

da palavra fácil à frieza dos dados: o desafio da demonstração de impacto nos projetos sociais

from the easy word to the coldness of the data: the challenge of demonstrating impact in social projects

Alan Maia

Fundador da *Agência do Bem*

Rio de Janeiro – Brasil

Orcid: <https://orcid.org/0009-0009-2619-2868>

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10793677>

Resumo: A *Agência do Bem* é, desde 2014, uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), cuja missão é promover o desenvolvimento humano visando à cidadania plena de populações de baixa renda, por meio da Educação. Fundada em 2005, a *Agência do Bem* iniciou suas atividades na Comunidade Beira Rio, Vargem Grande, Rio de Janeiro. Em 2010, começou seu processo de expansão incluindo a Cidade de Deus. A partir de 2012, através da articulação da *Rede de Organizações do Bem*, ampliou sua atuação em comunidades da região metropolitana do Rio e da cidade de São Paulo, onde abriu um escritório ao final de 2017. Em 2022, expandiu novamente sua atuação, alcançando 27 polos localizados no Rio de Janeiro, São Paulo, Ceará, Santa Catarina, Bahia e Distrito Federal. Desde 2014 a *Agência do Bem* vem conquistando premiações e certificações de excelência (ISO 9.001/2021). Recentemente, voltou a merecer o *Prêmio Melhores ONGs - 2023*. Neste artigo, o autor, que é também seu Fundador, apresenta brevemente a *Agência* e discute o desafio que representa para as Organizações Sociais sem fins lucrativos demonstrar em números seu impacto social nos seus territórios de atuação.

Palavras-chave: (1) *Agência do Bem*; (2) Projeto social; (3) Impacto social; (4) Terceiro setor; (5) Educação.

Abstract: Since 2014, *Agência do Bem* has been a Civil Society Organization of Public Interest (OSCIP), whose mission is to promote human development aiming at full citizenship for low-income populations, through Education. Founded in 2005, *Agência do Bem* began its activities in the *Beira Rio* Community, *Vargem Grande*, *Rio de Janeiro*. In 2010, its expansion process began, including *Cidade de Deus*. From 2012, through the articulation of the Network of Organizations for Good, it expanded its operations in communities in the metropolitan region of Rio and the city of São Paulo, where it opened an office at the end of 2017. In 2022, it expanded its operations again, reaching 27 centers located in Rio de Janeiro, São Paulo, Ceará, Santa Catarina, Bahia, and the Federal District. Since 2014, *Agência do Bem* has been winning awards and certifications of excellence (ISO 9.001/2021). Recently, it was once again awarded the *Best NGOs Award - 2023*. In this article, the author, who is also its Founder, briefly presents the Agency and discusses the challenge it represents for non-profit Social Organizations to demonstrate in numbers their social impact in their territories of performance.

Keywords: (1) *Agência do Bem*; (2) Social project; (3) Social impact; (4) Third sector; (5) Education.

Introdução

É ainda comum — embora cada dia menos — se ouvir de um líder de projeto social que o resultado de sua iniciativa é a melhoria da autoestima dos beneficiários. Por uma miríade de razões, muito em função da baixa maturidade da gestão dos projetos do segmento, de um lado, e da abordagem romântica (diria ingênua) de muitos dos seus doadores, de outro, a *palavra fácil* ainda campeia, quando o assunto é monitoramento, avaliação e demonstração de impacto social das ações do terceiro setor.

Os resultados da pesquisa “Mapa de Negócios de Impacto Socioambiental” (PIPE.SOCIAL & QUINTESSA 2023) aponta que, entre os 2.187 empreendedores do setor, que foram entrevistados, 73% ainda não acompanham de maneira formal e disciplinada os indicadores de impacto de seus projetos.

Aos poucos, vale dizer, essa realidade vem mudando. Atualmente, boa parte dos processos de seleção e apoio a projetos, os chamados editais, já trazem em seu escopo questões pertinentes à metodologia de verificação de impacto proposta pelos concorrentes do certame.

Entidades de fomento nacionais, em grande medida impulsionadas por impositivos externos, como a inspiração em práticas de organismos multilaterais, vem sofisticando seus critérios de análise, empurrando os atores sociais para a melhoria da qualidade de seus processos de gestão nesta temática.

Louvável! Que assim seja.

Nossa experiência inicial

Na *Agência do Bem*, entidade do terceiro setor, sediada no Rio de Janeiro e com projetos espalhados pelas cinco regiões do Brasil, dedicados à Educação em áreas de alta vulnerabilidade social, a curva de evolução das práticas de avaliação de impacto se deu acompanhando este amplo e complexo movimento externo.

Recordo-me vivamente, quando já avançávamos num desenho mais robusto de monitoramento e avaliação das ações institucionais, de testemunhar o questionamento espontâneo de um conselheiro acerca da existência de dados mais tangíveis sobre o impacto do principal projeto da *Agência do Bem*: as Escolas de Música e Cidadania.

À época, já fazia anos que a metodologia do projeto contemplava a aplicação de pesquisa de satisfação com os milhares de alunos e famílias participantes. No ato da matrícula dos alunos, seus responsáveis respondiam a um breve questionário social, ajudando a organização a mapear demandas e característica do público. E ao final de cada ciclo pedagógico — o que se dava a cada semestre ou ano - os

assistentes de projeto entrevistavam a totalidade dos participantes, colhendo impressões, opiniões e mudanças comportamentais percebidas no aluno e na família, alcançando até a percepção sobre seu desempenho na escola regular. Tudo isso através de um questionário padrão, com perguntas fechadas, sequenciadas, e, também, algumas outras abertas com intenção de colher percepções mais qualitativas sobre o projeto.

Os resultados destes levantamentos, historicamente, sempre foram bastante animadores, indicando aos gestores que a iniciativa caminhava numa boa direção, promovendo mudanças positivas no cotidiano de alunos e familiares.

Para exemplificar, na pesquisa de 2015, foi constatado que: 91% dos alunos afirmavam ter interesse em permanecer estudando música no projeto no próximo ano; 58% dos alunos afirmaram que o estudo da música contribuiu para o aumento de sua concentração na escola regular; 60% dos alunos sentiam-se mais responsáveis com suas obrigações e compromissos diários após iniciarem o estudo de música na Escola de Música e Cidadania; e 97% dos alunos afirmavam que se sentiam felizes ao participar da *Agência do Bem*.

Como se vê, havia razões plausíveis para o conforto institucional diante dos indicadores obtidos. Ocorre que — e isso é imperativo observar — a metodologia empregada trazia fragilidades importantes, como a forma de abordagem para aplicação do questionário, o baixo treinamento dos entrevistadores e o caráter autodeclaratório das respostas, que permitem desvios comparativos relevantes pela alta margem de subjetividade acerca do entendimento pessoal sobre cada parâmetro questionado pelos próprios respondentes, entre outros pontos.

Ampliando nossa visão

Longe de descredibilizar o esforço, é correto considerar a probabilidade de existência de doses razoáveis de imprecisão nos resultados. Apesar disso e ainda mais relevante: a instituição estava no trilho, atenta e adotando as práticas disponíveis de avaliação de seu impacto.

Uma forma alternativa e atraente, ainda que indireta, para instituições situadas nos degraus iniciais de desenvolvimento metodológico se engajarem na pauta da avaliação de impacto de seus projetos é a adoção de indicadores-chave, oriundos de investigações desenvolvidas por universidades e centros de pesquisa - via de regra com forte abordagem científica — que emprestam boas inferências às suas ações.

Para ilustrar, permanecendo no mesmo universo temático do projeto da *Agência do Bem - Ensino Musical* - uma pesquisa da *Northwestern University* (NEUROSCIENCE NEWS 2010) mostrava que o cérebro dos músicos tem capacidade para melhorar outras habilidades cognitivas, como aprendizado, linguagem, memória e neuroplasticidade de várias áreas do cérebro.

Na mesma direção, a revista *Nature* (CHAN; HO & CHEUNG 1998) uma década antes revelara que os adultos que receberam treinamento musical antes dos 12 anos têm uma memória melhor para palavras faladas do que aqueles que não receberam. O treinamento musical na infância pode, portanto, segundo estes estudos, ter efeitos positivos a longo prazo na memória verbal.

A revista *Frontiers in Psychology* (AGAPAKI; PINKERTON & PAPATZIKIS 2022) recentemente publicou pesquisas em saúde mental que sugerem os benefícios potenciais da música no alívio dos sintomas em uma variedade de distúrbios neurológicos e afetivos, que vão desde depressão e esquizofrenia até demência. A adoção de tais referências nos discursos e documentos institucionais auxiliam a dar tração ao movimento de amadurecimento metodológico de organizações sociais e comunicam aos parceiros, e à sociedade em geral, a preocupação em avançar nesta seara.

Abandonar o lugar comum do argumento do “aumento da autoestima” é matéria urgente para líderes e gestores de projetos sociais. O aumento da autoestima, observe-se, pode ser abordado e até ser eleito como indicador relevante de resultado dos projetos, mas precisa vir acompanhado de melhores contornos conceituais e metodológicos sobre o que este, de fato, significa nos contextos social e psicológico analisados, e como a verificação, naquela situação específica, é realizada.

A autoestima pode ser definida como a avaliação subjetiva que um indivíduo faz de si mesmo, que expressa uma atitude de aprovação ou de repulsa, assim como a percepção sobre suas capacidades e valor intrínsecos. Na Psicologia, a ideia de autoestima varia em função do paradigma psicológico de abordagem (MARSH 1990).

De Freud, o “pai da psicanálise”, que relacionava a autoestima ao desenvolvimento do ego, à Carl Rogers, fundador da psicologia humanista, na qual tratava da *autovalia positiva condicionada*, a Psicologia é o campo precípuo para abordagem científica do tema. Também oferece ferramentas bastante acessíveis para a sua medição.

É o caso da *Escala de Autoestima de Rosenberg* (1965), onde a autoestima é medida através de um questionário de autoavaliação, composto de 10 perguntas, que produz um resultado quantitativo – uma espécie de autorrelato no qual uma série de assertivas devem ser respondidas entre os valores: “discordo plenamente”; “discordo”;

“concordo”, e “concordo plenamente”. Com base no balanço entre as respostas fornecidas, estabelece-se uma pontuação final aplicada a uma régua que indica o grau de autoestima do respondente.

A *Escala de Autoestima de Rosenberg* já foi amplamente validada, está disponível em diversos idiomas, sendo reconhecida como: simples, rápida e de fácil aplicação. Pode, portanto, ser prontamente adotada pelas Organizações do Terceiro Setor.

Projetos sociais que visam o desenvolvimento humano, cuja centralidade de suas ações se situa no aprendizado de novas habilidades e na ampliação de repertório pessoal dos beneficiários, em diversas vertentes, tem grande potencial para promover a melhoria da autoestima.

A jornada do progresso para seus gestores, portanto, está apontada para o aperfeiçoamento metodológico: construir ferramentas e processos, ainda que simplificados, mas com um mínimo de rigor científico. A boa notícia, como demonstrado, é que isso é bastante acessível.

Uma discussão/ação necessária

Voltando ao caso da *Agência do Bem*, ainda restava a (sadia) provocação do Conselheiro a ser enfrentada.

— “O que todos aqueles dados poderiam dizer sobre mudanças concretas na vida dos meninos”?

Aprofundamos essa discussão internamente e fomos em busca de indicadores que comunicassem claramente à sociedade:

— A *Agência do Bem* faz sim diferença para melhor na vida dos seus alunos!

Considerando que a instituição atua em territórios favelizados, em áreas de alta vulnerabilidade social, nas quais a população infanto-juvenil, público-alvo das *Escolas de Música e Cidadania*, é vítima cotidiana de todo tipo de violência institucional, seja por omissão do Estado, ou seja pela nefasta ação do seu braço armado, os indicadores escolhidos foram:

- i) Progressão escolar, tendo como seu oposto indicador negativo a repetência ou a evasão da escola regular;
- ii) A ocorrência de gravidez na adolescência, seja para jovens meninas-mães ou meninos-pais; e

- iii) Cometimento de ato infracional, que significa o envolvimento com atos ilícitos ou criminosos pelos adolescentes.

O propósito do projeto das *Escolas de Música e Cidadania*, segundo consta em seu Estatuto, é:

Promover a educação cidadã de crianças e adolescentes por meio do ensino de música. Ou seja, tomar a música como meio, como linguagem, para se alcançar um objetivo maior, que transcende o aprendizado técnico ou a experiência estética pelo puro contato com a arte. O que se pretende é mudar vidas, ampliar horizontes, auxiliar os alunos, residentes em locais com ensino público precário, urbanização deficiente, habitações insalubres, cujas famílias há gerações reproduzem o ciclo de pobreza, a romperem essa lógica, permanecendo mais anos na escola, evitando a maternidade e a paternidade precoces, incentivando hábitos saudáveis, comportamentos seguros e escolhas mais assertivas na construção dos seus projetos de vida (Estatuto das Escolas de Música e Cidadania).

Para tal, elaboramos uma ferramenta e um processo de aplicação bastante simples. Uma planilha padrão com cinco colunas: na primeira, o nome do aluno; na segunda, a sua idade; na terceira, o indicador de progresso de escolaridade, com opções de SIM e de NÃO; na quarta, o indicador de gravidez, com opções de SIM e de NÃO; e por fim, na última coluna, o indicador de cometimento de ato infracional, também com opções de SIM e de NÃO.

Em cada um dos polos comunitários de ensino do projeto, após os devidos esforços de treinamento da equipe, os assistentes locais preencheram as fichas com os nomes e idades dos alunos matriculados no ano corrente, imprimiram o documento e foram a campo colher as informações junto às famílias dos participantes, no mês de dezembro, após o encerramento do ciclo de atividades do projeto e do calendário da escolar regular, recortando o período temporal dos últimos 12 meses.

A ferramenta foi aplicada a 930 alunos da *Agência do Bem*, o que representava mais de 70% dos atendimentos daquele período anual. Ou seja, uma amostra muito representativa do universo.

O que se constatou, comparando-se aos parâmetros estatísticos nacionais, foi que: um aluno das *Escolas de Música e Cidadania* da *Agência do Bem* tem 9 vezes menos chances de repetência escolar, 53 vezes menos chance de gerar uma gravidez na adolescência e índice zero de cometimento de ato infracional.

A comparação estatística se deu ao se confrontar a incidência destas ocorrências entre os alunos da instituição com os dados

constantes de pesquisas e estudos oficiais do *IBGE*, *Ipea*, *DataSus*, do *Sistema Nacional de Atendimento Socioeducativo* e do *Sistema de Avaliação da Educação Básica*.

Desafio enfrentado e suas consequências

Semanas após a conclusão da pesquisa de impacto, seus resultados foram apresentados na reunião do Conselho, quando foi recebida com entusiasmo pelos membros da alta gestão, em especial, pelo Conselheiro questionador de reuniões anteriores.

Os dados obtidos por este valioso esforço institucional, não apenas fortaleceu as convicções da equipe e dos gestores da *Agência do Bem*, mas foram decisivos para que, nos anos que se seguiram, a instituição pudesse quase triplicar o número de comunidades atendidas pelo projeto, ao atrair novos investidores, e para fazê-la figurar no topo de *rankings* nacional e internacional, reconhecida entre as melhores ONGs brasileiras.

Referências

AGAPAKI, M.; PINKERTON, E.A. & PAPATZIKIS (2022). “Music and neuroscience research for mental health, cognition, and development: Ways forward”. *Front. Psychol.*, 24 August 2022. Sec. Health Psychology, vol 13.

<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.976883>

CHAN, A.S.; HO, Y.C. & CHEUNG, M.C. (1998). “Music training improves verbal memory”. *Nature* 396, 128.

Disponível em: <https://www.nature.com/articles/24075>

Acesso em: 06/02/2024.

MARSH, H.W. (1990). “Causal ordering of academic self-concept and academic achievement: A multiwave, longitudinal path analysis”. *Journal of Educational Psychology*. 82 (4): 646–56.

Disponível em: <https://psycnet.apa.org/record/1991-13853-001>

Acesso em: 06/02/2024.

NEUROSCIENCE NEWS (2010). *Neuroscience of Music. How Music Enhances Learning Through Neuroplasticity*. Neuroscience News, com. July 20.

Disponível em: <https://neurosciencenews.com/neuroscience-music-enhances-learning-neuroplasticity>

Acesso em: 06/02/2024.

PIPE.SOCIAL & QUINTESSA (2023). 4°. *Mapa de Negócios de Impacto Social + Ambiental*. Mapa de impacto 2023. Base de Impacto. Disponível em: https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/inovacao/enimpacto/MAPA_DE_IMPACTO_2023.pdf
Acesso em: 06/02/2024.

ROSENBERG, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton: Princeton University Press.

Sobre o autor

Alan Maia é Graduado em Publicidade e Propaganda e Mestre em Serviço Social pela PUC-Rio, é especializado em Gestão Estratégica de Projetos Sociais pela *Harvard Business School*. Foi orador de turma da faculdade, laureado com o *Prêmio Lions Humanitário* e por cinco vezes teve projetos premiados com o *Troféu Responsabilidade Social*. É professor universitário, consultor e gestor de projetos. Sua carreira tem se destacado pela participação em projetos de renomadas organizações sociais, grandes empresas e organismos internacionais. É fundador da *Agência do Bem*, considerada uma das melhores ONGs do Brasil nos mais prestigiados *rankings* nacional e internacional do segmento, também presente em Portugal. É *Fellow* da *Fundação Ford*, nomeado *Liderança Pública* pelo *Movimento Recomeça Rio*, e é membro associado à *Rede do Instituto Ethos - Empresas e Responsabilidade Social*. Foi palestrante na ONU, em Vienna, apresentando resultados de sucesso dos seus projetos sociais de Educação em áreas de alta vulnerabilidade.