre público, marca e sociedade. As pessoas, principalmente aquelas da geração YZ, estão buscando um “porquê”, um **propósito** por trás das ações do dia a dia. Tudo é pensado como fator inspiracional.

Além disso, nos últimos anos, estamos acompanhando novos rumos ambientais e sociais. Existe uma urgência em reverter problemas climáticos, diminuir a emissão de carbono e a poluição das águas, por exemplo.

A **Agenda 2030** está batendo na porta e, pelo que podemos acompanhar, estamos mais do que distantes de alcançar um terço das metas propostas. Então, **agora é um dos momentos mais importantes para falar sobre impacto!**

Atualmente, acompanhamos o crescimento da pauta ESG, juntamente com o crescimento de negócios socioambientais. As empresas tradicionais estão modificando a sua cultura para que possam alcançar os alicerces da sustentabilidade e responsabilidade social.

* Confira os significados na sessão de Conceitos

Se existe uma ênfase exclusivamente no crescimento – e não no desenvolvimento – as empresas e a sociedade como um todo logo atingirão o limite. Por isso, **trabalhar pautas de impacto nos veículos de mídia é lançar um olhar para questões emergenciais que estamos vivenciando.** Ao comunicar os fatos, chamamos atenção para ações que já estão sendo feitas, ou que ainda precisarão acontecer.

Um outro ponto a ser observado é que ainda existe pouco material sobre o tema disponível para pesquisas e estudos; ou sua criação é feita olhando apenas o fator de divulgação de notícias e não com cunho de **distribuição de conhecimento.**

Abordar temáticas de impacto ajuda a desenvolver cidadãos mais participativos nas causas sociais e ambientais.

Como despertar o interesse do público por pautas de impacto?

Quando olhamos para o reflexo de temas como ESG no mercado econômico atual, podemos acompanhar um **crescimento de investimentos** de R\$ 46 milhões em 2019 para R\$ 263,8 milhões em janeiro de 2022. Logo, é perceptível que **falar de impacto, hoje, é benéfico não só para o meio ambiente, mas também para a economia.**

Os valores corporativos soam mais autênticos quando estão em sintonia com ações conscientes e sustentáveis. Essas ações são validadas pelo público na medida que ele toma conhecimento da sua existência e, desta forma, passa a interagir como consumidor tanto do portal de notícia, como da empresa.

Falar de impacto hoje é uma via de mão dupla onde todos os envolvidos saem ganhando: a sociedade, as empresas, os veículos de mídia e o planeta.

**Trecho por Camila Oliveira, líder de Comunicação do Impact Hub Brasil*



A QUEM SE DESTINA ESTE GUIA?

Público-alvo: jornalistas, assessores de imprensa, profissionais da comunicação e formadores de opinião.

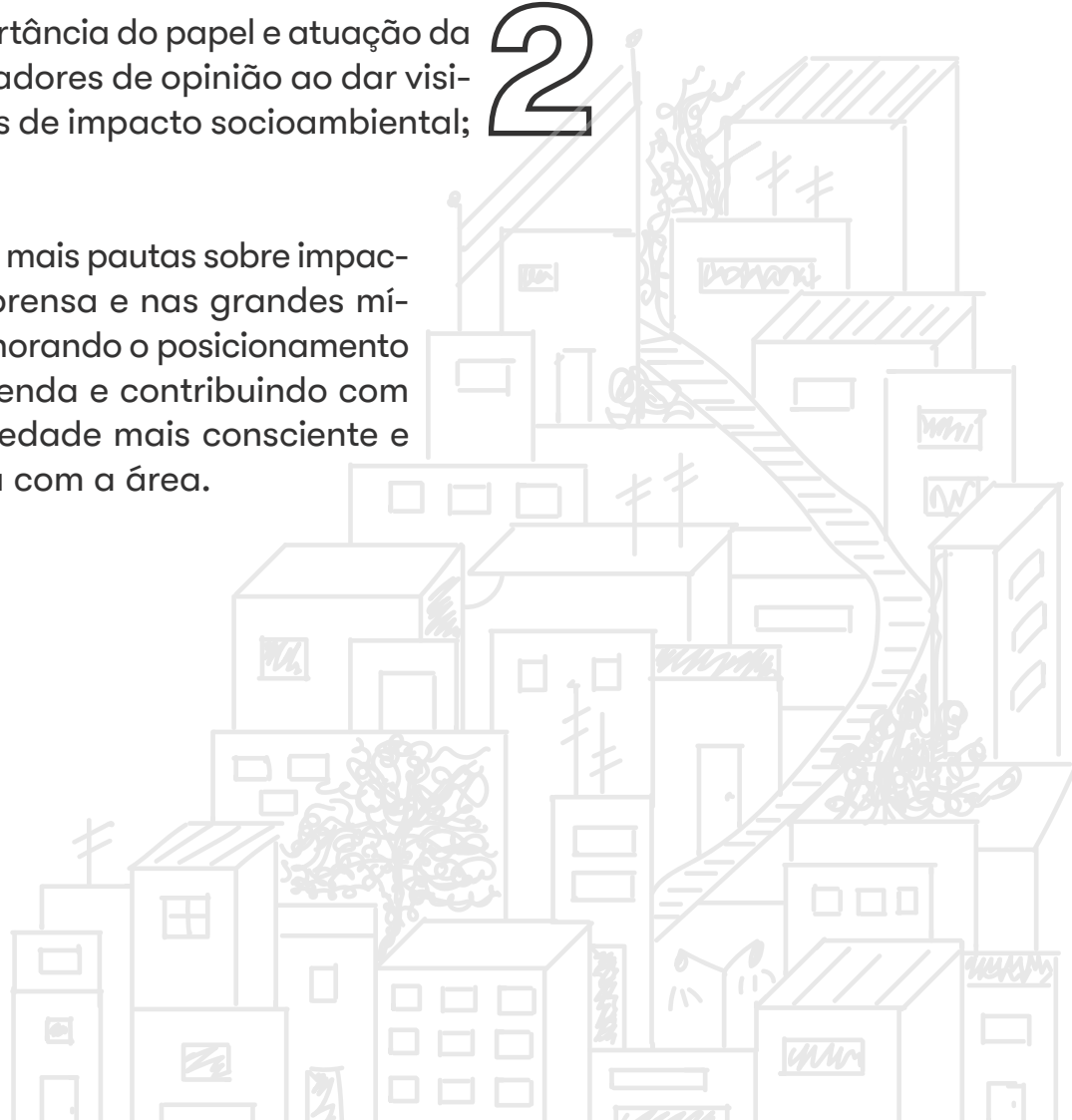
OBJETIVOS

A proposta deste material é:

1 Informar, contextualizar e divulgar conhecimento acerca do ecossistema de impacto socioambiental, dos conceitos utilizados e da atuação da área para que o público-alvo saiba mais sobre o assunto quando for abordar pautas nesta temática;

Transmitir a importância do papel e atuação da imprensa e formadores de opinião ao dar visibilidade a pautas de impacto socioambiental; **2**

3 Fomentar mais pautas sobre impacto na imprensa e nas grandes mídias, melhorando o posicionamento desta agenda e contribuindo com uma sociedade mais consciente e envolvida com a área.



INTRODUÇÃO AO IMPACTO SOCIOAMBIENTAL

Conceitos
Investimentos de impacto



IMPACTO SOCIOAMBIENTAL

Enquanto a Era Industrial passou pelo auge do sistema capitalista e pelo consumismo, o século XXI trouxe uma preocupação maior com o meio ambiente, fortalecendo o consumerismo (consumo consciente), a **economia colaborativa** e as ações sustentáveis. Esta preocupação com o impacto social e ambiental no mundo vem crescendo em qualquer empresa e é por isso que, atualmente, o termo **ESG** (Environmental, Social and Governance, que em inglês significa “Meio Ambiente, Social e Governança”) está em alta e os **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da ONU** estão sendo cada vez mais escutados por aí.

Gerar impacto não se limita ao Terceiro Setor, às Organizações Não Governamentais (ONGs), Organizações da Sociedade Civil e Interesse Público (OSCIPs), igrejas, associações de caridade e demais organizações sem fins lucrativos, nem mesmo depende somente de doações e trabalhos voluntários. Ações filantrópicas são importantes, mas atuar com impacto e sustentabilidade financeira também é.



Nesse contexto de fazer o bem e gerar lucro, surgiram empreendimentos que não só causam impacto socioambiental, mas também se preocupam com a viabilidade financeira de sua iniciativa: os chamados **negócios de impacto**.

Eles têm como **preocupação principal a resolução ou minimização de problemas socioambientais**. Ou seja, seu propósito principal e sua missão estão diretamente relacionados a causar impacto e, desse modo, estão conectados com um ou mais ODS. Somado a isso, o modelo de negócio desses empreendimentos sociais visam a distribuição do lucro para os sócios como as empresas do Segundo Setor. Por isso, estão no chamado “**Setor Dois e Meio**”, entre o Segundo e o Terceiro Setor. Esse tipo de iniciativa se depara com muitos desafios, mas deve enfrentá-los para permanecer no mercado e fazer grandes contribuições para o mundo, impactando as pessoas e o meio ambiente de forma positiva.

Os **conceitos** relacionados ao impacto socioambiental são variados e, muitas vezes, surgem novas terminologias. Isso acaba criando barreiras para o **entendimento e inclusão** da sociedade sobre a área; dificultando o acesso das pessoas à temática e o fortalecimento do ecossistema como um todo.

O ecossistema de impacto também encontra desafios em classificar, identificar e diferenciar os diversos tipos de **stakeholders** (partes interessadas) que estão relacionados com o tema. Assim, é causado um problema de **acessibilidade, unidade, integração, conexão, conhecimento e relacionamento**.

É importante que o tema seja cada vez mais abordado, valorizado e debatido nos diversos setores, criando espaço para estabelecer uma legislação, parcerias efetivas e ampliação do impacto gerado.

Pensando nisso, buscamos esclarecer alguns conceitos importantes utilizados na área, com o intuito de ampliar o conhecimento e fomentar a abordagem adequada do tema.

**Trecho por Juliana Simões, gestora de Comunicação do Impact Hub Brasília*

CONCEITOS

Nessa seção, você fica por dentro de alguns termos usados com frequência na área de impacto.

Impacto (Social, Ambiental ou Socioambiental)

O impacto é constituído de ações e propósitos para melhorias da sociedade e/ou do meio ambiente. O impacto pode estar relacionado ao progresso dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), por exemplo.

Impacto Negativo

Comportamento e atividades que aumentam o consumo excessivo, a poluição, os preconceitos, o desrespeito e danos às pessoas e/ou ao planeta.

Negócios de Impacto

Em primeiro lugar, têm como objetivo principal, o compromisso com a resolução ou minimização de algum problema socioambiental. Buscam um impacto positivo mensurável nas questões sociais e/ou ambientais. Além disso, precisam ter sustentabilidade financeira e, portanto, visam o lucro, não se enquadrando como organizações sem fins lucrativos do Terceiro Setor.

Terceiro Setor

É composto por organizações sem fins lucrativos, sem ligação com o Estado e que possuem objetivos filantrópicos que beneficiam a sociedade.

CONTEÚDOS NO BLOG DO IMPACT HUB

- O que é um negócio de impacto e como empreender no segmento
- Negócios de Impacto, repensando a forma de empreender no mundo
- Conceitos de ONG, OSC, Instituto, Fundação e Associação



Setor Dois e Meio

Como o nome sugere, o Setor Dois e Meio está entre o Segundo Setor e o Terceiro Setor. É o setor em que se enquadram os negócios de impacto, que unem impacto e lucro.

Organizações Intermediárias

“Organizações que fazem o ‘meio de campo’ no ecossistema, apoiando empreendedores de negócios de impacto tanto no fortalecimento da gestão, do modelo de negócio, quanto na possível conexão com investidores e parceiros. Há diferentes tipos de intermediárias, sendo as mais comuns as aceleradoras e incubadoras. Há outras com o foco em avaliação (métricas) e outros em desenvolver e testar novos instrumentos financeiros”.

Fábio Deboni

Ecossistema de Impacto

Uma rede interconectada de partes interessadas e engajadas em um propósito compartilhado de impactar a sociedade e o meio ambiente. Tem vários graus de envolvimento e uma variedade de atividades. O ecossistema pode conter comunidades de impacto (como, por exemplo, a do Impact Hub); abordar temáticas específicas

como a mudança climática; e pode ser geográfica, com foco em uma cidade ou país. Dentro do ecossistema de impacto há organizações intermediárias que são dinamizadoras do ecossistema (caso dos Impact Hubs), negócios de impacto, investidores, entre outros.

“Ecossistema é um conjunto de atores interdependentes conscientes de seu papel e do próprio ecossistema. Atuam em rede, preocupados não apenas com os outros atores, mas também com a qualidade das relações entre eles.”

Ricardo Gravina

Agenda 2030

A Agenda 2030 foi criada em 2015 coletivamente, por governos, sociedade civil, iniciativa privada e instituições de pesquisa que buscam contribuir para erradicar a pobreza e promover vida digna a todos, dentro das condições que o nosso planeta oferece, sem comprometer a qualidade de vida das próximas gerações. Para alcançar este propósito, foram criados os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), com 169 metas para serem alcançadas até o ano 2030.

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

“Os dezessete objetivos do desenvolvimento sustentável (ODS) foram desenvolvidos pelas Nações Unidas junto com governos, sociedade civil e outros parceiros. Eles são baseados nos oito objetivos de desenvolvimento do milênio que nortearam o trabalho de várias organizações até 2015. Os ODS estão se tornando uma linguagem comum para vários atores do ecossistema como: governos, empresas, organizações da sociedade civil e movimentos sociais. Essa língua comum é fundamental para promover impacto em larga escala”. Henrique Bussacos - Impact Hub São Paulo

Sustentabilidade

“Desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração atual, garantindo a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações. É o desenvolvimento que não esgota os recursos para o futuro”.

- Definição pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, criada pelas Nações Unidas para atuar com meios de harmonizar dois objetivos: o desenvolvimento econômico e a conservação ambiental.

Tripé da Sustentabilidade (*triple bottom line*)

É um conceito de gestão sustentável cuja proposta é ampliar a visão de sucesso de empresas para além do resultado financeiro, unindo mais dois pilares essenciais: o desenvolvimento ambiental e o social. **Bottom line** (.ing) quer dizer “linha de fundo”, que faz

referência à última linha do resultado financeiro de uma empresa. O conceito ganhou força ao propor uma visão diferente, na qual o resultado da empresa deixaria de ser analisado apenas pela variável econômica e incluiria a visão ecológica e social. O tripé da sustentabilidade também é associado as 3 letras “P” no inglês: People (Pessoas)- esfera social, Planet (Planeta)- esfera ambiental e Profit (Lucro)- esfera econômica.

ESG (ing.) ou ASG (port.)

ESG: “Environmental, Social and Governance”

ASG: Ambiental, Social e Governança

São práticas empresariais e/ou de investimento que se preocupam com critérios de sustentabilidade. O termo é usado como uma espécie de métrica para nortear boas práticas sociais, ambientais e de governança como a redução das emissões de carbono, inclusão e diversidade no quadro de funcionários, dentre outras.

CONTEÚDOS NO BLOG DO IMPACT HUB

- Tripé da Sustentabilidade verticaliza discussão do papel de empresas e pessoas na sociedade
- Plano de ação global propõe metas para promover o desenvolvimento sustentável do mundo
- ESG: o novo paradigma dos negócios



HUBCAST 26 | Governança Social, Ambiental e Corporativa
HUBCAST 43 | ODS e Agenda 2030
HUBCAST 62 | Governança na Prática

Energia limpa/renovável

É considerada energia limpa toda eletricidade gerada por meio de fontes renováveis e naturais, menos prejudiciais ao meio ambiente. Exemplos: energia solar e eólica.

Carbono Neutro

O termo carbono neutro refere-se a uma atividade ou empresa que compensa a mesma quantidade de carbono que emite, ou seja, as emissões produzidas e compensadas são equivalentes.

Acordo de Paris

Tendo como contexto as mudanças climáticas, o acordo é um compromisso mundial para reduzir o aquecimento global e a emissão de gases do efeito estufa (GEE).

Net Zero

O Net Zero é frequentemente usado para descrever um estado da existência humana em que não emitimos novos gases de efeito estufa na atmosfera. Para fazer isso, o net-zero exige que eliminemos praticamente todas as emissões produzidas até quase zero e, em seguida, adquiramos créditos de remoção de carbono para compensar apenas as emissões que permanecem muito essenciais e difíceis de descarbonizar.

Lixo (rejeito)

O lixo é considerado algo sem serventia; é tudo que não pode ser reutilizado nem reciclado.

Resíduo

O resíduo é o que é considerado reutilizável/reciclável e recebe diversas classificações, de acordo com a NBR 10.004, norma da ABNT que classifica os resíduos sólidos no Brasil e os impactos ao meio ambiente e à saúde dos seres humanos.

Coleta seletiva é a separação correta dos resíduos previamente.

Compostagem

A compostagem é uma opção de descarte de resíduos biodegradáveis/orgânicos e reutilização como adubo. Por meio da compostagem, se produz o húmus, adubo orgânico que ajuda no enriquecimento de nutrientes dos solos e pode ser utilizado em jardins e hortas. Quando esse tipo de resíduo é descartado de forma incorreta, contamina o solo e produz gases de efeito estufa.



Bluewashing

Oportunismo para promover discursos, ações e propagandas de impacto social, que não são coerentes com as práticas realizadas.

Greenwashing

Oportunismo para promover discursos, ações e propagandas de impacto ambiental e temáticas de sustentabilidade, que não são coerentes com as práticas realizadas.

CONTEÚDOS NO BLOG DO IMPACT HUB

- 4 dicas de ações sustentáveis para a gestão de resíduos na sua empresa
- Energia renovável: a caminho de um mundo melhor
- Sustentabilidade passa a ser prioridade entre CEOs



HUBCAST 15 | Mudanças climáticas e Cidades Sustentáveis
HUBCAST 25 | A importância do diálogo na construção de cidades e comunidades mais sustentáveis
HUBCAST 45 | Descarte consciente e lixo zero

Diversidade

Respeitar o direito do ser humano perante a sua diferença - aquilo que o torna único. Isso pode incluir tanto contextos demográficos, culturais, econômicos, de gênero, bem como formas de pensamento, experiências de vida e opiniões.

Inclusão

Inclusão é sobre diversidade na prática. É o ato de acolher, apoiar, respeitar e valorizar todos os indivíduos e grupos. É o sentimento de pertencimento, acolhimento e respeito que cada pessoa vivencia dentro dos espaços compartilhados (organizações, universidades e até o ambiente familiar). Ela representa um conjunto de ações que proporcionam às pessoas se sentirem protagonistas da própria história, vivenciando as experiências conforme a sua singularidade.

Igualdade e Equidade

Igualdade traz o significado de universalidade, ou seja, que todos possuem uma série de direitos e deveres que são compartilhados em comum - como o direito à cidadania, por exemplo. É um sistema no qual cada indivíduo recebe as mesmas oportunidades, independentemente das circunstâncias.

Já a equidade compreende que cada jornada é uma construção individual, por isso, distribui recursos com base nas necessidades específicas de cada pessoa. A equidade tenta corrigir o desequilíbrio da sociedade criando mais oportunidades para pessoas que historicamente tiveram menos acesso, privilégios e oportunidades que as outras.

Saiba mais sobre Diversidade e Inclusão nesse Ebook:

https://mailchi.mp/impacthub/ebook_diversidade



#VOZESDIVERSASTEMVEZ

Inovação Social

“Inovação social é uma solução focada nas necessidades humanas, mais eficiente e justa do que as existentes para resolver um problema socioambiental usando ou não tecnologia. O que acreditamos independente do tipo de tecnologia é que a direção das de alto impacto social são aquelas que são cada vez mais baratas e acessíveis a todos, oferecendo escala, autonomia, acesso e transparência para cada vez mais pessoas.”

Carolina de Andrade

Tecnologia Social

A tecnologia social pode ser um processo, metodologia, produto ou qualquer técnica que busca resolver algum problema que afeta a sociedade de forma que tenha fácil aplicabilidade e seja eficiente, gerando impacto social.



Um exemplo é o Manual de Aplicação do Programa Lab Financeiro

Novas Economias

Uma economia justa e sustentável, verde e inclusiva, que se baseia em sistemas de vida regenerativos e não extrativos, onde o impacto é a norma.

Sistema Regenerativo

Processos que restauram, renovam ou revitalizam suas fontes de energia e materiais. O design regenerativo usa o pensamento sistêmico inteiro para criar sistemas resilientes e equitativos que integram as necessidades da sociedade com a integridade da natureza. As qualidades deste sistema são abundância, resiliência, complexidade, auto-organização, adaptabilidade e auto-regulação. É baseado em abordagens da economia circular e movimentos como a permacultura.

Biomimética

É uma metodologia de inovação que utiliza a observação, o aprendizado e a inspiração da natureza para solucionar desafios complexos e desenvolver projetos, por exemplo. Utilizando a natureza e seus elementos como referência e modelo, o método busca resolver os problemas de forma mais assertiva, inovadora e sustentável. É buscar respostas através do olhar na natureza.

Teoria U

Idealizada pelo Otto Schammer do MIT U.Lab, propõe uma jornada que ajuda pessoas, comunidades e instituições a serem o melhor para o futuro.

que emerge desapegando do seu passado. Aprofunda meios para alcançar uma nova consciência e uma nova capacidade de liderança coletiva para enfrentar os desafios de uma forma mais consciente, intencional e estratégica. Um dos princípios da jornada U é estar com a vontade, mente, e coração abertos.

Teoria da Mudança

A Teoria da Mudança é uma metodologia para definição de métricas de impacto e planejamento de atividades necessárias para realizar um determinado objetivo. A Teoria da Mudança utiliza uma espécie de mapa que é uma representação de um caminho de mudança; uma estrutura com os passos para alcançar as metas necessárias para causar o impacto desejado. A Teoria da Mudança ajuda no planejamento estratégico do negócio e na mensuração do impacto.

Modelo C

Ferramenta para modelar negócios de impacto. É quando o Modelo de Negócio e a Teoria da Mudança são trabalhados em conjunto, formando um modelo completo, compreensível e colaborativo.

Comunicação Não Violenta

De acordo com o Instituto CNV Brasil, mais do que uma forma de se comunicar, a comunicação não-violenta (CNV) é a reconexão com a capacidade de empatizar com o outro e consigo mesmo. É entrar em contato com as mais profundas necessidades humanas e interagir com as pessoas a partir dessa perspectiva. Segundo Marshall Rosenberg, pesquisador e criador da proposta, a CNV é uma série de conhecimentos centenários traduzidos em uma perspectiva atual e prática.

Art of Hosting

O Art of Hosting, ou Arte de Anfitriar, é uma abordagem para o alcance desde liderança pessoal até a sistêmica, utilizando práticas pessoais, de diálogo, facilitação e cocriação de inovação, de forma a endereçar mudanças complexas. Partindo do pressuposto de que as pessoas dão a sua energia e disponibilizam os seus recursos para o que mais importa para elas – tanto no trabalho como na vida – a Arte de Anfitriar combina um conjunto de poderosos processos conversacionais para convidar as pessoas a agir e lidar com os desafios que encontram.

Design Thinking

De acordo com o Endeavor, o design thinking é uma abordagem que busca a solução de problemas de forma coletiva e colaborativa, em uma perspectiva de empatia máxima com seus stakeholders (interessados); em que as pessoas são colocadas no centro de desenvolvimento do produto – não somente o consumidor final, mas todos os envolvidos.

Dragon Dreaming

Metodologia de design de projetos colaborativa que nasceu na Austrália pelo idealizador John Ctroft da Universidade Gaia, que tem como premissa o respeito consigo mesmo, com a comunidade e com o planeta.

Saiba mais termos e conceitos no Dicionário de Impacto:

<https://promo.saopaulo.impacthub.net/dicionario-de-impacto>



HUBCAST 03 | Igualdade e Inclusão Social

HUBCAST 05 | Inovação Social com Fábio Deboni

HUBCAST 17 | Diversidade e Inclusão

HUBCAST 60 | Bioeconomia e construção de uma agenda verde

HUBCAST 64 | Culturas Regenerativas



INVESTIMENTOS DE IMPACTO

Tipos e formas de investir é um tema que vem ganhando atenção dos brasileiros. A pandemia do coronavírus contribuiu para que mais pessoas comesçassem a estudar e a investir, mesmo que valores pequenos, na bolsa de valores.

Segundo a Anbima (Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais) 40% dos brasileiros investe em algum tipo de produto financeiro.

Quase a totalidade desses investidores praticam o que consideramos investimento tradicional, que é investir o dinheiro com o único olhar do retorno financeiro. Porém, existe uma modalidade de investimento que vem crescendo, principalmente fora do Brasil.

Essa modalidade atrai aqueles investidores que além da preocupação financeira, do retorno do seu investimento, olham também para o **resultado social e ambiental** que esses investimentos geram: são conhecidos como **investimento de impacto**.

Segundo uma pesquisa da GIIN (*Global Impact Investing Network*), o mercado cresceu na última década. Em 2010, a pesquisa de comportamento com investidores de impacto contava com 50 participantes. Em 2020, essa pesquisa contou com cerca de 300 participantes. O mercado passou de uma estimativa de investimento de 4 bilhões de dólares em 2010 para 48 bilhões de dólares em 2021 e a estimativa para o ano de 2022 é de cerca de 715 bilhões de dólares.

A ANDE (*Aspen Network of Development Entrepreneurs*) lançou recentemente o relatório sobre Investimento de Impacto no Brasil. Esse relatório levantou apenas 38 investidores com investimentos em Impacto Positivo no Brasil, sendo que 10 deles são sediados no exterior. O montante levantado foi de **4,4 bilhões de reais**, com estimativa de crescimento de 38% para o ano de 2021. Desses 38 investidores, 27 apostam que o retorno de seus investimentos será competitivo com o retorno do mercado tradicional.



Podemos dizer que o investimento de impacto no Brasil representa menos de 2% do investimento de impacto no mundo todo. Explicando de uma forma breve, os investimentos de impacto associam-se aos seguintes fatores:

- Mitigação de riscos ambientais, sociais e de governança;
- Oportunidades de desenvolvimento e projetos/negócios/soluções ambientais, sociais e de governança;
- Foco em soluções mensuráveis de alto impacto;
- Retorno financeiro competitivo.

Algumas vezes esse investimento tem um retorno financeiro abaixo da média do mercado. As soluções que demandam investimento maior são problemas mais complexos e que também dependem do fator educação para chegar ao resultado desejado.

A imagem a seguir ajuda a ter uma visão melhor sobre como podem ser classificados os investimentos, relacionando o perfil dos investidores e também o tipo de retorno esperado.

INVESTIMENTO DE IMPACTO NO ESPECTRO DE INVESTIMENTO

SÓ FINANCEIRO		RESPONSÁVEL	SUSTENTÁVEL	IMPACTO			SÓ IMPACTO
PERFIL DE INVESTIMENTO	Retorno financeiro competitivo						
	Mitigação de riscos ambientais, sociais e de governança						
	Buscar oportunidades ambientais, sociais e de governança						
	Foco em soluções mensuráveis de alto impacto						
	Retorno financeiro competitivo			Retorno financeiro abaixo da média de mercado			
	Pouco ou nenhum foco em práticas ambientais, sociais e de governança.	Mitigar riscos ambientais, sociais ou de governança para proteger valor.	Adotar práticas ambientais, sociais e de governança com intuito de aumentar valor.	Resolver problemas sociais, gerando retorno financeiro competitivo para o investidor.	Resolver problemas sociais, gerando retorno financeiro que pode ser abaixo da média de mercado.	Resolver problemas sociais que exigem que o retorno financeiro ao investidor seja abaixo da média de mercado.	Resolver problemas sociais sem gerar retorno financeiro ao investidor.
INVESTIMENTOS DE IMPACTO							

Fonte: Aliança pelo Impacto

É comum relacionar impacto com ESG, a famosa sigla entre empresários, empreendedores e o mercado financeiro. Contudo, é importante ressaltar aqui que existem algumas diferenças. Quando falamos de investimento de impacto, é analisado quais as entregas dessa empresa, quais problemas socioambientais elas resolvem, que impacto e qual mudança positiva elas promovem.

Investimentos de impacto, tanto de forma individual, ou através de fundos de investimento, olham a empresa como um todo, com foco principal nas soluções/produtos e nos indicadores financeiros atrelados aos indicadores de impacto e mudança. Já quando vamos para o lado do ESG, o foco é relacionado às boas práticas ambientais e sociais que as empresas empregam na produção das suas soluções.

Assim, podemos relacionar os investimentos de impacto como fonte de capital financeiro para soluções que trabalham desafios e problemas reais de diversos setores da sociedade, como: moradia, agricultura sustentável, energia limpa e renovável, acesso a crédito, saúde, educação, inclusão entre outros tantos.

A seguir algumas boas fontes de informação sobre o tema e também fundos de investimento em impacto.

Vox Capital
<https://voxcapital.com.br>
vox@ovocom.com.br

Sitawi Finanças do Bem
<https://sitawi.net>
contact@sitawi.net

Instituto de Cidadania Empresarial (ICE)
<https://ice.org.br>
ice@ice.org.br

Social Finance
www.socialfinance.org.uk
info@socialfinance.org.uk

Global Impact Investment Network
<https://thegiin.org>
info@thegiin.org

**Trecho por Licia Mesquita, fundadora do Impact Hub Vitória*



COMUNICAÇÃO e impacto

O papel da imprensa para o ecossistema de impacto
 Dicas para abordagem na imprensa
 Datas comemorativas



COMUNICAÇÃO E IMPACTO

A comunicação é um fator muito importante para a imagem, fortalecimento e posicionamento de um empreendimento. De acordo com o Mapa de Negócios de Impacto de 2021*, os três principais pedidos de ajuda dos empreendimentos de impacto são dinheiro, mentoria, e comunicação, nessa ordem.

A comunicação e a imprensa como um todo, influenciam diretamente na **visibilidade de marcas** como as das iniciativas que buscam estratégias para mudar a comunidade que a cercam e mitigar impactos prejudiciais ao meio ambiente.

Destacar ações de negócios que atuam com impacto, favorece o crescimento da área, a integração entre os stakeholders e possibilita a expansão de oportunidades, investimentos, dentre outros benefícios. A união do ecossistema e ações colaborativas entre diferentes setores são essenciais para geração de um impacto cada vez mais escalável.

Ainda de acordo com o Mapa de Negócios de Impacto da Pipe de 2021, também podemos ver que a presença dos stakeholders e as pautas de impacto estão muito concentradas na região Sudeste, que representa 58% das iniciativas sustentáveis, enquanto a região Centro-Oeste, por exemplo, tem apenas 5%. É **necessário ampliar nacionalmente os diálogos e pautas sobre impacto socioambiental**, descentralizando o ecossistema e incluindo mais regiões e pessoas.

Além disso, vemos as temáticas de impacto socioambiental serem abordadas na imprensa, muitas vezes, com uma visão superficial e pouco aprofundada sobre o assunto. Apesar de vermos um crescimento do tema nas mídias, muitas delas não têm uma editoria nem uma área própria sobre impacto socioambiental.

Muitos jornalistas que vão cobrir pautas deste tópico, por exemplo, desconhecem os conceitos de negócios de impacto e outros termos comuns utilizados na área, dificultando, consequentemente, o entendimento do público. Alguns mitos e abordagens rasas

também são encontrados nesses casos: sustentabilidade não é sinônimo de reciclagem e impacto ambiental não se resume apenas à gestão de resíduos; negócios de impacto não são ONGs e unir impacto social e lucro não é incorreto.

Muitas vezes, só quem atua na área têm a compreensão total do que está sendo dito, das agendas, das principais pautas e conceitos utilizados. Nessa perspectiva, é preciso **sair da bolha do ecossistema de impacto** e ampliar a visibilidade da área, criando espaço para conteúdos mais aprofundados e adequados.

Um dos desafios da comunicação de impacto, atualmente, é mantê-la mais **clara** e com uma **linguagem mais inclusiva**. Estamos caminhando para um diálogo cada vez mais humanizado, diverso, e representativo, dando mais voz e protagonismo às pessoas.

Seguindo nessa ideia, atualmente, se fala muito de **greenwashing** e **bluewashing** que, em resumo, é utilizar as estratégias de comunicação e marketing para promover discursos, ações e propagandas sustentáveis e de impacto social, que na verdade não são coerentes com as práticas realizadas. É preciso diferenciar o que de fato é ação de impacto socioambiental e o que é oportunismo.

Por isso, é valorizado que as empresas tenham processos transparentes, métricas de impacto e coerência entre o discurso e a prática. A comunicação, nesse contexto, tem um papel de extrema importância, para não apenas realizar discursos apelativos que cobrem atitudes da sociedade como um todo e defenda ideias de sustentabilidade sem ter esse olhar do que, de fato, está sendo feito pelo negócio ou organização.

Convido a acompanharem o **Hubcast** e aprofundar no assunto com o episódio no qual mediei de **Comunicação e Impacto**, com os convidados Flávio Resende, fundador da Proativa Comunicação, e Ivan Zumalde, fundador da Aupa Jornalismo de Impacto.

**Trecho por Juliana Simões, gestora de Comunicação do Impact Hub Brasília*

* Confira a pesquisa na sessão de Materiais Relevantes

● PAPEL DA IMPRENSA PARA ● ECOSSISTEMA DE IMPACTO●

Abordar temáticas de impacto na imprensa contribui para que a sociedade esteja mais informada sobre o assunto e possa se conscientizar mais. Com conhecimento e consciência social e ambiental, as pessoas podem colaborar para um mundo mais justo e sustentável, causando melhorias e transformações positivas.

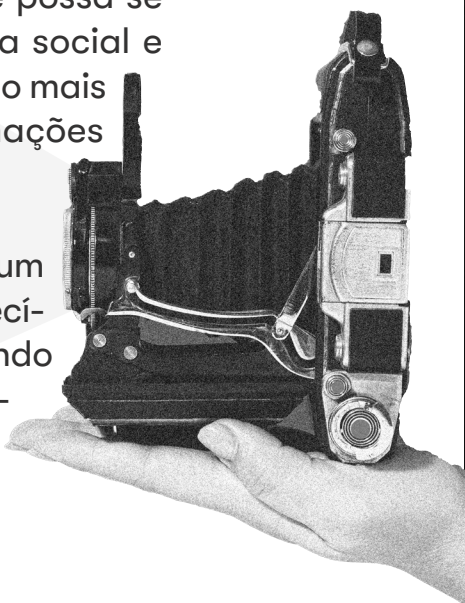
Além disso, a imprensa e a área de comunicação como um todo têm um papel relevante para tornar assuntos específicos e complexos mais acessíveis e inclusivos, transmitindo o conhecimento através de uma linguagem clara, imparcial e objetiva. A inclusão fortalece a participação e colaboração das pessoas, melhorando o engajamento e envolvimento com as causas sociais e ambientais.

Nesse contexto, a imprensa é essencial para dar visibilidade às pautas que são tão importantes para mudanças culturais e comportamentais. Colocar em destaque a agenda de impacto, ações e atividades do ecossistema, e dar voz às organizações e pessoas envolvidas nessas realizações, fortalece o crescimento do impacto positivo gerado.

Portanto, a imprensa tem um papel de extrema importância para uma sociedade mais participativa e que também gere impacto. Essa perspectiva ajuda a alcançarmos as metas globais para um mundo mais sustentável de forma colaborativa.

Ademais, auxilia na conexão e união do ecossistema de impacto como um todo, potencializando suas ações tão benéficas para construir o mundo que queremos viver e deixar para as futuras gerações.

**Trecho por Juliana Simões, gestora de Comunicação do Impact Hub Brasília*



DICAS PARA ABORDAGEM NA IMPRENSA

Todo assunto novo requer uma atenção especial no trato da informação por parte da mídia. Neste sentido, elencamos alguns pontos que precisam ser considerados no processo de produção da notícia. São eles:

- ✓ Procure fontes confiáveis, que têm um histórico de relação com a temática do impacto social;
- ✓ Busque dados e números de instituições com credibilidade junto à sociedade;
- ✓ Entenda que impacto social, negócios de impacto e voluntariado têm nuances diferentes, que precisam ser consideradas na produção dos conteúdos produzidos pela Imprensa;
- ✓ É interessante utilizar nas matérias boxes e infográficos que expliquem melhor os conceitos inerentes a esta temática;
- ✓ Criar hiperlinks para sites e portais que são referência em impacto social também pode enriquecer o conteúdo;
- ✓ Os ODSs são sempre relevantes quando se fala em impacto social. Trazer o conceito e a contextualização deles ajuda o público a se situar acerca do tema;

O Impact Hub conta com uma vasta gama de profissionais e especialistas no assunto. Conte com a rede para identificar o melhor porta-voz para a sua pauta.

**Trecho por Flávio Resende, jornalista de impacto e fundador da Proativa Comunicação*

DATAS COMEMORATIVAS

Selecionamos algumas datas comemorativas que podem ser relacionadas ao impacto ambiental, à sustentabilidade e ao empreendedorismo e inovação social.

JANEIRO

20 – Dia Mundial da Justiça Social
27 – Dia do Idoso

MARÇO

01 – Dia da Discriminação Zero
08 – Dia Internacional da Mulher
15 – Dia da Escola
16 – Dia Nacional da Conscientização sobre Mudanças Climáticas
21 – Dia Mundial da Terra;
Dia Internacional da Floresta;
Dia Internacional Contra a Discriminação Racial
22 – Dia Mundial da Água

ABRIL

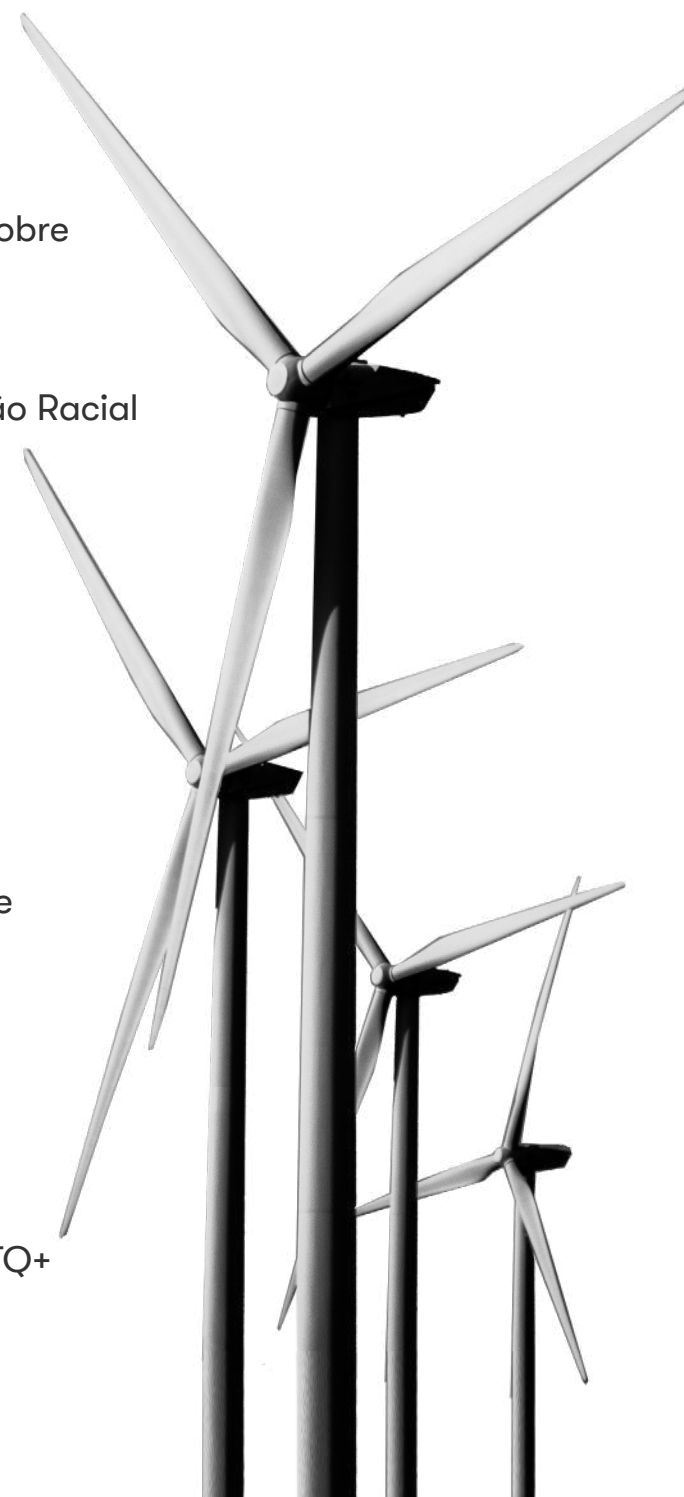
07 – Dia Mundial da Saúde
19 – Dia dos Povos Indígenas
28 – Dia Internacional da Educação

MAIO

01 – Dia dos Trabalhadores
05 – Dia da Comunidade
22 – Dia Internacional da Biodiversidade

JUNHO

05 – Dia Mundial do Meio Ambiente;
Dia Nacional da Reciclagem
08 – Dia Mundial dos Oceanos
19 – Dia dos Migrantes
20 – Dia dos Refugiados
28 – Dia Internacional do Orgulho LGBTQ+



JULHO

17 – Dia da Proteção às Florestas

AGOSTO

05 – Dia Nacional da Saúde
09 – Dia Internacional dos Povos Indígenas
11 – Dia do Estudante
12 – Dia Internacional da Juventude

SETEMBRO

05 – Dia da Amazônia
21 – Dia da Árvore

OUTUBRO

04 – Dia da Natureza
05 – Dia dos Empreendedores
19 – Dia Nacional da Inovação
29 – Dia Nacional do Livro

NOVEMBRO

05 – Dia da Ciência e Cultura
19 – Dia do Empreendedorismo Feminino
20 – Dia Nacional da Consciência Negra

DEZEMBRO

03 – Dia Internacional da Pessoa com Deficiência
05 – Dia Internacional dos Voluntários
15 – Dia Nacional da Economia Solidária



HUBCAST

01 | Paz e Justiça
04 | Educação de Qualidade
23 | Ecossistema de Impacto na Amazônia
27 | Igualdade de Gênero: o que fazemos na prática
29 | Liderança Feminina: de igual para igual
39 | LGBTQIA+ em Cargos de Liderança
40 | Vozes Negras na Tomada de Decisão
41 | PcD e Mercado de Trabalho
48 | Dia Mundial da Água: o que fazemos para preservar?
58 | Vozes de Todos os Cantos - O Refúgio

#ANOTENAAGENDA

conteúdos e contatos

Materiais relevantes
Contatos úteis



MATERIAIS RELEVANTES

Fique por dentro de alguns documentos e conteúdos importantes sobre as pautas de impacto, como ebooks, guias e relatórios.

EBOOK NEGÓCIOS DE IMPACTO - ANPROTEC

<https://informativo.anprotec.org.br/ebook-negocios-de-impacto>

NEGÓCIOS SOCIAIS

http://maratonadenegociossociais.com.br/sc/wp-content/themes/maratona/file/cartilha_ns_ii.pdf

3 ° MAPA DE NEGÓCIOS DE IMPACTO 2021

<https://pipelabo.com/mapas/mapa-2021>

EBOOK ADVOCACY E IMPACTO

<https://mailchi.mp/impacthub/ebook-forum-advocacy-e-impacto-2021>

INVESTIMENTOS DE IMPACTO NO BRASIL

https://andeglobal.org/wp-content/uploads/2022/04/Investimentos-de-impacto-no-Brasil-2020_final.pdf

2° GUIA NEGÓCIOS DE IMPACTO: OFERTA DE CAPITAL

www.gov.br/produtividade-e-comercio-exterior/pt-br/assuntos/inovacao/enimpacto/OfertadeCapitalNegciosdelImpacto.pdf

MAPEAMENTO DE NEGÓCIOS SOCIAIS E ORGANIZAÇÕES CONGÊNERES NO BRASIL

<https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/download/2175-8077.2018V20n52p123/pdf/217831>

CONTATOS ÚTEIS

Impact Hub Brasil
<https://impacthub.org.br>
camila.oliveira@impacthub.net

Impact Hub Brasília
<http://brasilia.impacthub.net>
comunicacao.brasilia@impacthub.net

Impact Hub Belo Horizonte
<https://belohorizonte.impacthub.net>
belohorizonte@impacthub.net

Impact Hub Curitiba
<https://impacthubcuritiba.com>
curitiba@impacthub.net

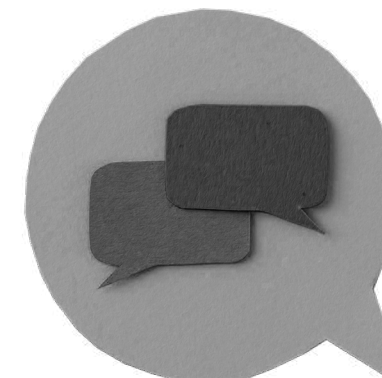
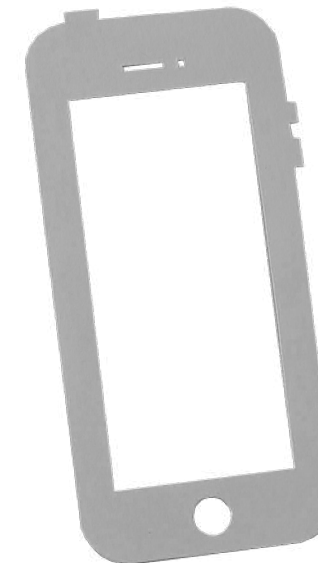
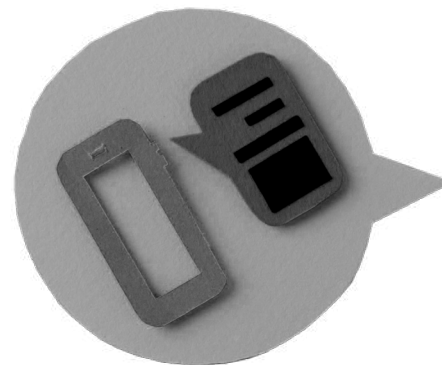
Impact Hub Floripa
<https://floripa.impacthub.net>
floripa@impacthub.net

Impact Hub Manaus
<https://impacthubmanaus.com.br>
manaus@impacthub.net

Impact Hub São Paulo
<https://saopaulo.impacthub.net>
comunicacao.saopaulo@impacthub.net

Impact Hub Vitória
www.linkedin.com/company/impact-hub-vitoria
vitoria@impacthub.net

Impact Hub Rio de Janeiro
liliana.pinelli@impacthub.net
patricia.seleri@impacthub.net



Proativa Comunicação
 Brasília/DF
www.proativacomunicacao.com.br
proativa@proativacomunicacao.com.br

Aupa - Jornalismo de Impacto
 São Paulo/SP
<https://aupa.com.br>
zumalde@mymag.com.br

Yunus
 São Paulo/SP
<https://www.yunusnegociossociais.com>
contato@yunusnegociossociais.com

Artemisia
 São Paulo/SP
<https://artemisia.org.br>
artemisia@artemisia.org.br

Quintessa
 São Paulo/SP
www.quintessa.org.br
contato@quintessa.org.br

Ponte A Ponte (pAp)
 São Paulo/SP
<https://ponteponte.com.br>
contato@ponteponte.com.br

Sense Lab
 São Paulo/SP
www.sense-lab.com
info@sense-lab.com

Pipe Social
 São Paulo/SP
<https://pipe.social>
contato@pipe.social

Phomenta
São Paulo/SP
www.phomenta.com.br
contato@phomenta.com.br

Dinamo
São Paulo/SP
<https://din4mo.com>
contatos@din4mo.com

Move Social
São Paulo/SP
<https://move.social>
move@move.social

Aoka
São Paulo/SP
<http://aoka.com.br>
ola@aoka.com.br

Kaleydos
São Paulo/SP
<http://kaleydos.com.br>
contato@kaleydos.com.br

Vox Capital
Rio de Janeiro/RJ
<https://voxcapital.com.br>
vox@ovocom.com.br

GIFE
São Paulo/SP
<https://gife.org.br>
contato@gife.org.br

Wright Capital
São Paulo/SP
www.wright.capital
contato@wright.capital

SITAWI
Rio de Janeiro/RJ
<https://sitawi.net>
contact@sitawi.net

Sistema B
São Paulo/SP
www.sistemabbrasil.org
brasil@sistemab.org

PNUD
www.undp.org/pt/brazil
comunica.br@undp.org

Nossa Causa
Curitiba/PR
<https://nossacausa.com>
contato@nossacausa.com

Revista Traços
Brasília/DF
www.revistatracos.com
revistatracos@gmail.com

IIEB
Brasília/DF
<https://iieb.org.br/>
iieb@iieb.org.br

Instituto Ethos
São Paulo/SP
www.ethos.org.br
atendimento@ethos.org.br

Instituto humanize
São Paulo e Rio de Janeiro
www.ihumanize.org
contato@ihumanize.org



Instituto Sabin
Brasília/DF
<https://institutosabin.org.br>
instituto@institutosabin.org.br

Instituto CNP Brasil
Brasília/DF
www.cnpbrasil.com.br/instituto
institucnpbasil@cnpbrasil.com.br

Instituto Capitalismo Consciente
São Paulo/SP
<https://ccbrasil.cc>
contato@ccbrasil.cc

Instituto Nova Era
Ribeirão Preto/SP
www.institutonovaera.org.br
administrativo@institutonovaera.org.br

Instituto Anga
Itu/SP
<https://www.institutoanga.com.br>
grupoanga@maindi.com.br

Instituto de Cidadania Empresarial
São Paulo/SP
<https://ice.org.br>
ice@ice.org.br

Aliança pelo Impacto
<https://aliancapeloimpacto.org.br>
contato@aliancapeloimpacto.org.br

Somos Um
São Paulo/SP
www.somosumce.com.br
somosum@somosumce.com.br

Social Good Brasil

<https://socialgoodbrasil.org.br>

sgb@socialgoodbrasil.org.br

Anprotec

Brasília/DF

<https://anprotec.org.br>

comunicacao@anprotec.org.br

BNDES Garagem

Rio de Janeiro/RJ

<https://garagem.bndes.gov.br>

garagem@consorcioawl.com.br

Fundação Assis Chateaubriand

Brasília/DF

www.facbrasil.org.br

ascom@facbrasil.org.br

Fundação Grupo Boticário

Curitiba/PR

www.fundacaogrupoboticario.org.br

contato@fundacaogrupoboticario.org.br

Fundação Tide Setubal

São Paulo/SP

<https://fundacaotidesetubal.org.br>

contato@ftas.org.br

AIESEC

<https://aiesec.org.br>

atendimento@aiesec.org.br

