



# **código de ética**

Código de Ética em Consultoria e Pesquisa em Avaliação  
e Planejamento Estratégico da Move





Este documento apresenta os padrões éticos que regem todas as atividades de consultoria da Move. Em sua segunda edição, este Código de Ética se baseia nos Standards for Program Evaluation, nos Guiding Principles for Evaluators da American Evaluation Association, nas Diretrizes para Avaliação para a América Latina e o Caribe, na Resolução nº510/2016 do Conselho Nacional de Saúde e na Teoria de Mudança da Move. Reflete os compromissos de toda a equipe da Move.

# o que é?

## 1 Disposições Gerais

**Art. 1º** – A Move preza e fomenta relações e práticas éticas nas consultorias em que atua promovendo a dignidade humana, os direitos e o respeito às diferenças.

**Art. 2º** – As consultorias devem implicar benefícios para a pessoa humana, a comunidade e/ou a sociedade em geral, assegurando o maior impacto social positivo por meio do respeito aos direitos civis, sociais, culturais e a um meio ambiente sustentável.

**Art. 3º** – O presente Código é firmado sob cinco pilares: I. Diversidade de atores e pluralidade de percepções da realidade. II. Transparência nas informações oferecidas a todas as pessoas envolvidas. III. Respeito às diversidades cultural, étnica, religiosa, de gênero e etária de todas as pessoas envolvidas. IV. Rigoroso sigilo das informações obtidas e compartilhadas. V. Comunicação clara e acessível para todas as pessoas envolvidas.

**Art. 4º** – As normas estabelecidas neste documento serão seguidas por todas e todos os profissionais que trabalham na Move e para a Move, inclusive quando a empresa atuar em alianças ou parcerias com outras organizações públicas ou privadas.

**Art. 5º** – Toda e qualquer atividade de consultoria, inclusive no formato pró-bono, deve se orientar pelas normas aqui expressas.

**Art. 6º** – As normas devem ser respeitadas em todas as etapas da consultoria, englobando: I. Negociação e produção da proposta. II. Realização da consultoria. III. Comunicação dos resultados.

## 2 Negociação e Produção de Proposta de Consultoria

**Art. 7º** – Os processos de consultoria devem garantir relações calcadas na honestidade, transparência e integridade das pessoas envolvidas, possibilitando: I. Negociar com os clientes os custos, atividades, limitações metodológicas e escopo de resultados. II. Apontar e esclarecer aos clientes os possíveis conflitos de interesse que possam surgir ou tornarem-se visíveis em decorrência da consultoria. III. Declinar de realizar uma consultoria se o processo não trazer avanços para a organização ou se esta não necessitar da intervenção solicitada. IV. Comunicar de forma clara e inteligível o andamento da consultoria, assim como os detalhes necessários para o entendimento, interpretação e crítica ao trabalho da consultoria.

**Art. 8º** – As informações de clientes e organizações terão seu sigilo preservado não havendo a divulgação de quaisquer informações que possam prejudicá-los.

**Art. 9º** – As propostas de consultoria devem ser produzidas com atenção aos temas e questões de gênero e étnico-raciais, influenciando os processos de coleta e análise de informação, comunicação e tomada de decisão.



**Art. 10º** – As propostas de consultoria devem respeitar os diferentes atores envolvidos, a fim de buscar intervenções que equilibrem rigor técnico e sensibilidade política.

### 3 Execução da Consultoria

**Art. 11º** – A execução da consultoria deve garantir a segurança e a dignidade de todas as pessoas envolvidas nos processos.

**Art. 12º** – A coleta de dados e informações deve respeitar as seguintes diretrizes: I. Garantir a escuta de pessoas que representam diferentes grupos, pontos de vista, posições hierárquicas e interesses, a fim de que a consultoria tenha elementos para triangular informações e evitar análises unilaterais. II. Assegurar instrumentos e métodos de análise quantitativos e qualitativos que observem e respeitem as diferenças culturais, físicas e subjetivas, tais como gênero, identidade de gênero, deficiências físicas e mentais, idade, orientação sexual, religião, classe, cor, raça e etnia das pessoas participantes. III. Assegurar que as pessoas participantes de atividades de coleta de dados – tais como entrevistas individuais e coletivas, questionário impresso ou digital, ou observação de atividades – o façam de modo consentido e consciente, sendo informadas sobre a natureza e objetivos da consultoria, as organizações contratantes, envolvidas e interessadas nos resultados e o tratamento sigiloso das informações. IV. Buscar as formas mais adequadas de comunicar ao público participante da coleta de informações os resultados da avaliação, diagnóstico e estudos, sempre com vistas a ampliar o acesso à informação e empoderar os atores e as organizações envolvidas.

**Art. 13º** – A participação nas atividades de coleta de informações, sejam elas imagens, questionários, entrevistas será sempre voluntária em qualquer etapa da consultoria e deve ocorrer somente após o consentimento livre e esclarecido das pessoas ou grupos envolvidos, respeitando as seguintes orientações: I. As informações sobre a consultoria, seus objetivos, suas etapas, seus produtos e seus contratantes devem ser transmitidas de forma acessível e transparente a fim de que o participante a compreenda e possa manifestar sua participação de forma esclarecida e livre, inclusive negando-se a participar. II. O direito à livre participação das pessoas também deve contemplar menores de 18 anos (assentimento), na medida de sua compreensão e respeitadas suas singularidades garantindo, inclusive, o direito das crianças pequenas a não participarem das atividades propostas. III. Quaisquer atividades de coleta de dados, informações e imagens com menores de 18 anos deverá ser expressamente autorizada pelo(a)s responsáveis legais. Nestes casos, o assentimento não elimina a necessidade do consentimento da pessoa responsável. IV. Pesquisas realizadas no interior de instituições escolares, de saúde, assistência social, segurança pública e espaços privados e públicos que tenham circulação restrita devem ser previamente autorizadas pela direção/coordenação destas instituições. V. Em comunidades cuja cultura reconheça a autoridade de pessoa líder ou de uma instância coletiva, como é o caso de comunidades tradicionais, indígenas ou religiosas, por exemplo, a obtenção da autorização para a pesquisa deve respeitar tal particularidade, sem prejuízo do consentimento individual. VI. Compromisso das pessoas envolvidas na pesquisa de não criar, manter ou ampliar as situações de risco ou vulnerabilidade para indivíduos e coletividades, ou prejudicar seus participantes, nem acentuar o estigma, o preconceito ou a discriminação.



**Art. 14º** – Os Termos de Consentimento Informado e os instrumentos de coleta de dados, em meio físico ou digital devem explicitar: I. Nome do programa, projeto, política e cliente contratante. II. Justificativa, objetivos e procedimentos de pesquisa. III. Período da coleta de dados e informações. IV. Nome e contato das pessoas responsáveis pela consultoria. V. Potenciais riscos e danos aos participantes. VI. Nos casos de participantes não alfabetizados devem ser utilizadas outras maneiras que permitam sua aprovação, como impressões digitais ou gravações orais afirmando sua concordância. VII. Nos casos de participantes que sejam portadores de deficiência visual, auditiva ou física, deve haver adaptações que permitam sua participação sem onerar o acesso às informações, assim como a garantia de acesso adaptado aos locais em que as atividades serão realizadas. VIII. O sigilo e a privacidade das pessoas participantes quanto a seus dados confidenciais, garantindo que não terão seu nome divulgado e nem vinculado a nenhuma informação, além do que estiver expresso no Termo de Consentimento Informado. IX. As possíveis formas de ressarcimento das despesas decorrentes da participação na pesquisa.

**Art. 15º** – O armazenamento de materiais e documentos, tais como questionários, entrevistas, grupos focais etc., deverá respeitar um tempo mínimo conforme o seu tipo e importância, de acordo com os critérios a seguir: I. Materiais impressos devem permanecer arquivados por até 2 anos após a consultoria ser considerada encerrada. II. Materiais digitais, tais como áudios, fotografias, transcrições e relatórios de campo devem ser arquivados por até 10 anos após a consultoria ser considerada encerrada. III. Relatórios finais e infográficos no formato digital devem ser arquivados indefinidamente, sendo tomados como materiais do acervo da Move.

### 4 Comunicação e Publicização dos Resultados

**Art. 16º** – A fim de fortalecer as práticas e soluções em impacto social positivo no Brasil, a Move reafirma seu compromisso com a disseminação de conhecimento por meio de artigos, seminários e entrevistas que tenham sido resultados de suas consultorias.

**Art. 17º** – As organizações clientes devem ser consultadas a respeito do uso de conteúdos das consultorias e logomarcas para a produção de artigos, entrevistas, papers, capítulos em revistas e livros, entrevistas, relatórios externos e internos, pôster e outros materiais de comunicação.

**Art. 18º** – Para fortalecer as organizações da sociedade civil, a Move estimulará seus clientes a socializar conhecimentos resultantes das consultorias, inclusive em formato acessível ao grupo ou população que foi pesquisada.

**Art. 19º** – Quando os conteúdos metodológicos e de resultados das consultorias forem divulgados nos espaços de disseminação de conhecimento, a Move estará isenta de pagar qualquer taxa, patente ou royalties relativos à divulgação, estando unicamente obrigada a obter a autorização do cliente para este fim.

Esta segunda edição do Código de Ética entra em vigor em 10/04/2017.



### **fale com a move**

[facebook.com/movesocial](https://facebook.com/movesocial)

[linkedin.com/company/movesocial/](https://linkedin.com/company/movesocial/)

[move@movesocial.com.br](mailto:move@movesocial.com.br)

[www.move.social](http://www.move.social)

Rua Fidalga, 154, Cj 04, Pinheiros

CEP 05432-000 - São Paulo - SP

Tel +55 (11) 3868-4093

*Esse material foi composto em Faustina para textos e Raleway para títulos e destaques.*