



VISÕES DE FUTURO

Enxergar tendências para antecipar o amanhã

SÃO PAULO - 12 DE SETEMBRO DE 2016

EVENTO
VISÕES DE
FUTURO
Enxergar tendências para antecipar o amanhã

REALIZAÇÃO

Telefônica
FUNDAÇÃO | vivo



PALESTRANTE CONVIDADA

Lucy Bernholz

Planejamento faz parte do escopo de atividades de toda instituição. A questão é que, em geral, planeja-se olhando especialmente para o ano que acabou e não para o que vai começar em breve, tendo uma perspectiva maior. É fato que se faz necessário olhar para o passado e avaliar o que foi acerto, o que foi erro, quais metas foram subestimadas e aquelas que superestimamos e nas quais comprometemos qualidade para superá-la. Porém, em geral, não é o olhar para o que foi construído que trará inovação ao portfólio de projetos de uma instituição, **mas sim a capacidade de pensar sobre o futuro e suas implicações na sociedade num intervalo de tempo de 10 anos.**

Em 2014, a Fundação Telefônica Vivo **começou a discutir internamente sobre uma mudança em sua estratégia de investimento social privado** visto que o trabalho relacionado ao tema do enfrentamento ao trabalho infantil seria concluído em breve. **Nesse momento, passou-se a pensar em que outras causas a Fundação poderia se envolver.** Para isso, olhar para o passado não ajudaria a definir o futuro. Assim, decidiu-se mapear junto à sociedade civil oportunidades de temas que ao mesmo tempo fossem urgentes, inovadores e alinhados com a missão e os valores da Fundação.

Desse trabalho nasceu o **Visões de Futuro + 15** – estudo que aponta tendências em grandes áreas como educação, mobilidade, tecnologia, consciência e bem-estar, ativismo, diversidade e inclusão, economia e trabalho. Essas tendências são desenhadas a partir de sinais e evidências que estão acontecendo enquanto desenvolvemos nossos projetos. Produtos que estão se tornando protótipos nas empresas que participam de eventos que organizamos. Aplicativos e plataformas idealizadas em universidades, grupos de discussões e *coworking* entre professores e jovens que são parte das redes que mobilizamos. Iniciativas implementadas nas ruas das nossas cidades. Estão de fato na nossa frente. Mas não percebemos. Pelo menos nem sempre.



O que fazemos no Visões de Futuro +15 é encontrar (ou perceber) e organizar, a cada nova rodada anual do estudo, todos esses sinais, a partir de um trabalho minucioso em que buscamos esses sinais um a um por analistas que vasculham os principais relatórios globais que chamam atenção pela inovação e via *desk research*. Todos esses grandes temas têm suas *tags* validadas por um processo de *web crawler*. E seu sucesso depende dos sinais que a sociedade dá, quando reverbera temas nas redes sociais rastreados por essa ferramenta.

Todo esse trabalho influenciou, e ainda influencia, o planejamento estratégico da Fundação Telefônica Vivo, **colocando inclusive um novo papel para uma fundação empresarial, a de provedora de conteúdos para nutrir as discussões estratégicas da empresa sob um outro ponto de vista, chamando a atenção sobre as mudanças estruturais que ocorrem em nossa sociedade.**

Nestes três anos, já ampliamos **a visão de nosso portfólio de projetos. A título de exemplo**, no trabalho do voluntariado corporativo, **percebemos um movimento** de Voluntariado Digital emergente, levando-nos a criar um *game* em que ações de cidadania podem ser feitas online em qualquer momento e lugar. Outras tantas tendências ressaltavam o quanto o universo *maker* estava entre tecnologias emergentes acessíveis e revolucionárias. Passamos a propor e valorizar ações e projetos com iniciativas *makers* desde então **nas áreas de Educação e Empreendedorismo.**

Hoje, três anos depois de iniciado esse trabalho, reunimos mais de 500 sinais e evidências, desenvolvemos gráficos para apresentar os dados de *web crawler*, mas não faria sentido restringir todo esse conhecimento a nós. É valor da Fundação Telefônica Vivo **antecipar tendências e compartilhar conhecimento**. Por tudo isso, neste ano lançamos um site (**www.fundacaotelefonica.org.br/visoesdefuturo**) que reúne todas as informações que conhecemos e ao mesmo tempo convida instituições, fundações, sociedade civil, empresas e quem mais quiser para a construção de conteúdo.



VISÕES DE FUTURO

Enxergar tendências para antecipar o amanhã

O EVENTO

O evento Visões de Futuro nasceu da urgência que vimos de difundir esta discussão entre os principais executivos de institutos e fundações empresariais que, como a Fundação Telefônica Vivo, se desafiam na construção de planejamentos estratégicos em tempos de grandes ocorrências como as mudanças de comportamento da nossa sociedade, evolução exponencial da tecnologia e do rápido e massivo alcance da comunicação, por exemplo. Nossos aprendizados de tendências em grandes áreas como educação, inovação, sociedade, juventude, reconfigurações do trabalho e uso de dados e informações de forma compartilhada poderia ganhar enorme força e eco com um quórum ampliado. O GIFE partilhou conosco do sonho e da crença e, por isso, este encontro surgiu e se deu em São Paulo, com a ambição de inspirar e provocar. Queríamos provocar nas instituições questionamentos trazidos por tendências mapeadas que influenciassem seus planejamentos estratégicos não só no olhar externo, mas também para processos, culturas, indicadores nos ambientes internos de suas organizações.

Revisitamos nosso estudo de tendências e avaliamos, dentre nossos quinze grandes temas, quais aqueles que nós apostaríamos que seriam os mais interessantes e pertinentes para o momento vivido por essas instituições semelhantes a nós. Destacamos os temas de inovação educativa, reconfigurações do trabalho, movimentos de impacto social e tecnologias emergentes e exponenciais, em que podemos destacar *social* e *big data*.

E foi assim que escolhemos convidar a criadora do relatório *Blueprint on Social Philantropy and Digital Economy* que registra tendências no cenário filantrópico global, para provocar uma reflexão sobre o uso dos dados que, no dia a dia de nossas ações, reunimos como instituições e compartilhamos sem dar um sentido maior para essas informações preciosas.





Palestrante convidada

LUCY BERNHOLZ

Coordenadora do *Digital Civil Society Lab* da Universidade de Stanford, entre seus diversos trabalhos e contribuições, publica anualmente o relatório *Blueprint on Social Philanthropy and Digital Economy*.

Seu trabalho está focado em pesquisar como a questão digital impacta a área social e como as organizações com e sem fins lucrativos desse ecossistema deverão atuar e se transformar no contexto da economia digital.





O Lab tem como atividades compreender como as organizações da sociedade civil operam na era digital, como elas dependem da infraestrutura digital e como os valores que essas organizações defendem estão ou poderiam estar refletidos nesse ciclo.

O Lab tem um website público que disponibiliza políticas, ferramentas, *guidelines*, casos de sucesso que podem apoiar organizações da sociedade civil a avançarem em sua agenda digital.

Além disso, esse site funcionará cada vez melhor e será cada vez mais útil conforme outras organizações compartilhem ali suas políticas, práticas, dúvidas e sugestões relacionadas ao uso dos dados digitais.

Para conhecer e compartilhar informações com o Lab, acesse:

<http://pacscenter.stanford.edu/digital-civil-society/>

O PAPEL DO **DIGITAL** **CIVIL** SOCIETY LAB DA UNIVERSIDADE DE STANFORD



A DIFERENÇA ENTRE O VALOR DO **DINHEIRO** E O VALOR DOS **DADOS**

Na sociedade da informação, os dados gerados por todos nós são fundamentais e representam a força motriz da economia. Poucos cidadãos e organizações já perceberam realmente o valor que nossas informações carregam consigo. Sem essa consciência continuamos a compartilhar esse “ouro” sem lhe darmos o devido valor e os cuidados necessários.

Não estamos acostumados com o *mindset* do valor dos dados. Estamos acostumados com o valor do dinheiro que, por ser finito e exclusivo, torna-se, de certa forma, controlável. Nossas informações, entretanto, ao ser ‘dadas’ a alguém, poderão ser compartilhadas com qualquer um, a qualquer tempo, quantas vezes as pessoas quiserem e poderão ser utilizadas para

qualquer fim. Informação se multiplica infinitamente e sobre ela perdemos o controle. Essa é uma natureza completamente diferente da natureza do dinheiro.

Dessa forma, cuidar do compartilhamento de dados é questão crucial para as organizações filantrópicas ao longo do *design* e implantação de seus programas e projetos.

O Lab, criado por Lucy Bernholz em Stanford, tem como um de seus objetivos apoiar a pensar o papel da filantropia e da sociedade civil em sociedades democráticas. Como agenda principal, tem dado suporte de forma prática para a sociedade civil e suas organizações a “como usar recursos digitais (dados e plataformas) em benefício público”.



Como dependemos de infraestrutura para navegar na era digital (banda larga, internet, websites, plataformas, equipamentos etc.), independentemente de nossa vontade, ficamos subordinados a novas regras e *players*. Nem sempre essas regras e atores respeitam ou cuidam de forma satisfatória dos dados que transferimos e acumulamos. Segundo Lucy Bernholz, muitos desses atores “nem pensaram nisso ainda”.

Em projetos socioambientais não é raro haver doadores, os funcionários, organizações executoras de projetos, as empresas fundadoras, organizações mobilizadoras locais, os governos, interagindo e circulando informações. Como todos esses atores lidam com os

dados dos beneficiários dos projetos com os quais estão envolvidos?

Mensagens de texto e áudio, grandes bases de dados (*big data*), doações online, drones, imagens de satélite, geolocalização são novos conceitos e ferramentas que nos apoiarão cada vez mais em nossos projetos sociais e que recolhem milhares de dados digitais. São todos muito importantes, mas trazem riscos aos beneficiários dos programas. A partir de agora o *design* das intervenções sociais – serviços, produtos, modelos de operação – deve ser pensado levando-se em conta o desafio do armazenamento e curadoria dos dados produzidos por essas intervenções.

O QUE MUDA NAS **ESTRUTURAS** DAS ORGANIZAÇÕES FILANTRÓPICAS?

Tomando consciência sobre e criando novas organizações para lidar com a nova lógica de valor.



1 INTERAÇÃO, 2 BENEFÍCIOS, MUITOS DESAFIOS

Para ajudar os participantes do evento a entrarem no novo *mindset* da importância do cuidado com dados em projetos filantrópicos, Lucy trouxe o conceito '1-2' por meio do exemplo da organização americana Crisis Text Line (semelhante à brasileira CVV – Centro de Valorização da Vida), que disponibiliza uma linha direta de apoio a adolescentes vulneráveis via aplicativos de mensagens de texto.

Mostrou que um adolescente, ao mandar uma mensagem de texto para o telefone da linha direta e ser atendido por um voluntário da organização não governamental (ONG), recebe um primeiro benefício que é o suporte emocional num momento de crise. Além disso, essa conversa gera outro benefício, que são as informações contidas naquela conversa e que poderão ser compiladas, agrupadas e estudadas posteriormente gerando conhecimento para o jovem e também para toda a sociedade.

Esse segundo benefício nos coloca perguntas tais como: como tratar e cuidar desses dados que obviamente não podem ir parar em qualquer lugar nem ser usados de qualquer forma sem potenciais graves consequências para, principalmente, o jovem vulnerável apoiado primeiramente?

O adolescente sabe que seus dados e informações estão sendo armazenados? Ele pode optar por não ter seus dados armazenados? E se quiser que suas conversas sejam apagadas no futuro? Ou se quiser receber esses dados de volta? A organização terá capacidade de fazê-lo? Há políticas na organização relacionadas à produção e coleta de dados de seus beneficiários e doadores?

Esses são alguns dos desafios dos dados e das organizações filantrópicas na era digital.



Essas organizações deverão criar soluções novas, pois o recurso “dados” tem natureza diferente do recurso “dinheiro”:

Novos acordos deverão ser estabelecidos com parceiros acerca dos dados.

Os planos estratégicos deverão conter os recursos para cuidar dos dados.

Outros conhecimentos serão necessários dentro das equipes (por exemplo, auditor de dados).

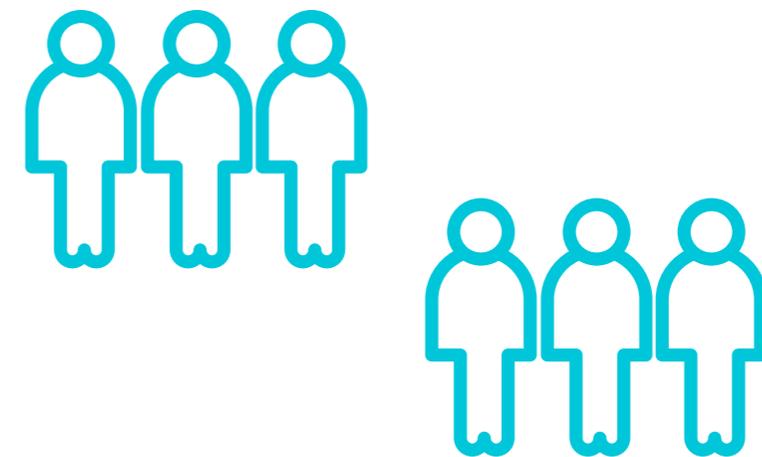
Outros órgãos de governança (por exemplo, comitê para revisão de dados)

Treinamentos para os funcionários, lideranças, conselheiros, doadores deverão garantir o entendimento de todos sobre as questões aqui levantadas.

Além de as organizações mudarem suas regras (*organizational codes*), as regulações (*legal codes*) e os códigos de programação (*software codes*) também vão se alterar ao longo do tempo. O andar paralelo desses três conjuntos de regras deve ser acompanhado pelas organizações filantrópicas.

UM EXEMPLO DE NOVA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Na Crisis Text Line foi criado um conselho de ética composto por advogados, médicos, professores universitários de ética, pessoas das comunidades atendidas e pessoas atendidas diretamente pelo programa. Esse conselho foi responsável por definir como a organização poderia usar os dados obtidos durante os atendimentos.





OS QUATRO PRINCÍPIOS DO USO DE **DADOS DIGITAIS** —

SIGA-OS DESDE JÁ!

O Lab sugere a adoção de quatro princípios pelas organizações filantrópicas nesse momento de indefinição e criação de novas regras e práticas.

1. Princípio do consentimento

Coletar dados de beneficiários deve se estabelecer como uma relação voluntária. Peça permissão para coletar e usar os dados, deixando claros os propósitos específicos desse uso. Então, trate esses dados com integridade.

2. Princípio da privacidade

Pessoas confiam a você seus dados – trate dos dados e das pessoas com respeito. A melhor abordagem frente à sua proteção? Colete o mínimo possível de dados, garantindo todas as salvaguardas para manter os doadores dos dados sem a possibilidade de serem identificados pessoalmente.

3. Princípio da abertura

Sua organização existe para servir a um propósito público. Desenhe, desde o princípio, suas práticas de uso de dados tendo em mente a diversidade de interesses e valores dos atores envolvidos no entorno de uma intervenção – e construa suas práticas de consentimento e privacidade de acordo com isso.

4. Princípio do pluralismo

O uso de dados pela sociedade civil digital deve ser desenhado a partir da e para a diversidade. A sociedade civil é diversa, inclusive por princípio. Ela floresce nessa multiplicidade, então os sistemas e processos dos sistemas tecnológicos para o uso de dados digitais devem refletir isso. Ferramentas e sistemas que geram dados digitais devem ser desenhados de forma alinhada à missão de sua organização – não há uma resposta única para todos e soluções específicas devem ser buscadas e desenvolvidas sempre que necessário.



EXEMPLOS DE FERRAMENTAS OFERECIDAS NO WEBSITE DO LAB



Inventário de dados digitais

- O inventário é uma boa ferramenta para dar luz às questões prioritárias sobre dados digitais para seu Conselho.
- É um questionário sucinto de uma página. Cada questão pode ser preenchida em 90 segundos. As questões que o deixarem mais apreensivo devem ser os assuntos a ser priorizados por sua organização.
- Grupos de trabalho multidisciplinares internos podem ter acesso a ele para começar a atuar e trabalhar para resolver questões identificadas.
- Ele também ajuda a organização a perceber que políticas são viáveis e necessárias a cada momento.

Políticas disponíveis no website do Lab para desenho de programas sociais e gestão de dados coletados

- Política para pedido de permissão para gravação de áudios.
- Políticas e cláusulas para acordar como parceiros de campo devem lidar com dados obtidos em nome de sua instituição.

Primeiros passos – pequenos passos são um grande começo

- Comece revendo os contratos que você tem hoje com seus parceiros. Por exemplo, a Bill and Melinda Gates Foundation já exige que as organizações beneficiárias compartilhem seus dados e dados por elas obtidos. Com isso a fundação pôde aprimorar a oferta de assessoria técnica a essas organizações.
- Dê orientações sobre como lidar com dados para lideranças e executivos de sua organização e das organizações parceiras.
- Se você tem dados demais e não está sabendo o que fazer com eles, a FeedbackLabs.org pode ajudá-lo a achar uma solução.



INSIGHTS

A PARTIR DE DINÂMICAS DE PERGUNTAS E RESPOSTAS



Os *insights* se deram sobretudo em torno das mudanças nas estruturas e regras nas organizações da sociedade civil, seguidos de *insights* sobre o desenho de intervenções sociais:

-“Deveríamos ter futuristas que olhassem os futuros desejáveis e ajudassem na reconfiguração interna das organizações e também em como e quais dados coletar. A previsão do futuro com dados do passado pode nos levar a caminhos que não queremos mais trilhar por serem dados enviesados.”

(Lucy Bernholz)

- Programas de orientação sobre dados digitais são fundamentais para que pessoas entendam esse novo valor e suas implicações.

- Estruturas multidisciplinares e contando com visões externas à organização também são importantes. Ninguém é capaz de lidar com os temas complexos do futuro sozinho.

- As novas gerações, cada vez mais inseridas na era digital, também precisam ser conectadas a essas discussões tanto dentro das organizações da sociedade civil quanto fora, como beneficiários. Elas podem trazer suas contribuições, visão de mundo, interesses e *mindset* para a construção de novos códigos necessários.

- Ter bons *softwares* que administrem suas informações de forma ética e segura é um outro elemento organizacional importante.



UM EXEMPLO DE COLETA MÍNIMA DE DADOS

Em determinada organização, para saber qual o deslocamento diário de pacientes em tratamento, cientistas coletavam dados de deslocamento dessas pessoas pelo acesso ao sistema de rastreamento de seus celulares. Ao entender por onde o celular 'caminhava', conseguiam descobrir quantos quilômetros o paciente havia andado. Apesar de só precisarem saber o deslocamento diário da pessoa, a geolocalização informava por onde a pessoa havia estado. Com ajuda de profissionais da área de tecnologia, os cientistas agora não coletam mais as informações do GPS do paciente, mas apenas a distância percorrida no dia. A pergunta de avaliação foi refeita e conferiu então mais privacidade aos envolvidos.

- Ajustar a coleta de dados ao que realmente é necessário é a chave. Ao compreender o que está em jogo para os envolvidos numa intervenção, pode-se ajustar a pergunta a ser feita numa coleta de dados. E então você coletará o estritamente necessário.

- Princípio do consentimento: deixar claro que os serviços prestados serão os mesmos se houver ou não consentimento para captura de dados é fundamental. Se um serviço fica dependente da obtenção de dados, isso fere o princípio 1, de que dados são uma doação voluntária.

- Qualquer dado digital (*big data* ou *small data*) deve ser cuidado. A natureza digital do dado é que muda a complexidade dos cuidados necessários. O número de RG é *small data*, mas seu uso

incorreto pode acarretar graves problemas a uma pessoa.

- O uso de dados de acesso livre, em geral organizados de forma menos acessível, pode gerar questões de privacidade caso sejam reorganizados de outras formas. É preciso usar os princípios para pensar essa abertura e sua divulgação.

- É necessário um *mix* de estratégias para garantir diálogo transparente sobre os dados com as pessoas que fornecem seus dados. É necessário adequar aos poucos as perguntas e os métodos.

- Códigos organizacionais, de programação e regulações devem ser observados e usados em conjunto. Logo as regulações surgirão. Nos Estados Unidos, por exemplo,

nos últimos dois anos houve grande avanço em como dados produzidos em universidades podem ser usados e Stanford acabou de lançar sua política de uso de dados.

- Há uma percepção de que existem muitos dados sendo coletados em processos de avaliação de impacto, mas que poucos são usados e analisados. Primeiramente, deve-se fazer um inventário do que já existe e se é suficiente ou está em exagero. Em seguida, deve-se aprimorar a pergunta de avaliação para que seja coletado aquilo que realmente é necessário.

- “Ainda não entendemos como funciona e o que representa ter muitos dados sobre pessoas.” (Lucy Bernholz)



INSIGHTS VINDOS DOS GRUPOS DE TRABALHO



- Consenso entre os grupos é que não há cultura forte no Brasil e nas organizações participantes do evento sobre dados digitais.

- Como um primeiro passo, surge a ideia de se gerar cultura coletiva de avaliação de forma a desenvolver acordos conjuntos sobre dados para um mesmo público. Essa construção conjunta seria estratégica para evitar duplicação de trabalho, reduzir os riscos de exposição, de custos etc. Aponta-se a agenda da educação como uma temática que permitiria um exercício inicial nesse sentido (por exemplo, um protocolo de pesquisa em *social data*), já que muitos dos atores do GIFE focam seu investimento social em projetos de educação.

- A orientação das pessoas que compõem a organização como meio para reduzir passivos (*liabilities*) relacionados ao mau uso de dados é destacada. A sugestão é começar pelos Conselhos da ONG, para que possam tomar consciência da vulnerabilidade de seus beneficiários na questão dos dados digitais. Em seguida, gerar a mesma consciência entre os funcionários,

voluntários etc. E, finalmente, devem ser redesenhadas as práticas de trabalho da organização para que as pessoas e seus dados sejam resguardados.

- Nesse momento, começa a surgir uma reflexão sobre as oportunidades que as organizações filantrópicas perdem por não ter uma cultura perene de captura de dados como, por exemplo, dados das listas de contatos das organizações (em inglês, CRM – *Customer Relationship Management*).

- Um dos grupos aponta ser necessário que algum ator invista tempo para que novos acordos sejam feitos para efetivar essa cultura coletiva de dados. As organizações devem se falar e se comprometer a enviar dados, por exemplo. Também é necessário acordar entre si uma determinada ética e protocolos. Devem-se combinar diversas *expertises* nessas discussões.



INSIGHTS DOS MAPAS DE REFLEXÃO INDIVIDUAL



Ao analisar os mapas de reflexão individual, percebemos que os diversos aspectos trazidos por Lucy Bernholz em sua fala reverberaram de forma ampla entre os participantes. A complementaridade entre as respostas é bastante marcante, como pode ser visto nas colocações compiladas ao lado.

Para a pergunta “1 – O que mais marcou/principais insights ou reflexões?”, destacamos a tomada de consciência sobre uma sociedade civil digital e sua ética em construção, os quatro princípios e os códigos que deverão ser criados. Algumas provocações surgem em formato de perguntas.

- “O ganho de consciência sobre as dinâmicas da economia digital, sua importância, seus conceitos, oportunidades e riscos.”
- “O nível inicial em que a discussão sobre o uso de dados ainda se encontra.”
- “A consciência de que estamos vivendo a constituição de uma sociedade civil digital e sua ética.”
- “A tomada de consciência sobre minha responsabilidade pela geração de dados e conteúdos.”

- “Nosso objetivo: entender ou regular a sociedade civil digital?”
- “Se as pessoas não veem valor nas informações compartilhadas, o quanto temos que nos preocupar em proteger?”
- “O que devemos mudar, a regulação da informação ou a regulação do comércio?”
- “Os quatro princípios da utilização de dados digitais: consentimento, privacidade, abertura, pluralismo.”
- “Reflexão sobre a real necessidade e pertinência dos dados que coletamos.”
- “O valor do dado e a nossa ignorância em valorizá-lo como, por exemplo, valorizamos o recurso financeiro.”
- “Preocupação com privacidade e consentimento deve ser discutida com todas as organizações (hoje fazemos isso internamente, mas não vemos os clientes fazendo).”



- “A importância de criar políticas para o uso de dados.”
- “Mudanças cruciais necessárias nas organizações.”
- “Não temos políticas públicas sobre uso das informações que coletamos.”
- “Coletamos muitos dados que ficam somente armazenados. Fazemos pouco uso deles.”
- “Precisão de dados será o nosso teto de vidro cada vez mais.”
- “O meio e a forma como eu coletei dados influenciam o conteúdo que recebo.”
- “Como levar para os clientes a importância de coletar e analisar os dados corretos/prioritários?”

Para a pergunta “2 – O que conecta com a realidade/agenda da minha instituição?”, vemos dois movimentos distintos: o primeiro, de preocupação com os riscos relacionados ao assunto e

certa mobilização para internalizar essa discussão na organização, e o segundo, de tomada de consciência para como a organização se beneficiaria se olhasse para dados (já coletados ou não) de forma mais estratégica. Novamente, a ética da sociedade civil digital, os quatro princípios e a mudança nos códigos são pontos centrais dessas respostas.

- “Prestar atenção em como usamos as informações que temos. Questionar de quais dados realmente precisamos. Cuidar dos quatro princípios em toda ação que envolva dados.”
- “Preocupação com a segurança dos dados coletados.”
- “Preocupação em relação à intenção das organizações de disponibilizar dados abertos e possibilitar dados abertos e ação conjunta de um projeto ou ferramenta de disponibilização de informações.”

- “É plenamente relevante trazer esta reflexão para o Conselho e a equipe. Os inúmeros exemplos se alinham aos nossos atuais riscos e ausências de procedimentos e políticas neste campo.”
- “Temos muitas informações e políticas que asseguram o compartilhamento de dados, mas envolvemos muito pouco as pessoas que estão ‘na ponta’, as quais chamamos às vezes de beneficiários, para que possam construir e participar dessas políticas.”
- “O desenvolvimento de uma ação de *business intelligence* e os princípios e responsabilidades que ela possui/deve adotar.”
- “Como oferecemos consultoria de *big data* para o terceiro setor, há grande conexão entre os temas discutidos e nosso trabalho.”
- “A que pergunta da nossa organização os dados dos nossos usuários poderiam responder? Como usar dados de maneira mais estratégica?”
- “Estamos passando por um momento de planejamento estratégico e, portanto, poderíamos incorporar a discussão sobre dados digitais ao nosso planejamento.”



- “CRM – como trabalhamos a valiosa base de dados que temos?”
- “Como damos maior visibilidade aos novos estudos e publicações?”
- “Início do trabalho com público mais amplo. Necessidade de pensar e estimular o uso de dados das pessoas.”
- “O impacto da minha causa pode aumentar muito se eu tiver estratégia de atuação com dados online.”

E, para a pergunta “3 – Ideias de ações ou passos concretos que posso implementar já.”, diversas ideias de implementação imediata surgem como próximos passos.

- “Realizar inventário e instituir força-tarefa multidisciplinar, multipúblico, validando passos no Conselho.”
- “Reavaliar os dados coletados e avaliar o impacto desses dados para a sociedade.”
- “Dar mais atenção às formas de compartilhamento e armazenamento de dados.”

- “Ter mais atenção à questão dos dados nos contratos de parceria com ONGs.”
- “Ler mais sobre o tema e pesquisar práticas que podem ser referência para a minha instituição.”
- “Estudar o que outras organizações já definiram como parâmetros dentro desta área, conforme indicado pela palestrante.”
- “Revisar algumas práticas de envio de dados para garantir que sejam mais cuidadosas.”
- “Criar políticas sobre uso e compartilhamento de dados.”
- “Desenvolver política de redes sociais.”
- “Desenvolver políticas de uso de *big data* mais claras e fáceis.”
- “Incluir as dimensões de privacidade e consentimento em nossos projetos de consultoria de *big data* para organizações do terceiro setor.”
- “Ter uma política de coleta e uso de dados.”
- “Seguir o marco civil da internet.”
- “Sensibilizar o Conselho e a Diretoria sobre esse assunto.”

- “Compartilhar as políticas e questões trazidas pela palestrante com a equipe e com o Conselho.”
- “Inserir tema em reunião de equipe para debater coletivamente e estudar ações que poderiam ser colocadas em prática no curto prazo.”
- “Levar esse debate para a reunião de Conselho e avaliar quais as implicações para a instituição.”
- “Ter um Conselho/Comitê de Ética para analisar decisões sobre coleta e uso de dados.”
- “Abrir conversas com o GIFE para implantação de uma ferramenta de *business intelligence* para o terceiro setor.”
- “Compartilhar os dados com demais Fundações, buscar sinergia com outras Fundações para este compartilhamento.”
- “Criar protocolo e indicadores comuns entre atores do terceiro setor.”
- “‘Digitalizar’ os programas desde a concepção, passando pela gestão e também pela avaliação de impacto.”
- “Criar um CRM.”
- “Ter uma atuação mais estratégica nas redes sociais.”



