

ISSN 1677-1362



Exemplar avulso: R\$ 8,90

BRASIL
Edição 16 – ano IV
janeiro/fevereiro de 2005



filantropia[®]

Voluntariado & Terceiro Setor

Captação de recursos

Conheça os segredos desta atividade fundamental para o Terceiro Setor

Comunicação

A comunicação como processo de conscientização social

Responsabilidade social

Definir conceitos e papéis é a chave para a conquista de resultados



Organizações ganham apoio do presidente Lula, que já anunciou que 2005 é o ano das

COOPERATIVAS



Entrevista

Fernando Rossetti

Novo presidente do Gife diz que ainda é longo o caminho para o desenvolvimento social no Brasil

O outro lado dos *tsunamis*



As catástrofes que assolam o mundo, entre elas a 1ª e a 2ª Guerras Mundiais, os conflitos sangrentos no Vietnã e em Kosovo, a guerra interminável travada no Oriente Médio, o ataque às torres americanas – que vitimaram ao menos três milhares de pessoas –, a conseqüente queda de Saddam Hussein e o extermínio de seus aliados, a explosão dos trens espanhóis, e tantas outras, são originadas pelo próprio homem, e a comoção não venceu a doação, pois cada país vitimado teve de fazer seu levante por meio do próprio povo.

Por outro lado, as últimas notícias do sudeste da Ásia (Sri Lanka, Índia, Tailândia, Malásia, Maldivas, Bangladesh e Indonésia) e de parte do leste da África (Quênia, Somália e Tanzânia) apontam que o *tsunami* – onda gigante, em japonês, que tem de 130 a 160km de comprimento – matou mais de 270 mil pessoas e vitimou com o flagelo outras milhares. Outro exemplo de desastre natural aconteceu em 1883, em proporções menores, na ilha de Krakatau (entre Java e Sumatra, nas Índias Orientais), originado devido a grandes erupções vulcânicas, que matou 36 mil pessoas e levou um navio de guerra 2,5km terra adentro.

A maioria dos cataclismos que restaram em sangrentos desastres da vida humana foram provocados pelo homem. Porém, os *tsunamis* foram ações da natureza, por meio de distúrbios sísmicos, e formaram ondas de até dez metros de altura a uma velocidade que chegou a 800km/h, varrendo parte do continente asiático e africano.

As doações para reconstrução dos países e a ajuda aos seus povos urgiram cifras de bilhões de dólares. Somente o Fundo Monetário Internacional, por conta do último *tsunami*, está a abrir uma linha de crédito de US\$ 1 bilhão. O Unicef-Brasil noticiou que a captação de recursos atingiu a cifra de mais de meio milhão de reais, além de alimentos, remédios e vestuários, que superaram, só no Brasil, mais de 100 toneladas.

A rede de solidariedade que se formou diante de tamanhos desastres naturais é o lado humano dos *tsunamis*, pois despertou em todo ser humano a compaixão pelo povo que perdeu tudo, inclusive a própria vida.

Enfim, dos *tsunamis* se tira não só a desgraça, mas também o espírito de solidariedade que gravita na órbita terrestre em prol de uma única causa: servir o próximo que passa pela dor.

Pêames aos que sofrem e brinde à solidariedade, que cresceu no mundo com um mero assopro de Deus.

Para que os leitores não precisem de outros *tsunamis* para se sensibilizarem com a causa alheia, a **Revista Filantropia** colecionará, em 2005, diversos modelos de solidariedade ao próximo, que não dependem de furacões de água para mover suas causas.

Boa leitura!

"Não fazer nada

pelos outros

é desfazer de

nós mesmos."

Horace Mann

Conselho Editorial



Marcos Salada e Fábio Rocha, participantes do evento

CIEE debate *cases* do Terceiro Setor

Na 33ª edição do programa Encontros do Terceiro Setor, o Centro de Integração Empresa-Escola (CIEE) recebeu Marcos Salada, responsável pela área de Tecnologia de Gestão em Desenvolvimento da Qualidade da siderúrgica Riograndense, do Grupo Gerdau, e o consultor Fábio Rocha, sócio-diretor da Damicos Consultoria e Negócios (DCN), para um debate sobre *cases* do Terceiro Setor. O primeiro convidado apresentou o programa de gestão para qualidade e educação ambiental promovido pelo Grupo Gerdau nas escolas municipais de Sapucaia do Sul (RS). O segundo discutiu as propostas de novo modelo de relacionamento entre empresas e Terceiro Setor.

www.ciee.org.br

Metodologia avalia projetos sociais

Durante o seminário de Avaliação Econômica de Projetos Sociais, realizado em São Paulo, a Fundação Itaú Cultural apresentou uma metodologia aperfeiçoada que analisa o impacto e mede, em termos quantitativos, o retorno econômico de programas sociais em qualquer área de atuação. A medição é importante, por exemplo, para verificar se as pessoas que mais necessitam são realmente aquelas atendidas pelos projetos e se o retorno social justifica os investimentos. A partir do enfoque da avaliação, o seminário tratou de vários assuntos, como trabalho infantil, supletivo, treinamento, educação, saúde e criminalidade, problemas enfrentados em uma política social.

www.itaucultural.org.br



Projeto Velho Amigo cuida da beleza de idosos carentes

O Projeto Velho Amigo, criado em 1999, realizou um verdadeiro mutirão para cuidar da beleza de idosos carentes do Centro de Proteção à Infância e Maternidade (Cepim), em Taboão da Serra, São Paulo. A ação é uma forma de trabalhar a auto-estima e afastar a sensação de abandono de 31 idosos, que receberam atendimento gratuito de cabeleireiros, manicures, pedicures, barbeiros, entre outros. Em 6 anos de atuação, o Projeto Velho Amigo já arrecadou mais de R\$ 380 mil e todo o valor recebido é direcionado aos centros de caridade voltados aos idosos.

www.velhoamigo.org.br

Uma das senhoras atendidas pelo projeto

Alfabetização Solidária ganha prêmio da Rede Innovemos

A entidade brasileira Alfabetização Solidária recebeu o prêmio Innovemos – Rede de Inovações Educacionais para a América Latina e o Caribe em novembro do ano passado. A premiação também prevê o registro da entidade no Portal Innovemos e o recebimento de um certificado da Unesco, que atesta sua eficácia. Com o prêmio, a Alfasol conquistou reconhecimento internacional pela luta em prol da redução dos índices de analfabetismo e fomentação da Educação de Jovens e Adultos (EJA) no país e no exterior, que alcançou em 2004 mais de 4,9 milhões de jovens e adultos em 2.050 municípios brasileiros.

www.alfabetizacao.org.br

Doações aos Fundos da Infância e do Adolescente

O Pró-Conselho Brasil, uma parceria entre o governo federal, a sociedade civil e a iniciativa privada, lançou no fim do ano passado, em Brasília, a Campanha Nacional Fundo Amigo, que visa incentivar empresas a fazerem doações aos Fundos da Infância e da Adolescência (FIA) em todo o país. De acordo com o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife), em 2000, apenas 5,41% das empresas com potencial doador destinaram recursos ao FIA, apesar de o Estatuto da Criança e do Adolescente permitir a dedução do valor do imposto de renda.

Brasil recebe prêmio do Tech Museum

O Tech Museum Awards: Technology Benefiting Humanity (Tecnologia Beneficiando a Humanidade) premiou em novembro do ano passado educadores e empresários que utilizam tecnologia como meio de combater a violação dos direitos humanos e melhorar os processos democráticos locais. Entre os vencedores está Rodrigo Baggio, do Comitê para Democratização da Informática (CDI), organização não-governamental brasileira sem fins lucrativos. Os cinco vencedores receberam US\$ 50 mil em prêmio cada, sendo encorajados a reinvestir os ganhos em outros programas inovadores que melhorem a qualidade de vida das pessoas ao redor do globo.

www.cdi.org.br

Pista de atletismo

Acaba de ser instalada em Niterói a primeira pista de atletismo no Brasil que possui sistema inédito com a tecnologia de instalação denominada *Fast Track*. A pista não possui depressões ou desnivelamentos, o que aumenta o condicionamento físico dos atletas. A pista foi entregue à Associação Niteroiense de Deficientes Físicos (Andef), que treina diversos paratletas da seleção brasileira, como Roseane Santos (medalha de ouro nas Paraolimpíadas de Sidney), Antônio Delfino (duas medalhas de ouro em Atenas) e Ádria Santos, brasileira que ganhou mais medalhas nas Paraolimpíadas de 2004.

 www.andef.org.br



Em frente à placa de inauguração, Godofredo Pinto (prefeito de Niterói), Agnelo Queiróz (ministro dos Esportes), Tânia Rodrigues (presidente da Andef) e João Batista Carvalho (ex-presidente do Comitê Paraolímpico Brasileiro e coordenador de Projetos da Andef)

Tânia Rodrigues (presidente da Andef), Agnelo Queiróz (ministro dos Esportes), Godofredo Pinto (prefeito de Niterói), Antônio Delfino (medalista paraolímpico) e Deley (deputado federal PV-RJ)

Brasil: 276 mil fundações privadas e entidades filantrópicas

Pesquisa divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) aponta para a existência de 276 mil fundações privadas e entidades sem fins lucrativos no Brasil. O objetivo do levantamento é traçar um retrato de um dos segmentos que mais cresce no país: o Terceiro Setor, que representa 5% do total de empresas atualmente. De acordo com o IBGE, a participação das entidades sem fins lucrativos passou a ganhar mais evidência a partir da década de 80, com o fim da ditadura militar. No período de 1996 a 2002, o número de instituições mais que dobrou, passando de 105 para 276 mil.

 www.ibge.gov.br

Instituto Criança é Vida já atende mais de 10 mil famílias

O Instituto Criança é Vida tem bons motivos para comemorar. Em dois anos de existência, registrou crescimento de 37% no número de instituições assistidas e de 103% nas frentes de trabalho. Durante 2004, 567 agentes de saúde foram treinados e 9.904 famílias, mais cerca de 24 mil crianças, foram beneficiadas diretamente. Além disso, o projeto Criança é Vida Bebês foi um dos finalistas do Prêmio Criança da Fundação Abrinq no ano passado. O programa registrou um aumento de 230% no número de instituições atendidas na Grande São Paulo, saltando de 13 em 2003, para 43 em 2004.

 www.criancaevida.org.br



Crianças em atividade no instituto



DIVULGAÇÃO

Prêmio Aids & Responsabilidade Social Saúde Brasil

A primeira edição do prêmio idealizado pela Aguilla Comunicação, que tem como objetivo estimular ações que promovam a melhoria da qualidade de vida dos portadores do vírus HIV, anunciou os três projetos vencedores. Os escolhidos foram: Barong, pioneiro em levar orientação multidisciplinar sobre sexualidade com o uso de um trailer; Milcaminhoneiros, projeto que realiza ações de esclarecimento e conscientização sobre DSTs para caminhoneiros; Mulheres Empreendedoras: Lutando contra a Pobreza, a Discriminação e o Preconceito, que contribui para a geração de renda e o bem-estar de mulheres afro-descendentes portadoras do vírus. Cada vencedor recebeu R\$ 10 mil para investir nos projetos.



www.barong.org.br

Representantes das entidades finalistas do prêmio

Campanha do Unicef em prol de crianças vítimas dos tsunamis

Com o objetivo de financiar a ajuda humanitária para aproximadamente 1,5 milhão de crianças atingidas pelos tsunamis no sul da Ásia e na costa leste da África, o Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef) iniciou uma campanha mundial para arrecadar US\$ 81 milhões. Muitos meninos e meninas ficaram órfãos ou foram separadas das famílias e necessitam de cuidados básicos. A arrecadação será revertida para compra de equipamentos médicos, alimentos, tanques de armazenamento e pastilhas de purificação de água, cobertores, colchões e kits escolares.



www.unicef.org.br

Famosos participam de Natal da Apae

No dia 13 de dezembro, a Apae realizou no Espaço Rêside sua festa de Natal antecipada com o objetivo de arrecadar fundos para seus projetos sociais. Muitos artistas prestigiaram o evento, organizado pelos empresários Fuad Namen Zegaib e Cristina Titos, diretores do local. Para mobilização de capital foi realizado um leilão das obras confeccionadas por atendidos da Apae e por celebridades como Xuxa, Ana Maria Braga, Débora Falabela, Gustavo Borges, Thaís Araújo, Jair Rodrigues, entre outros. Os mestres de cerimônia foram os apresentadores Liliane Ventura e Leão Lobo.

SÉRGIO SAVARESE



Marcelo Taz e Glenda Sacomano durante a festa de Natal em prol da Apae

Vida das crianças brasileiras preocupa ONU

Em audiência pública promovida pela Frente Parlamentar pela Criança, Associação Nacional dos Centros de Defesa da Criança e do Adolescente (Anced) e Save the Children Suécia no dia 1º de dezembro de 2004, técnicos do Comitê das Nações Unidas para a Infância recomendaram que o Brasil adote medidas para impedir o assassinato de crianças, investigar as violações de seus direitos e monitorar o sistema de adoção. De acordo com dados da Unesco, o Brasil ocupa o 4º lugar em homicídios entre 67 pesquisados pela instituição. A taxa de assassinatos na faixa etária entre zero e 17 anos subiu de 3,9 por 100 mil habitantes em 1990, para 7,01 em 2002.

Emprego com carteira registrada cresce no Terceiro Setor

Pesquisa divulgada pelo IBGE em dezembro de 2004 e realizada em parceria com o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), Associação Brasileira de ONGs (Abong) e Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife) indica que os empregos formais oferecidos no Terceiro Setor cresceram 48% entre 1996 e 2002. A variação foi de 24% entre as empresas e órgãos públicos. De acordo com o levantamento, o crescimento foi maior entre entidades que podem ser classificadas como ONGs, mesmo sem definição legal para o termo: passaram de 11 mil para 45 mil no período.



DIVULGAÇÃO

3ª Corrida pela Cidadania

Cerca de 1.500 corredores participaram em dezembro do ano passado da 3ª Corrida pela Cidadania, evento promovido pelo Projeto Arrastão e pela MPR Assessoria Esportiva. Entre os participantes, que percorreram um trajeto de 6km na região de Santo Amaro, estava o empresário João Paulo Diniz. A parceria entre a assessoria e a entidade tem como objetivos afastar os jovens de situações de risco por meio da prática de esportes e arrecadar fundos para viabilizar os projetos sociais promovidos pelo Arrastão.



www.arrastao.org.br

Vencedores da 3ª Corrida pela Cidadania

O desempenho das empresas nordestinas é o grande destaque da primeira etapa da Pesquisa Ação Social das Empresas, que o Ipea está realizando, pela segunda vez, no Sudeste e Nordeste. A pesquisa busca conhecer a ação social do setor privado dessas regiões e abrange micro, pequenas, médias e grandes empresas. De acordo com o levantamento, a participação de instituições do nordeste na área social subiu de 55% em 1999 para 74% em 2003, um aumento de 35%. No sudeste, o crescimento foi mais discreto, de apenas 6%, passando de 67% para 71% no mesmo período.

A large group of people, mostly wearing orange t-shirts, are gathered in a city square for a protest. They are holding several large, orange, heart-shaped signs with white text. The signs read: "SEM QUEBRA DE PATENTES", "O SUS IRA QUEBRAR", "QUEBRA DE PATENTES = VIDA", and "O MOVIMENTO DE AÍDS ADVERTI: PATENTE FAZ MAL À SAÚDE". A large red AIDS ribbon is draped over the facade of the grand, classical-style building in the background. The building has many windows and a prominent corner. The scene is set in an urban environment with other buildings visible in the distance.

Em comemoração ao Dia Internacional da Luta Contra o Câncer (27 de novembro), o Instituto Brasileiro de Controle do Câncer (IBCC) celebrou o sucesso de iniciativas como a Corrida e Caminhada Contra o Câncer de Mama. No Dia Mundial de Luta Contra a Aids, celebrado no dia 1º de dezembro, manifestantes pediram a quebra de patentes para remédios contra a doença. Outra data lembrada foi o Dia Internacional da Pessoa com Deficiência, no dia 3 de dezembro. O Programa de Educação Física Adaptada (Pefa), de Santo André, ofereceu diploma de conclusão do curso de natação para um grupo de 95 deficientes. No Dia Internacional do Voluntariado (5 de dezembro), a AACD entregou à presidente do voluntariado da entidade, Magda de Jesus, o prêmio Personalidades em Ação.



A pesquisa Responsabilidade Social nas Micro e Pequenas Empresas Paulistas, realizada pelo Sebrae-SP, apresentou recomendações de como praticar responsabilidade social de resultado e divulgou os benefícios já alcançados.

Uma equipe da Associação de Diabetes Juvenil (ADJ) participou no dia 25 de janeiro do VIII Troféu Cidade de São Paulo, realizado em comemoração ao aniversário da capital paulista. Com a presença na corrida, a ADJ busca divulgar a doença e atrair outras pessoas com diabetes que estejam participando como anônimos, para se reunirem ao grupo.

FERNANDO ROSSETTI

Recém-empossado diretor-executivo do Gife – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas, Fernando Rossetti defende maior profissionalização do Terceiro Setor

DANIELA TCHERNIACOWSKI

Cientista social com especialização em Direitos Humanos pela Columbia University, de Nova York (EUA), Fernando Rossetti, 42 anos, é o novo diretor-executivo do Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife), uma das mais importantes ONGs de estímulo ao investimento social privado no Brasil.

Sua prestigiada trajetória na área social confunde-se com a própria criação da expressão “Terceiro Setor”. Como jornalista, cobriu principalmente o tema da educação ao longo da década de 90, cuja atuação marcante lhe rendeu o Grande Prêmio Ayrton Senna de Jornalismo e o título de Jornalista Amigo da Criança, concedido pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi).

Junto ao também jornalista Gilberto Dimenstein, fundou a ONG Cidade Escola Aprendiz, instituição que pesquisa e dissemina inovações em educação, na qual foi diretor executivo durante quatro anos.

Nos últimos dois anos, trabalhou como consultor de entidades como Andi, Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef) e da prefeitura de Boa Vista (capital de Roraima).

Em entrevista à **Revista Filantropia**, Fernando Rossetti aponta, entre diversos fatores, a necessidade do Terceiro Setor de se profissionalizar para contribuir efetivamente com o desenvolvimento social do Brasil.

“Muitas vezes vejo bons projetos que, por não terem a compreensão, por exemplo, das políticas públicas, acabam com um impacto muito pequeno. Os desafios sociais e ambientais brasileiros são bastante complexos neste século 21 e por isso é preciso tornar mais complexo e profissionalizado o trabalho do Terceiro Setor”.



THAIS MENDES



“O maior problema da área social no Brasil é a descontinuidade dos projetos. Boas idéias e iniciativas têm surgido, mas são quase sempre fechadas pelo próximo gestor, que, por sua vez, inicia outros projetos e reformas”

Revista Filantropia: *Como o senhor começou sua carreira no Terceiro Setor?*

Fernando Rossetti: Fui repórter da área social, cobrindo principalmente o campo da educação, na Folha de S.Paulo, de 1990 a 1999. Nesse período, tive o privilégio de acompanhar o surgimento da própria expressão “Terceiro Setor” no Brasil, e a enorme expansão dessa atividade, que ocorreu principalmente na segunda metade da década de 90.

Depois, dirigi a ONG Cidade Escola Aprendiz, fundada pelo jornalista Gilberto Dimenstein, em 1997. Ao mesmo tempo, assumi a coordenação do programa Educação pela Comunicação do Instituto Ayrton Senna, onde fiquei até meados de 2000.

Sai do Aprendiz no final de 2002, quando passei a atuar com consultorias em projetos que envolvem educação, comunicação, juventude e cidadania – em geral com perspectiva de políticas públicas. Nessa atividade, trabalhei com organizações importantes do Terceiro Setor, desde internacionais, como Unicef e UN Foundation, até brasileiras, como a Andi, o Cenpec e o Instituto Criar, entre muitas outras.

Filantropia: *Como o senhor via a educação no Brasil na época em que cobria o tema como jornalista?*

FR: A educação no Brasil na década de 90 viveu grandes transformações: de gestões meramente populistas, predominantes no Regime Militar, para gestões mais tecnicamente fundamentadas, começando com Paulo Freire na Secretaria Municipal de São Paulo (1989-90), passando por diversas e influentes gestões nos planos municipais, nas cidades de Belo Horizonte e Porto Alegre, por exemplo, estaduais, como Ceará e São Paulo, e federal.

O que posso dizer dessa experiência é que sempre me chamaram a atenção a qualidade precária da educação brasileira e a enorme dificuldade do país em conseguir enfrentar

esse desafio. Cobri a renovação completa da legislação na área, mas ainda não vi um efeito significativo dessas reformas na própria qualidade do ensino.

Minha avaliação, desde então, é que o maior problema para a educação – na verdade, para toda a área social no Brasil – é a descontinuidade dos projetos. Boas idéias e iniciativas têm surgido, mas elas são quase sempre fechadas pelo próximo gestor, que, por sua vez, inicia outros projetos e reformas. Enquanto a educação não for vista como um projeto de Estado, de toda a sociedade brasileira, e não apenas de um governo ou partido, não será possível melhorar significativamente a situação.

Aprendi ainda que o tempo da educação se mede em gerações e, por isso, é necessário promover, além de projetos consistentes tecnicamente, políticas públicas de longo prazo.

Filantropia: *E em relação aos tempos atuais, como se configura a educação brasileira? Houve avanços, na sua opinião?*

FR: Ocorreram muitos avanços. O principal foi a virtual universalização do acesso ao ensino fundamental para crianças de 7 a 14 anos. O ensino superior também está cada vez mais acessível para os brasileiros, porém, enquanto não houver, de fato, um movimento nacional pela educação, com visão de longo prazo e de responsabilidade social dos gestores políticos, sociais e empresariais, o avanço será muito mais lento do que poderia ser.

Filantropia: *Qual o papel da educação para o desenvolvimento social? É o principal meio transformador de uma sociedade pobre e desigual como a brasileira?*

FR: Repetindo uma máxima do campo da educação: sem ela não se consegue quase nada, nem no plano individual, nem no coletivo. Mas só educação não garante o desenvolvimento econômico e social – vide

Argentina, por exemplo, cuja população chegou aos anos 90 muito bem educada. A questão hoje é que, com a revolução das tecnologias de informação e comunicação e com o surgimento do que está sendo chamado de “sociedade do conhecimento”, a educação se torna um fator cada vez mais importante. Atualmente, até mesmo os postos de gasolina de São Paulo exigem formação secundária para os frentistas. Isso significa que não só os professores como todos os cidadãos precisam ter formação continuada.

Filantropia: *Como consultor, quais são as principais questões levadas ao senhor?*

FR: Dos mais variados tipos, desde como conduzir oficinas com jovens em liberdade assistida até apoio no planejamento estratégico de redes sociais e políticas públicas. Os campos em que mais me aprofundi nos últimos anos, além da questão da gestão de organizações e de redes, foram projetos que reúnem comunicação e educação e temas relacionados à juventude, Terceiro Setor e cidadania, em geral com perspectiva de política pública.

Filantropia: *O que significa para o senhor comandar uma ONG como o Gife?*

FR: Ter o privilégio de contribuir com as melhores práticas de investimento social privado do Brasil e de promover o incremento do Terceiro Setor, a partir de uma das organizações mais qualificadas da área.

Filantropia: *Quais ainda são os maiores desafios do Terceiro Setor?*

FR: Em primeiro lugar, a profissionalização desse tipo de trabalho – e nisso o Gife tem papel fundamental. Há um grande voluntarismo no Terceiro Setor que, a princípio, é muito bom. No entanto, para a transformação social efetiva, não é suficiente. Muitas vezes vejo bons projetos que, por não terem

a compreensão, por exemplo, das políticas públicas, acabam com um impacto muito pequeno. Os desafios sociais e ambientais brasileiros são bastante complexos neste século 21 e, por isso, é preciso tornar mais complexo e profissionalizado o trabalho do Terceiro Setor.

Filantropia: E as maiores conquistas?

FR: O Terceiro Setor ganhou enorme legitimidade na sociedade brasileira. Isso decorre do processo de democratização do país, que permitiu o surgimento de novos atores sociais – desde voluntários individuais até empresários que levam seu conhecimento de negócios para aprimorar e ampliar os resultados do trabalho no campo social.

Além disso, o Terceiro Setor trouxe a lógica da co-responsabilidade, de que Estado, sociedade civil e empresas precisam atuar de forma conjunta para vencer os desafios sociais brasileiros.

Mas, voltando aos desafios e ao próprio papel do Gife, há ainda um bom caminho pela frente para dimensionar melhor a sustentabilidade dos muitos e bons projetos que vêm surgindo.

Filantropia: As empresas estão cumprindo efetivamente seu papel social?

FR: Depende de como se concebe o papel social delas. Para mim, não há papel mais importante para as empresas do que buscarem ser bem sucedidas: produzirem, gerarem empregos e lucro, pagarem impostos e, com isso, proporcionarem desenvolvimento econômico.

Quanto ao social, é importante destacar a diferença entre o conceito de responsabilidade social e o de investimento social privado.

Responsabilidade social envolve todos os fazeres da empresa – desde sua relação com o meio ambiente, funcionários, fornecedores, acionistas e clientes, com o governo, até suas ações comunitárias. Já investimento social privado relaciona-se mais especificamente a esse último aspecto comunitário. Tem a ver com a decisão de investir recursos para o desenvolvimento do bem comum, em projetos de interesse público, seja diretamente ou por meio de institutos ou fundações. É com essa dimensão específica que o Gife trabalha.

O Brasil é muito criativo nessa área e as empresas que ingressam na arena social têm conseguido rapidamente desenvolver bons trabalhos. Todavia, como mencionei, há ainda

“A atuação do Legislativo na área relativa ao Terceiro Setor oscila muito. Por vezes, é consistente e indutora; por outras, populista”



o desafio de profissionalização desse tipo de atividade. E muitas delas ainda não entraram, de maneira mais consistente, no campo.

Filantropia: O que ainda é preciso ser feito para estimular o investimento social privado no Brasil?

FR: Há diversos desafios, envolvendo diferentes atores sociais: desde o ambiente legislativo e tributário até a ampla circulação de informações de qualidade na sociedade — o que envolve meios de comunicação e instituições de ensino. Tanto o empresário quanto qualquer cidadão precisa valorizar o investimento social privado. Isso demanda mecanismos de avaliação de resultados. Há um certo consenso de que a ação social das empresas contribui para o desenvolvimento da sociedade. Mas ainda não há indicadores aceitos por todos que demonstrem claramente esses resultados.

Filantropia: Até que ponto a legislação brasileira dificulta o investimento social privado?

FR: A legislação brasileira relativa ao Terceiro Setor tem evoluído bastante, mas poderia ser melhor. A atuação do Legislativo

nessa área oscila muito. Por vezes, é consistente e indutora; por outras, populista. Um exemplo é o caso do recolhimento da Cofins. A medida provisória 135/03, convertida em dezembro de 2003 na lei 10.833, estabeleceu a arrecadação de 7,6% da receita de organizações sociais que antes eram isentas desta contribuição. Só se mantiveram imunes as instituições sem fins lucrativos de educação e assistência social. Para as demais organizações do Terceiro Setor, essa alíquota representa 7,6% menos recursos para aplicação em projetos sociais, além de, indiretamente, afastar doadores que têm resistência em aceitar que os recursos por eles financiados sejam gastos com tributos.

Filantropia: Como o senhor vê as parcerias intersetoriais entre empresas, Terceiro Setor e governo? Qual a importância da participação de cada uma dessas esferas para o desenvolvimento social do Brasil?

FR: Os desafios sociais brasileiros são complexos demais para serem superados com o trabalho de apenas um ou outro setor da sociedade. Educação de qualidade, por exemplo, envolve todos os setores: os estudantes e professores, as famílias e os membros da

comunidade, as empresas e os espaços culturais, as universidades e as muitas instâncias do governo. Sei que é difícil fazer alianças e parcerias. Tende a ser conflituoso reunir várias lideranças em um único projeto. Mas em geral os resultados são bem maiores, e o impacto, mais profundo, quando se enfrenta o desafio do trabalho conjunto.

Filantropia: Na sua opinião, quais os principais avanços o Brasil tem tido no campo social que refletem o trabalho das entidades sociais?

FR: Os avanços são inúmeros. A própria democratização do país é resultado da ação organizada da sociedade civil brasileira. Há grandes avanços na promoção dos direitos humanos. As melhores experiências em educação também envolvem entidades sociais. A visão que os cidadãos comuns têm hoje em relação à defesa do meio ambiente deve-se a esse tipo de trabalho. Crianças, adolescentes, jovens, adultos e idosos em geral têm uma vida melhor quando entram em contato com essas organizações. A contribuição no campo da cultura é inestimável. ♡

 www.gife.org.br

WWW.AUDITUS.COM.BR

AUDITUS

ZEPELINI EDITORIAL

NENHUM VENTO É BOM QUANDO NÃO SE SABE PARA AONDE VAI!

POR ISSO, SUA ENTIDADE PODE TER MUITO MAIS QUE UMA AUDITORIA...

**(11) 3661-9933
ATENDEMOS TODO O TERRITÓRIO NACIONAL**

...ELA PODERÁ CONTAR COM A PARCERIA DA AUDITUS, UMA EMPRESA QUE TEM COMPROMISSO COM O TERCEIRO SETOR E É CAPAZ DE AGREGAR VALORES E TRAZER RESULTADOS!

Comunicando para Conscientizar

Ações estratégicas aliadas a uma boa comunicação facilitam o poder de persuasão em campanhas de mobilização e conscientização

MARCIO ZEPELINI
marcio@zeppelini.com.br



Todo mundo fala e repete aquele velho jargão: “É mais fácil prevenir a remediar”. Mas pouco se age em tal sentido. Segundo o último senso do IBGE, o Brasil conta com 276 mil entidades sem fins lucrativos, que atuam principalmente nas áreas assistencial e ambiental. Com a estrutura da entidade quase sempre comprometida por falta de recursos financeiros, pouca vontade política e trabalho voluntário escasso, dirigentes dessas ONGs pouco ou nada se preocupam com campanhas elucidativas de prevenção e controle do objetivo de sua entidade.

Normalmente, os trabalhos de conscientização são rapidamente abandonados por haver uma desmotivação dos organizadores. Isso ocorre devido aos resultados de campanhas quase sempre inexpressivos em um primeiro momento, mas que refletem

quantitativa e qualitativamente em médio e longo prazo.

Trabalhos de prevenção de doenças, que conscientizam a comunidade para a importância do saneamento básico, por exemplo, trarão resultados na área da saúde local a longo prazo, minimizando casos de doenças e diminuindo a necessidade de atuação de centros de saúde dentro de alguns anos.

Nesse ínterim, as entidades sociais – sejam elas assistenciais, de saúde pública, ambientais etc. – devem incluir em seus programas de atuação social, pelo objetivo proposto no estatuto e na filosofia da entidade, projetos de comunicação com o simples propósito de informar sobre determinado problema social.

Tomando como exemplo dois objetivos bem distintos, elencamos algumas prerrogativas que devem ser priorizadas em um programa de conscientização:

Programa A

Programa B

Tipo de entidade	Assistencial	Ambiental
Área de atuação	Programas voltados para infância e juventude de uma favela de São Paulo	Programa de preservação e proteção ambiental de uma região, incluindo fauna, flora e recursos hídricos
Exemplo de programa de conscientização	A importância da leitura como alicerce para a educação e integração na sociedade	O cuidado com as nascentes e a importância da recuperação das margens dos rios
Pontos fundamentais		
Histórico do problema e situação atual	Explicar de forma clara números colhidos naquela comunidade, comparando-os com de outras comunidades de poder sócio-cultural mais elevado. Mostrar a situação atual do objeto do estudo	Exemplificar com imagens e estatísticas os problemas que têm prejudicado o meio ambiente e os recursos hídricos
Soluções vindas de fora	Exemplos do que foi feito em uma comunidade vizinha ou mesmo de um núcleo menor no próprio bairro, como uma escola ou centro comunitário	Exemplos de entidades de outra região do país e do mundo que realizaram trabalho de prevenção e controle parecido e obtiveram êxito
O que fazer para contribuir	Como aderir ao programa, praticar ou incentivar a leitura	Soluções caseiras que a comunidade envolvida possa incorporar no cotidiano a fim de preservar rios e nascentes
Como fazer para proliferar aquela idéia	Como se tornar agente propagador da idéia, nem que seja de dentro de sua própria casa	Como se tornar agente propagador da idéia, nem que seja de dentro de sua própria casa
Onde buscar mais informações	Indicar sites, endereços e telefones de locais que direta ou indiretamente contribuem com a proliferação da campanha, como bibliotecas, escolas e demais locais em que o participante possa ter acesso à leitura	Indicar sites, endereços e telefones de locais que direta ou indiretamente contribuem com a proliferação da campanha, como ONGs que atuam com trabalho parecido

Formatos eficientes de uma campanha de conscientização

Formação de educadores

É comum e bastante funcional o trabalho com disseminadores do projeto. A formação de monitores e educadores que propaguem a campanha pela comunidade faz com que a mensagem chegue mais rapidamente à comunidade, sem contar que a presença de um agente não tem a mesma frieza da informação escrita.

Comunicação de massa

Auxilia e dá credibilidade ao que o agente levou pessoalmente. A comunicação de massa, seja em jornais, revistas, rádio, TV ou internet, dá um tom maior de mobilização, causando no indivíduo uma sensação de que todos já aderiram ao programa, menos ele. Nesse caso, a ajuda de uma assessoria de imprensa muitas vezes é vital, já que pode conseguir espaço espontâneo na mídia e agregar valor à campanha, uma vez que estará endossado pelo veículo de comunicação.

Comunicação direcionada

É preciso um apoio técnico e político para a campanha. Assim, a comunicação direcionada

deve ter aspectos técnicos e financeiros, incluindo também riscos e possibilidades de sucesso da campanha. Normalmente, essa comunicação atinge parte da população que não necessariamente faz parte da comunidade, como políticos, investidores sociais, profissionais ligados à área de atuação da campanha, entre outros.

Elaboração de material didático

Diferentemente da comunicação dirigida, este deve ser elaborado com o intuito de atingir a população diretamente envolvida no projeto. Para tanto, é necessário ser redigido com a maior clareza possível, se possível com ilustrações, gráficos e tabelas. Usar a criatividade e criar personagens, trabalhar com *check-lists* e *boxes* numerados, ensinando o passo-a-passo da ação etc.

Criação de programas de incentivo

Os participantes de campanhas de conscientização ou mobilização – tanto os agentes como a comunidade em si – devem ter seu trabalho recompensado e se sentirem responsáveis pelo sucesso do programa. Assim, muitas vezes precisa-se criar programas de incentivo que podem ir além do simples benefício obtido pelo resultado da campanha. É interessante, por

exemplo, a distribuição de brindes e premiações, ou mesmo fazer uma espécie de gincana social, nem que o prêmio seja simbólico.

A realização de festas em apoio ao programa, em geral, faz com que a mobilização ganhe força, uma vez que, no evento, o maior assunto a ser comentado é justamente o andamento desse trabalho.

Mostra de resultados

A prestação de contas para a comunidade, investidores e demais envolvidos na campanha é de suma importância. Além de trazer transparência nos aspectos financeiros, pode ser o pivô de uma continuação ou mesmo do fim da campanha. É nela que serão mostrados os resultados, positivos ou negativos, que fortalecerão ou dispersarão a mobilização.

Também é uma fonte de avaliação para elaboração ou adequação de um planejamento estratégico, pois nessa demonstração de resultados é possível encontrar erros ou desvios de rota do que foi anteriormente planejado. 

Marcio Zeppelini. Consultor em comunicação para o Terceiro Setor, editor da Revista Filantropia, produtor editorial graduado pela Universidade Anhembi Morumbi e diretor executivo da Zeppelini Editorial & Comunicação.



Desenvolvemos, analisamos e implementamos sua gestão contábil, quer ela tenha fins lucrativos ou sociais

Serviço personalizado e especializado no Terceiro Setor

- Fundação Abrinq
- Ass. Anália Franco
- Planet Finance Brasil (ONG)
- ANEFAC



São mais de três décadas de tradição que possibilitaram agregar valores como inovação, informação e agilidade a nossa conduta de trabalho e atendimento

- Contabilidade Gerencial com análises de orçamento e por projetos
- Planejamento tributário objetivando economia de forma legal
- Área Contábil, Fiscal, Financeira e de Recursos Humanos
- Controle e renovação de Certidões Negativas
- Consultoria e Auditoria Preventiva
- Serviços e informações online pela internet com total segurança
- Intercâmbio de dados com qualquer sistema de gestão

Os segredos da captação de recursos

Dez dicas valiosas

FERNANDA DEARO
fernandadearo@dearo.com.br

*para profissionalizar a
mobilização de recursos
de sua entidade*

A atividade de captação de recursos é vista no Brasil como um grande obstáculo para a realização dos sonhos e necessidades de um mundo melhor, objetivo geral do Terceiro Setor. Mas não é. Inspirada nas ferramentas de marketing, a captação de recursos exige, antes de tudo, profissionalismo. Ser profissional implica em organização, responsabilidade, otimismo, seriedade e foco. Não há um manual pronto, uma receita. Quem dita as regras é o mercado, mas existem dicas baseadas na experiência que podem clarear as dúvidas mais comuns.

- 1 Em primeiro lugar, é importante esclarecer o que é captação de recursos e para que a fazemos. Se você ou sua ONG não tem respostas definidas, nem pense em começar. Captação de recursos é uma atividade de marketing, e se você não sabe o que é marketing, vai ficar difícil. "Marketing é um conjunto de ferramentas e estratégias que visa atender necessidades e desejos do consumidor" (Phillip Kotler). E quem é ele? As ONGs têm dois tipos de público-alvo: a causa que defendem e os possíveis patrocinadores. Por exemplo, uma entidade que luta pelos direitos do idoso deve buscar patrocinadores que se identifiquem com a causa, como farmácias, clubes e agências de turismo. Já outra que defende os direitos da mulher, deve procurar empresas do ramo de cosméticos, confecções, revistas femininas etc. Isso não significa que uma empresa de construção não se interesse pelo patrocínio. Ao contrário, em captação de recursos tudo é possível.
- 2 O que você "acha", infelizmente, não vai ajudar. Quem dita as regras é o mercado. "Ah, eu acho que a empresa X vai nos patrocinar". Não ache! Pesquise, visite, conheça. Informe-se, leia jornais, revistas. Entenda como as empresas funcionam, acompanhe os editais do governo, leia novas leis, fique por dentro.

- 3 Crie e pulverize sua credibilidade. Mantenha seu balanço e relatório de auditoria em dia e coloque-os à disposição dos parceiros. Divulgue depoimentos de quem já investiu em você. Tenha uma página na internet com tudo isso, atividades, equipe, histórico.
- 4 Coloque-se no lugar do patrocinador e faça a pergunta: "Por que eu investiria nessa ONG ou nesse projeto?". Se a resposta não tiver pelo menos três razões muito boas, você está correndo o risco de não obter sucesso na negociação. Importante: as razões devem ser explicitadas ao parceiro. Comunicação é tudo no processo de captação de recursos. Se você não perguntar, não vai saber o que ele espera de você e, se você não contar sobre suas habilidades, ele nunca vai saber.
- 5 Planeje-se. Saiba aonde você quer chegar e quanto precisa captar. Para quem não sabe, qualquer caminho está errado. E planejamento é atividade em grupo. O captador de recursos não escreve um projeto sozinho, ele o torna esteticamente atraente, cria vantagens para o patrocinador e incrementa a argumentação.
- 6 Respeite as etapas do processo de captação de recursos:
 - **Estudo:** é o momento em que você analisa o projeto ou a ONG para estar seguro na hora da apresentação.
 - **Prospecção:** é a pesquisa que você fará sobre os potenciais patrocinadores e parceiros, respeitando três critérios básicos: a semelhança com a causa que sua ONG defende, a disponibilidade de recursos (quem não tem recursos não pode patrocinar) e os objetivos do patrocinador – visite o site dele na internet, conheça sua linha de produtos e serviços, o número de funcionários e

A captação de recursos exige, antes de tudo, profissionalismo. Ser profissional implica em organização, responsabilidade, otimismo, seriedade e foco



Serviços Especializados para o Terceiro Setor

Assessoria

- Organização do setor de atividades sociais visando à obtenção, manutenção e renovação do Certificado de Entidade de Assistência Social
- Jurídica integral nas questões relacionadas à filantropia, imunidades e isenções
- Contabilidade Social
- Elaboração de Relatórios para órgãos governamentais
- Administração de Convênios Filantrópicos
- Acompanhamento de Processos novos e em andamento junto ao CNAS
- Acompanhamento de Prestação de Contas para órgãos governamentais

Elaboração

- Planejamento Geral, Orçamentário e de Investimentos
- Sistema de Controle Interno
- Prestação de contas para órgãos governamentais fiscalizadores
- Manual de Normas e Procedimentos operacionais, planejamento da Assistência Social e previsão de gratuidades

Treinamento e Desenvolvimento

- Equipes nas áreas administrativa e contábil para gestão das Atividades Sociais

Gestão de gratuidades

Principais Executivos

Prof. Carlos Renato Alves de Souza
Ex-Reitor da Universidade Católica de Petrópolis

Dr. Jarbas T. Barsanti Ribeiro

Endereço: Av. Presidente Wilson, 164
11º andar – Centro
Rio de Janeiro - RJ | CEP 20030-020

E-mail: crenato@cortearbital.com.br

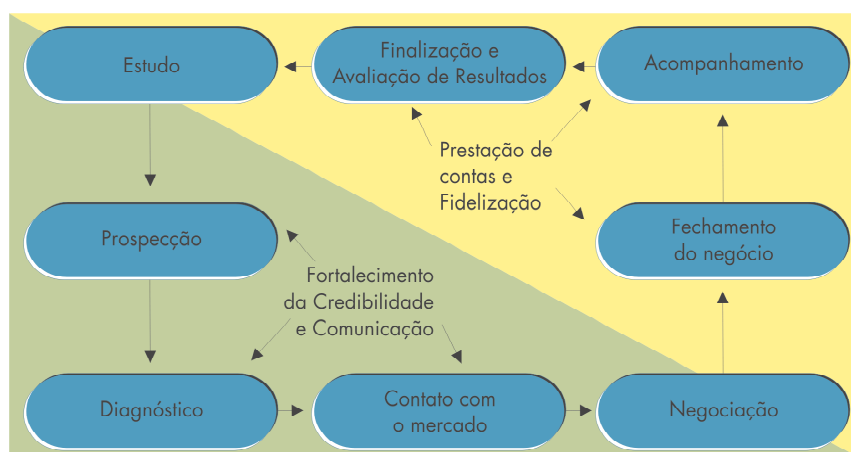
Cellular: (24) 9251-0624
Tel.: (21) 2533-2009
Fax: (21) 2262-7282

público-alvo, verifique a região em que atua, se já promove atividade sócio-cultural e descubra a agência de publicidade que o atende.

- **Diagnóstico:** é sua lista de possíveis patrocinadores, com todos as informações sobre os mesmos, desde a razão social, até últimas atividades deles no mercado.
- **Contato com o mercado:** é quando você vai falar com o possível patrocinador. O ideal é começar o contato com o departamento de marketing. Agendar um encontro é o mais recomendado, nada substitui o “olho no olho”, mas você deve estar preparado para enviar um fax sobre o assunto.
- **Negociação:** é o período que varia de caso para caso. Depende de vários fatores: fechamento de orçamento das empresas – cada uma tem seu tempo, algumas em julho, outras em outubro, outras em dezembro; burocracia interna; mudanças de diretoria, e assim por diante. No caso de recursos públicos, os editais já avisam as regras, mas há fundos que estão disponíveis o ano todo. Na hora de negociar, você deve

gerar sempre muita credibilidade e segurança, enfatizando benefícios e vantagens que o patrocinador terá ao investir.

- **Fechamento do negócio:** negociar um projeto social é como outro qualquer, você deve manter a postura profissional. Um contrato de parceria e/ou patrocínio deve ser assinado por ambas as partes. O papel documenta o que foi dito e garante direitos e deveres.
- **Acompanhamento:** o captador de recursos não termina sua tarefa quando consegue um patrocínio. Ele deve acompanhar o investimento e a aplicação do mesmo e garantir sua boa utilização para os fins solicitados. Nessa fase, a prestação de contas e a fidelização do investidor devem ser contínuas.
- **Finalização e avaliação de resultados:** quando o projeto termina, é preciso avaliar se as metas propostas foram atingidas. O sucesso de um projeto é argumento forte suficiente para que seja refinanciado. Assim, o ciclo é recommçado, com o estudo sobre o novo projeto etc.





Comunicação é tudo no processo de captação de recursos

- 7 Paciência. Captação de recursos é uma atividade de médio a longo prazo. Tirando algumas exceções, se você precisa captar para amanhã, deveria ter começado há pelo menos seis meses.
- 8 Otimismo. Pode esperar, mesmo com todos os processos respeitados, você vai ouvir alguns “nãos”. O que não significa que você deva fechar a porta, pelo contrário: mantenha o potencial investidor informado sobre suas atividades, envie um boletim informativo e conquiste sua confiança e interesse. Em longo prazo... No próximo projeto, ele já saberá quem é você e estará certamente mais preparado. Muitas empresas, apesar da “moda” da responsabilidade social (um assunto à parte), não sabem lidar com o Terceiro Setor. Simplesmente pelo fato de não conhecerem esse mercado. Então, faça-se conhecido.
- 9 Flexibilidade. Um projeto ou uma idéia nunca deve ser apresentado pronto. Isso

dá a impressão de “engessamento”, sem possibilidade de mudanças. Por isso, mostre primeiramente um pré-projeto, nunca o projeto todo. O patrocinador sempre quer participar da criação e é direito dele fazer isso, desde que não desvie os objetivos principais.

- 10 Valorize-se! “Ah, mas eu não tenho nenhum QI naquele ministério. Não conheço ninguém naquela empresa.” E daí? Se o seu projeto for interessante e você for um profissional competente, vai conhecer rapidamente tudo que precisa. É necessário parar com esse vício, criar coragem e falar ao telefone. Acreditar!

Se você não acredita em você, ninguém mais vai acreditar. Se você não acredita na sua ONG, como vai fazer para convencer alguém a acreditar nela?

Fernanda Dearo. Sócia-diretora da Dearo Captação de Recursos e Marketing Social, consultora de captação de recursos e marketing, presidente da ONG SOS Brasil, palestrante e ministrante de cursos na área em todo o país.

Qualidade total na produção de revistas, informativos e livros

Produção editorial customizada de acordo com sua necessidade: **redação, revisão, diagramação, impressão e distribuição.**

- revistas
- livros
- balanços sociais
- jornais
- informativos
- newsletters
- catálogos

Informações:
(11) 6978-6686

zeppelini@zeppelini.com.br
www.zeppelini.com.br



Prioridades para entidades do Terceiro Setor brasileiro

ALEXANDRE CHIARATTI

DO NASCIMENTO

alexandre@auditus.com.br

Existem muitas necessidades a serem resolvidas pelas entidades do Terceiro Setor. Entre elas, devemos priorizar as que representam desafios para o fortalecimento das entidades como *stakeholder accountability*; sustentabilidade; qualidade de serviços; capacidade de articulação e aperfeiçoamento dos sistemas de controles.

Stakeholder accountability

Na falta de expressão em português, *stakeholder accountability* refere-se à necessidade de transparência e à responsabilidade da organização em prestar contas perante os diversos públicos.

Em um contexto no qual competem de forma mais direta por recursos públicos e privados, é essencial que as instituições demonstrem posições claras e resultados concretos.

A fim de atingir sucesso e maximizar o benefício social de sua atuação, as entidades devem respeitar as leis e obedecer a todas as obrigações contratuais, além de fornecer ao público informação suficiente para que este possa se posicionar a seu respeito, principalmente se a organização solicita doações a ele.

Accountability significa mais que a publicação de relatórios anuais e de demonstrações contábeis. É uma postura de responsabilidade que se exercita no cotidiano da gestão, frente a públicos internos e externos. Além disso, *accountability* reintegra a dimensão política à administração.

Sustentabilidade

A sustentabilidade é a capacidade de captar recursos financeiros, materiais e humanos de maneira suficiente e continuada, e utilizá-los com competência, de maneira a perpetuar a organização e permitir que ela alcance seus objetivos.

Contudo, todos os segmentos do Terceiro Setor parecem passar por uma crise de sustentabilidade: a garantia de recursos continuados pertence ao passado. Isso vale, indistintamente, para as entidades que captam seus recursos financeiros no Estado, de empresas privadas e/ou de pessoas físicas.

Uma das competências mais necessárias é a capacidade de conhecer e desenvolver todas as possibilidades de obtenção de recursos, para tê-los em volume suficiente e de forma continuada, sem gerar dependência ou subordinação a nenhuma fonte individual de financiamento. As fontes podem ser filantrópicas ou comerciais, volumosas ou pequenas, pontuais ou de longo prazo, mas cada uma tem seu potencial, limitações e caminhos mais adequados para obtenção de recursos. Portanto, a sustentabilidade financeira se atinge por meio da combinação habilidosa das fontes.

Da mesma forma, os recursos humanos de uma organização devem ser identificados, formados, estimulados e mantidos com competência. Na medida em que o setor social se torna mais visível e mais competitivo, a atração e retenção de pessoas, inclusive de voluntários, passa a se pautar por critérios que se assemelham àqueles utilizados por entidades empresariais. Mais ainda, o trabalho voluntário compete pela atenção das pessoas com as opções de lazer, com a convivência em família e até com o ócio.

A sustentabilidade não se limita à capacidade de captação dos recursos que uma organização necessita, mas também ao seu emprego de maneira eficiente, a fim de ampliar os resultados alcançados e assegurar que a entidade continue a contar com o apoio do público.

Qualidade de serviços

Parece evidente que nos próximos anos as instituições filantrópicas assumirão um papel

Um dos paradigmas do século 21, segundo o qual problemas são melhores enfrentados por entidades formais, é aos poucos substituído por um modelo que enfoca a necessidade de articulação de redes



cada vez mais preponderante na prestação de serviços de caráter público, sejam estes oferecidos espontaneamente, financiados com recursos próprios, decorrentes de contratos públicos ou comercializados.

O caráter assistencialista da atuação das entidades filantrópicas justificou, no passado, uma postura resistente à introdução de práticas gerenciais. Qualidade significava oferecer o melhor serviço possível a um número limitado de beneficiários ou diluir entre uma população carente os recursos disponíveis. A postura, em ambos os casos, era apenas o de atender, e isto parecia suficiente.

A caridade e a filantropia são desenvolvidas por meio dos serviços prestados a consumidores ou a cidadãos conscientes de seus direitos. Assim, exige-se o uso eficiente dos recursos e a avaliação adequada do que será priorizado em função dos recursos disponíveis, das necessidades do público e das alternativas existentes. O aprimoramento da qualidade deve ser um objetivo contínuo das entidades.

Capacidade de articulação

No passado, as organizações sem fins lucrativos eram auto-suficientes em uma determinada jurisdição. Isso não retrata a realidade do presente, nem é o que se espera do futuro.

Um dos paradigmas do século 21, segundo o qual problemas são melhores enfrentados por entidades formais, é aos poucos substituído por um modelo que enfoca a necessidade de articulação de redes. Ou seja, em vez de privilegiar o espaço organizacional, as instituições se voltam para as relações entre indivíduos, grupos, entidades e setores.

O compartilhamento de informação e a atuação conjunta são os caminhos para a potencialização da capacidade de atores públicos, empresariais e não-governamentais em busca de resultados de impacto.

Aperfeiçoamento dos sistemas de controles

No Brasil, há um claro consenso entre estudiosos e pessoas envolvidas no cotidiano de entidades sociais a respeito da deficiência nos sistemas de controles (contábeis e administrativos) das organizações. Esse é um dos maiores problemas existentes, e a aprendizagem e a aplicação de técnicas são o caminho ideal para atingir melhores resultados.

Nas décadas de 70 e 80 os maiores desafios do Terceiro Setor eram a sobrevivência em um ambiente político hostil e a conquista de reconhecimento público para as próprias causas, como o ambientalismo e a defesa de direitos. Atualmente, a legitimidade do setor parece advir de sua competência em agir de forma eficaz na prestação de serviços.

O perfil das instituições brasileiras parece confirmar a percepção de que o problema do setor é, fundamentalmente, um problema de competência na gestão. Ao operar em um meio desfavorável, caracterizado pela falta de recursos e de apoio do poder público, as entidades não conseguem romper o ciclo vicioso, ilustrado no esquema abaixo.

O aperfeiçoamento do sistema de controle das entidades tem um papel importante na ruptura deste ciclo, que é substituído por uma relação ideal em que o bom sistema permite alcançar resultados

positivos, captar recursos suficientes e atrair profissionais qualificados, superando as adversidades do meio.

No cenário atual, os controles adquirem maior importância com a adoção do discurso empresarial de resultados. Essa não é uma mudança cultural completa, mas manifestação visível de um processo gradual de transformação pela qual vêm passando os atores organizacionais do campo do desenvolvimento social em todo o mundo. Com esforço, dirigentes e líderes de antigas e politizadas entidades não-governamentais, majoritariamente identificadas com a esquerda política, admitem ter algo a aprender com as empresas do mercado e aceitam gerir suas entidades como empreendimentos sociais.

É fato que há muito a ser aperfeiçoado na administração das entidades do Terceiro Setor. Melhorias que podem proporcionar mais segurança e até mesmo resultados surpreendentes a curto prazo, em termos de eficiência no emprego dos recursos organizacionais.

Na busca desses resultados, muitas instituições já perceberam a importância do trabalho prestado por uma assessoria externa, capaz de avaliar os sistemas de controle e, na medida do possível, sugerir mudanças para proporcionar credibilidade e transparência às informações que estão sendo apresentadas. Além disso, ela contribui com a sustentabilidade das entidades, tanto no cumprimento de exigências legais como na emissão de sua opinião sobre prestações de contas ou verificação dos projetos desenvolvidos. 

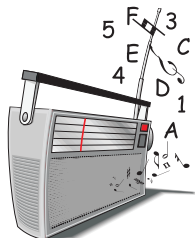
Alexandre Chiaratti do Nascimento. Contador, auditor independente, sócio da Auditus Consultores e Auditores Independentes, especialista em Finanças (FGV) e Gestão das Organizações do Terceiro Setor (Mackenzie).

Falta de recursos humanos capacitados → gerenciamento inadequado → falta de dinheiro → insuficiência de resultados



www.cantocidadao.org.br

Conheça alguns programas de democratização de informações sobre cidadania



Canto Cidadão nas ondas do Rádio

Transmitido ao vivo todos sábados, das 11 ao meio-dia, pela Rádio Boa Nova AM 1450 khz, o programa trata os temas relacionados ao exercício pleno da cidadania de forma clara e descontraída, convidando o ouvinte a participar e fazer a sua parte.

Outros programas do Canto Cidadão:

- Doutores Cidadãos
- Canto Cidadão em todos os cantos
- Canto Cidadão em prosa e verso
- Canto Cidadão na TV

Conheça mais no site da organização:

www.cantocidadao.org.br

Participação nos lucros das entidades do Terceiro Setor

Teses apontam considerações importantes sobre distribuição de resultados

MARCOS BIASIOLI
marcos@mbiasoli.com.br

Não há como imputar as entidades filantrópicas ao cumprimento dos requisitos impostos pela lei, ou seja, de promover a distribuição de resultados a seus empregados

A repartição dos lucros da empresa aos seus funcionários já foi largamente debatida e o assunto está por demais ultrapassado. Parte-se da premissa que a primeira norma a regular a matéria de forma específica foi editada em 1994, por meio da Medida Provisória nº 194, que foi reeditada treze vezes e se converteu em lei em 2000 (nº 10.101/00), e que a Constituição Federal de 1988 também já havia regulado o assunto por meio do art. 7º, inciso XI.

Todavia, quando atraímos o assunto para debate quanto sua aplicação ao Terceiro Setor, sempre há novas e amplas reflexões que merecem ser exauridas, pois anualmente, em regra, às vésperas dos dissídios coletivos dos empregados, surgem infundáveis dúvidas e inconformismo com as decisões tiradas das convenções coletivas que vinculam as entidades sociais. Diante de tal obscuridade, vamos tentar minimizar a tônica do calor do debate por meio de algumas considerações de teses de singela contribuição.

Partindo do exame da lei 10.101/00, que instituiu a obrigatoriedade da distribuição de lucros das empresas, logo poderíamos refutar sua aplicação às entidades do Terceiro Setor. Vejamos o que diz a lei: “Art. 1º – Esta lei regula a participação dos trabalhadores nos lucros ou resultados da empresa como instrumento de integração entre o capital e o trabalho e como incentivo à produtividade, nos termos do art. 7º, inciso XI, da Constituição.”

A primeira tese que, via de regra, se sustenta ante o jargão de que as instituições não produzem lucro e, com isso, não estão

incorporadas ao regramento legal, está superada, pois a lei aduz “lucros ou resultados”. Assim sendo, ainda que não gere lucro, e sim superávit, este não deixa de ser um resultado que impõe distribuição.

A segunda tese inicia-se pelo exame da Constituição Federal de 1988, que prevê o direito em estudo a todos os trabalhadores. A saber: “Art. 7º – São direitos dos trabalhadores urbanos e rurais, além de outros que visem a melhoria de sua condição social: XI – participação nos lucros, ou resultados, desvinculada da remuneração, e, excepcionalmente, participação na gestão da empresa, conforme definido em lei.”

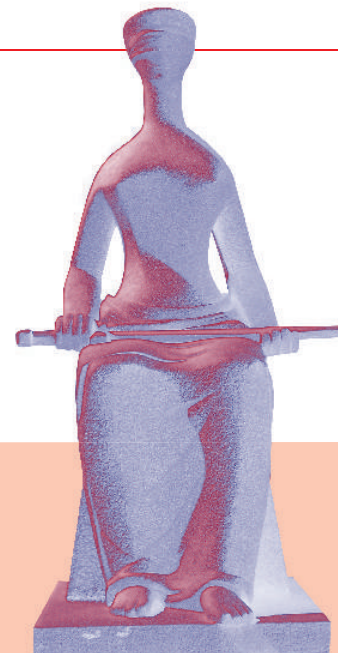
Pela interpretação isolada da Carta Política, não há como afastar o empregado das instituições sociais de tal direito constitucional, pois ele também é um trabalhador e, pelo princípio da isonomia, deve ter igual direito àqueles que labutam no Segundo Setor.

De acordo com a terceira tese, o legislador ao promulgar a lei em comento incluiu no art. 2º, incisos I e II, o direito das empresas de estabelecerem, por meio de comissões formadas pelas partes, convenções ou dissídios coletivos critérios para a distribuição dos lucros/resultados. Neste diapasão, as instituições do Terceiro Setor, que em sua grande maioria são omissas por advento das negociações coletivas, estão sendo forçadas a recepcionar as decisões derivadas dos acordos sindicais, ora até homologados pelo TRT, que as obrigam a promoverem a dita distribuição sob a rubrica de “abono especial”.





Os trabalhadores do Terceiro Setor não possuem direito de reivindicar quanto a participação nos resultados, nem por meio de outra rubrica, tipo “abono especial”



Depois de homologado o acordo pela justiça, não há mais como rechaçá-lo, pois ele vincula as entidades do setor social. Exceto se ficar provado vício de consentimento por parte da instituição ao Sindicato Patronal lhe representar. Nesse caso, cabe ação anulatória para refutar a imposição de tal abono especial, segundo entendimento do TRT1, 2ª. Região.¹

Assim sendo, não refutada a tempo, a convenção deve ser cumprida pelo Terceiro Setor, pois ela terá força de lei entre as partes, pois, do contrário, as entidades terão que responder de forma singular ou coletiva o seu descumprimento perante a justiça trabalhista, arcando com os ônus da omissão e da desídia processual.

O que fazer diante de tal impasse?

Comungamos para a solução com a última tese. A saber:

Quarta tese: a Constituição é pragmática, ou seja, não obstante sua soberania, ela mesma remete ao legislador complementar ou ordinário a função de regular o assunto. E assim o fez, no próprio mencionado inciso XI, do art. 7º: “Participação nos lucros, ou resultados, desvinculada da remuneração, e, excepcionalmente, participação na gestão da empresa, conforme definido em lei.”

Ao outorgar poderes ao legislador não constitucional, de regular a matéria, assim o fez, por meio da mencionada lei 10.101/00, que exclui o direito do empregado do Terceiro Setor de perceber tal distribuição de resultados, conforme se verifica no próprio teor da lei.

Vejamos o que dispõe o parágrafo 3º do art. 2º: “Não se equipara a empresa, para os fins desta lei: I - a pessoa física; II - a entidade sem fins lucrativos que, cumulativamente: a) não distribua resultados, a qualquer título, ainda que indiretamente, a dirigentes, administradores ou empresas vinculadas; b) aplique integralmente os recursos em sua atividade institucional e no país; c) destine o seu patrimônio a entidade congênere ou ao poder público, em caso de encerramento de suas atividades; d) mantenha escrituração contábil capaz de comprovar a observância dos demais requisitos deste inciso, e das normas fiscais, comerciais e de direito econômico que lhe sejam aplicáveis.”

Em respeito à Constituição Federal e à lei em foco, não há sequer de longe como imputar as entidades filantrópicas ao cumprimento dos requisitos impostos pela lei, ou seja, a obrigatoriedade de promover a distribuição de resultados (superávit) aos seus empregados, por uma simples razão: elas não estão compelidas pela lei a fazê-la e a exigência por meio da Justiça do Trabalho, ao meu entender, deve ser amplamente rechaçada. O escudo se retira da própria Carta Magna, em seu art. 5º, inciso II, que aduz: “Ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei.”

Não comungo com a quebra do princípio da isonomia entre os trabalhadores, pois todos são iguais perante a lei segundo o diploma constitucional, mas no caso em questão, os trabalhadores do Terceiro Setor não possuem direito de reivindicar quanto a

participação nos resultados, nem por meio de outra rubrica, tipo “abono especial”.

É certo que nada impede que haja acordo coletivo de trabalho no sentido de estipular vantagem e/ou compensação similar, mas jamais poderá invocar a proteção da lei 10.101/00, pois a ele não se aplica.

A organização deve obstar os termos da convenção coletiva, não sob o pretexto de que não auferir lucro, e tampouco sob o manto da política tributária que não pode distribuí-lo, ante o disposto no art. 14 do Código Tributário Nacional, mas sim pelo fato de que não está obrigada a distribuir resultado/lucro, pois a lei assim a excluiu de tamanha encargo.

O enfoque jurídico aqui enfrentado não teve o propósito de incitar o banimento dos direitos do obreiro do Terceiro Setor, que é tão dedicado, senão mais do aquele que milita no Segundo Setor, mas sim de advertir as entidades sociais desavisadas a participarem com mais veemência ao processo negocial trabalhista, evitando amanhã pagar por sua tardança e inércia. 

Marcos Biasoli. Advogado em São Paulo, mestrado em Direito – PUC/SP, pós-graduado em Direito Empresarial – The European University, administrador de empresas pela Universidade Mackenzie, professor do curso de Gestão do Terceiro Setor da Universidade Federal do Espírito Santo e editor da Revista Filantropia.

¹ AÇÃO ANULATÓRIA – CLÁUSULA DE CONVENÇÃO COLETIVA – PARTICIPAÇÃO NOS LUCROS (OU ABONO ESPECIAL) – ENTIDADE FILANTRÓPICA. SE NÃO DEMONSTRADO O VÍCIO DE CONSENTIMENTO, NÃO PROCEDE AÇÃO ANULATÓRIA PARA INVALIDAR CLÁUSULA DE CONVENÇÃO COLETIVA – QUE DETERMINOU PAGAMENTO DE ABONO A TÍTULO DE PARTICIPAÇÃO NOS RESULTADOS – SOB O ARGUMENTO DE QUE A REQUERENTE NÃO SE PRESTA COMO INSTRUMENTO DE LUCRO POR SER RECONHECIDA COMO ENTIDADE DE FINS FILANTRÓPICOS. MATÉRIA QUE DEVE SER APRECIADA, APÓS PROVOCACÃO, POR MEIO DE AÇÃO DE CUMPRIMENTO. (TRIBUNAL: 2ª REGIÃO / ACÓRDÃO NUM: 2001002112 / DECISÃO: 13 09 2001 / TIPO: 14 / NUM: 1999004771 / ANO: 1999 / NÚMERO ÚNICO PROC: 14)



Lei estimula pesquisa científica e tecnológica

A lei 10.973, de 2 de dezembro de 2004, visa estimular a inovação e criação científica e tecnológica. Mediante a concessão de recursos financeiros, humanos, materiais ou de infra-estrutura, a União, os estados e os municípios poderão apoiar empresas nacionais, Instituição Científica e Tecnológica (ICT) e organizações de direito privado sem fins lucrativos.



Alterações no manual da GFIP

A instrução normativa nº 1, de 25 de novembro de 2004, aprovou alterações no manual de preenchimento da Guia de Recolhimento do FGTS e Informações à Previdência Social (GFIP). O manual contém, campo a campo, o que deve ser informado pelo empregador/contribuinte, de acordo com a legislação e os padrões estabelecidos pelo INSS e pela Caixa.

 www.previdencia.gov.br
 www.caixa.gov.br



Sistema Único de Assistência Social (Suas)

O Sistema Único de Assistência Social (Suas), do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS), irá definir e organizar os elementos essenciais à execução da política de assistência social. Entre as questões discutidas estão a burocracia enfrentada pelas organizações e a demora com processos de pedido de certificação de assistência social, que permite às entidades a solicitação de isenções.



Prorrogado prazo para adaptação dos estatutos sociais

A medida provisória 234, de 1º de janeiro de 2005, prorroga o prazo final de adequação dos estatutos sociais para 11 de janeiro de 2006. Com isso, as associações e fundações constituídas na forma das leis anteriores têm mais um ano para entrar em conformidade com o novo Código Civil.



Nova fonte de recursos para entidades

Investidores em títulos públicos federais pela internet, do Programa Tesouro Direto, poderão fazer doação de parte de seus títulos ou rendimentos para entidades filantrópicas. Para se cadastrar, basta a organização apresentar o Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social (Ceas) às corretoras e bancos que operam o programa.



ATENA CALINE AZEVEDO KASPER



Novidades no CNAS

A Comissão de Normas do CNAS apresentou relatório com algumas alterações, como a prioridade no exame de processos. Será seguida a seguinte ordem: processos que entraram até 31 de dezembro de 2001; que são objeto de diligência; com manifestação sobre impostos incidentes na importação; de entidades posteriores a 2001, que serão examinados junto com os anteriores a 2001; e que deram entrada depois de 2001, segundo o protocolo do CNAS.



Estatuto da Juventude

O projeto de lei 4.529/2004 pretende instituir o Estatuto da Juventude, destinado à regulamentação dos direitos às pessoas com idade entre 15 e 29 anos. Ele não conflitará com o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), que dispõe sobre a proteção do grupo compreendido entre 12 e 18 anos de idade. Dentro da faixa etária contemplada no ECA, o Estatuto da Juventude disporá sobre direitos adicionais ainda não assegurados aos jovens entre 15 e 18 anos.



DAVID BUREBACH



Mudanças na legislação tributária

A medida provisória 232, de 30 de dezembro de 2004, trouxe alterações na tabela do Imposto de Renda e nos artigos 30 e 32 da lei 10.833, de 29 de dezembro de 2003 – que regulam a retenção na fonte da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) e da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins) e da Contribuição para o PIS/Pasep.



Fontes: **Maria Helena Gabarra Osório, Tatiana Magosso Evangelista e Carlos Eduardo Rédua Gonçalves.**
Advogadas do escritório M. Biasioli Advogados Associados S/C.



Governador Geraldo Alckmin com colaboradores do projeto

Inaugurado salão de beleza popular em São Paulo

Em parceria com a ONG Cosmética, Beleza e Cidadania, o governo do Estado de São Paulo inaugurou em dezembro do ano passado o Salão de Beleza Social, localizado na Escola de Samba Mancha Verde. O projeto é financiado pela Agência de Desenvolvimento Social e tem como objetivo profissionalizar pessoas carentes por meio de cursos de cabelereiro, manicure, pedicure, maquiagem, depilação etc. O salão atenderá frequentadores da escola, além de moradores e trabalhadores da região, com preços abaixo do mercado.



Rua Doutor Abraão Ribeiro, 503, Barra Funda – São Paulo/SP

Brasil ataca a tuberculose

O Ministério da Saúde certificou 15 municípios brasileiros que conseguiram curar adequadamente 85% de todos os casos de tuberculose diagnosticados em 2003, conforme recomendação da Organização Mundial de Saúde (OMS). Para ampliar ainda mais a detecção e o controle da doença, que atinge 85 mil pessoas a cada ano no Brasil e mata cerca de 6 mil, o Ministério lançou em novembro o Fórum Parceria Brasileira Contra a Tuberculose, e espera contar com a participação da sociedade civil brasileira e de organismos internacionais.

Minas Gerais firma compromisso pelas crianças do semi-árido mineiro

O governador de Minas Gerais, Aécio Neves, assinou no dia 2 de dezembro o Pacto Nacional: Um Mundo pela Criança e o Adolescente do Semi-Árido, unindo-se a outros nove governadores de estados do nordeste. O objetivo é melhorar as condições de vida das crianças que vivem nos municípios da região semi-árida mineira e, para isso, o governador se comprometeu a mobilizar as cidades de seu estado para que adotem medidas em três eixos: saúde, educação e proteção contra a violência. Os municípios que cumprirem essas metas receberão do Unicef o Selo Município Aprovado.

Leilão virtual contra a fome

Com o objetivo de arrecadar recursos para o Fundo de Combate de Erradicação da Pobreza, o Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS) realizou entre os dias 25 de novembro e 7 de dezembro de 2004 o II Leilão Fome Zero. Totalmente virtual, o leilão ofereceu nove tipos de produtos, como caneta, relógio e um automóvel utilitário, que foram arrematados a partir de lances mínimos pré-estipulados. A iniciativa é resultado de uma parceria entre o MDS e o Portal Ajuda Brasil, associação sem fins lucrativos que conduziu os lances.

População aprova o programa Farmácia Popular

Pesquisa do Ministério da Saúde demonstra que 91% da população que utiliza os serviços da Farmácia Popular aprova o programa. Foram ouvidas 506 pessoas distribuídas em São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador e Goiânia, cidades onde estão 24 das 26 unidades instaladas. O ponto mais valorizado pelos usuários é o atendimento nas farmácias, aprovado por 97% dos entrevistados. Os remédios da Farmácia Popular são adquiridos pela Fundação Oswaldo Cruz junto aos laboratórios públicos e privados e repassados à população pelo valor de custo.



www.saude.gov.br/farmaciapopular

Disque Saúde - 0800 61 1997

Fome Zero: dois anos

Lançado em meio a críticas e indefinições quanto a sua estrutura, o Fome Zero assumiu, no dia 30 de janeiro de 2003, a missão de lutar pela erradicação da fome e da exclusão social no país. Com o apoio de iniciativas como o Bolsa Família e o Programa do Leite, além da participação de instituições privadas, entidades sem fins lucrativos e da sociedade civil, o projeto alcançou resultados significativos. Em 2003, possibilitou a melhoria dos indicadores sociais dos 1.227 municípios em que foi implantado: viabilizou 110 mil pequenas propriedades, implantou mais de 17 mil cisternas e ampliou a qualidade da merenda em instituições públicas. De acordo com o Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS), 60% das famílias pobres do país estão sendo atendidas pelo Fome Zero. Em contrapartida, um levantamento do Tribunal de Contas da União (TCU) sobre políticas sociais mostra que o governo não consegue confirmar se as famílias beneficiadas pelo Bolsa Família mantêm seus filhos na escola. O Tribunal recomenda que os controles de programas devem ser aperfeiçoados.



www.fomezero.gov.br

Programa integra ações afirmativas para negros

O governo federal lançou em dezembro de 2004 o Programa Integrado de Ações Afirmativas para Negros (Brasil Afroatitude), uma parceria entre o Programa Nacional de DST/Aids do Ministério da Saúde e universidades que possuem programas sociais para negros e que adotam o regime de cotas para acesso dessa população. O principal objetivo é integrar as políticas de ações afirmativas para os afrodescendentes, principalmente com ações de controle da epidemia do vírus HIV.

 www.aids.gov.br/final/dh/afroatitude.htm

O ministro da Secretaria Especial dos Direitos Humanos (SEDH), Nilmário Miranda, fala durante apresentação do projeto de ações afirmativas para alunos afrodescendentes



BRUNO SPADACINI/ABR



EVAN EARWICKER

Programa do Leite cresce e deve ser ampliado neste ano

Durante o Seminário Nacional de Apoio à Produção e ao Consumo do Leite, realizado em dezembro de 2004 em Brasília, o ministro do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, Patrus Ananias, anunciou que o governo federal investiu R\$ 109 milhões no Programa de Apoio à Produção e ao Consumo de Leite em 2004. O produto é adquirido de 13 mil pequenos produtores e doado a 620 mil famílias pobres, com crianças, gestantes, idosos ou mães que estejam amamentando. Para 2005, a meta do governo é investir R\$ 116 milhões e atender cerca de 750 mil famílias.

Bolsa Família beneficia mais de 50% dos lares pobres do país

Principal programa de transferência de renda do Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS), o Bolsa Família atingiu em novembro a marca de atendimento de 53% das famílias pobres brasileiras. O repasse de verba complementa o orçamento de 5.939.018 lares com renda mensal na linha da pobreza. Dados do IBGE apontam que o Brasil tem 11,2 milhões de famílias carentes. O estado que mais recebe benefícios é o Ceará, com 68% de lares atendidos.



RODOLFO PINHEIRO/ABR

Especialistas discutem campanha do desarmamento

Apesar de já ter ultrapassado a marca de 200 mil armas apreendidas em menos de um ano, a Campanha do Desarmamento tem recebido críticas de alguns especialistas, que duvidam dos resultados da iniciativa e do objetivo final do Estatuto do Desarmamento. Em alguns municípios, a violência chegou a aumentar no período da campanha. Belo Horizonte, por exemplo, está entre as cidades recordistas no recolhimento de armas, mas fechou o ano de 2004 com um índice de assassinatos maior que do ano anterior.

Destruição de cerca de 10 mil armas recolhidas pelo Exército no Distrito Federal, Triângulo Mineiro e em Tocantins

Lula recebe jovens do programa pela erradicação do trabalho infantil

No dia 13 de dezembro, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva encontrou-se, no Palácio do Planalto, com 150 crianças e adolescentes de todos os estados brasileiros que integram a Caravana Nacional pela Erradicação do Trabalho Infantil, que percorreu durante cinco meses os 27 estados nacionais. Durante a passagem da caravana, o governador de cada unidade federativa assinou um termo pelo qual se comprometeu a implantar políticas públicas para acabar com a exploração da mão-de-obra infantil na própria região.

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva brinca com Jair Nunes Pereira, do Piauí, durante solenidade da Caravana Nacional pela Erradicação do Trabalho Infantil, no Palácio do Planalto



U. DETTMAR/ABR

Cooperativas

novos paradigmas

Com base em igualdade, solidariedade e democracia, as cooperativas se apresentam como modelos bem sucedidos de desenvolvimento social e econômico

DANIELA TCHERNIACOWSKI



Afastada há 12 anos do mercado de trabalho para cuidar do filho portador da síndrome de Down, a auxiliar de enfermagem Sônia Maria da Silva, 43, decidiu voltar à ativa, unindo-se a mais de 20 pessoas que, assim como ela, estavam desempregadas e buscavam uma solução.

“A maioria eram mães solteiras, negras, sem profissão definida, que viviam de ‘bico’”, lembra.

Visualizando a coleta de lixo como uma boa oportunidade de negócio, o grupo – formado por moradores de Riacho Fundo 2, comunidade pobre da periferia do Distrito Federal –, procurou o Sebrae, que o orientou em técnicas de reciclagem e no artesanato feito com material reciclado.

ADAM BABLICH

COMO CONSTITUIR UMA COOPERATIVA

No Brasil, são necessárias no mínimo vinte pessoas físicas para criar uma cooperativa, conforme lei 5.764, de 16/12/1971.

O grupo precisa ter um interesse econômico em comum e, para viabilizá-lo, deve estar disposto a constituir um empreendimento próprio, no qual cada membro tenha apenas um voto e o resultado seja distribuído proporcionalmente à participação de cada um.

Organização das Cooperativas Brasileiras

 www.ocb.org.br
(61) 325-5500

Sebrae

 www.sebrae.com.br

FONTE: OCB

Assim nascia a cooperativa 100 Dimensão, em um galpão de 600 metros quadrados, atuando na seleção de madeira, vidro, metais, ferro, papel, papelão e garrafas de plástico.

Passados quase cinco anos desde sua criação, a cooperativa dirigida por Sônia conta hoje com 200 associados, oriundos também das regiões de Recanto das Emas, Ceilândia e Samambaia. Desses, metade faz a coleta de 100 toneladas de resíduos por mês e a outra produz o artesanato, gerando uma renda de R\$ 350 a R\$ 450 mensais por pessoa.

Ao transformar lixo em arte, a 100 Dimensão já exibiu esculturas de ferro e papel, luminárias, móveis, entre muitos outros itens no Supremo Tribunal Federal e na Casa Cor Brasília, um dos maiores eventos de decoração que acontece anualmente em várias cidades brasileiras.

Considerada um modelo no mercado de lixo reciclável, vem comemorando várias parcerias e conquistas. Uma delas foi com o Banco do Brasil, que financiou mais de R\$ 250 mil em equipamentos como liquidificadores industriais, guilhotinas e máquina de corte, que permitiram a confecção de 13 mil caixas feitas de papel reciclado e fibra de bananeira. Os produtos serviram como embalagem dos brindes de final de ano oferecidos à diretoria do banco no país e no exterior.

A 100 Dimensão ainda teve reconhecimento da Caixa Econômica Federal, que a selecionou como uma das dez melhores práticas de desenvolvimento urbano do Brasil e a premiou com a viabilização de um projeto no valor de R\$ 25 mil.

Também foi uma das finalistas do 1º Prêmio Banco Mundial de Cidadania, promovido pelo Banco Mundial (Bird), cujo objetivo é destacar projetos que estimulem a inclusão social e o desenvolvimento sustentável.

Recentemente, a organização recebeu do Ministério do Planejamento quatro mil metros quadrados de terreno, onde passará a funcionar e, assim, pretende aumentar para 400 o número de famílias associadas.

Além disso, graças à Embaixada Britânica, o grupo deve inaugurar, em março deste ano, um galpão de 800 metros quadrados que será utilizado para sala de reforço escolar, computação, inglês, oficina de artesanato e até mesmo uma cozinha voltada para o aproveitamento de alimentos.

Isso sem falar na fábrica de papel artesanal, que Sônia espera ver crescer cada vez mais. “Queremos transformá-la na melhor fábrica de papel reciclado do centro oeste brasileiro”, aposta.

Com todas essas vitórias, a 100 Dimensão é um exemplo para quem busca um meio sustentável de renda e emprego, sem precisar esperar alguma medida do governo. Mais que isso, a cooperativa transformou a realidade das pessoas, resgatando sua auto-estima e cidadania, com uma proposta baseada na cooperação, no senso comunitário e na conscientização ecológica.

Democracia, igualdade e solidariedade

Idealizado por diversos precursores, o cooperativismo data de 1844, quando 28 tecelões do bairro de Rochdale, em Manchester, Inglaterra, criaram uma associação, mais tarde chamada de *cooperativa*.

Explorados na venda de alimentos e roupas no comércio local, os artesãos montaram um armazém próprio. Depois, apoiaram a construção ou a compra de casas para os tecelões, além de montar uma linha de produção para os trabalhadores desempregados ou com salários muito baixos.

NÚMEROS DO COOPERATIVISMO

7.355 cooperativas, sendo 2.024 de trabalho

6 milhões de cooperados

182 mil empregos gerados

6% de participação no PIB

US\$ 2 bilhões em exportação em 2004

FONTE: OCB



Desde então, o cooperativismo tem sido uma opção para aqueles que querem satisfazer suas aspirações e necessidades econômicas, sociais e culturais comuns, o que é concretizado por meio de uma empresa de propriedade coletiva, gerida democraticamente.

Segundo a Aliança Cooperativa Internacional (ACI) existem atualmente 800 milhões de cooperados em todo mundo, o que significa 40% da população do planeta.

No Brasil, o cooperativismo mantém seis milhões de cooperados e gera cerca de 182 mil empregos, de acordo com a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB).

Mas quando se fala em cooperativismo, não se trata apenas de uma organização formalmente constituída. O sistema é, antes de tudo, uma filosofia de vida direcionada por conceitos como democracia, igualdade, ajuda mútua, solidariedade e confiança.

Tipos de cooperativas

São diversos os ramos de atuação das cooperativas: agropecuárias; de trabalho; de produção; de saúde; habitacional; educacional; de infra-estrutura, entre outras que permitem – principalmente aos mais carentes – o acesso aos produtos, serviços e bens necessários a qualquer cidadão.

Com maior tradição no Brasil, as associações agropecuárias vêm sendo ultrapassadas, em número, pelas de trabalho (formadas por trabalhadores em busca de clientes ou serviço). “Há cerca de 40 anos, havia forte estímulo do governo para a formação de cooperativas agropecuárias. Já entre 1992/93, as de trabalho tiveram maior crescimento em função dos efeitos da globalização e do desemprego estrutural”, afirma Guilherme Santos e Campos, consultor de orientação empresarial do Sebrae/SP.

Segundo ele, as pessoas que se iniciam em cooperativas de produção e trabalho como opção de emprego e renda devem, em primeiro lugar, entender que estas organizações têm de ser eficientes e funcionar no mesmo nível das empresas para garantirem seu lugar ao sol. “É preciso ser competitivo para crescer”, completa a presidente da 100 Dimensão.

Por esse motivo, o consultor diz que administrar corretamente uma cooperativa é fundamental para sua sobrevivência. “A falta de conscientização é o principal problema das cooperativas de trabalho. Há muitos associados que não sabem como funcionam, achando que se trata de um emprego comum. Na verdade, o cooperado é o próprio empresário, que responde pelo sucesso ou não da organização”.

Para evitar deslizes, Guilherme dá algumas dicas. Primeiro, o interessado deve se reunir com indivíduos que tenham interesses em comum. Depois, sugere fazer um plano de negócios incluindo os custos da criação e manutenção da cooperativa e o quanto ela deve render. O consultor indica, por fim, a realização de um estudo de mercado para saber a quem se venderá o serviço. “Mas nada disso consegue manter a cooperativa se ela não tiver uma relação de confiança entre os associados”, diz.

A importância desse fator também é ressaltada por Rozani Holler, diretora no Conselho de Administração da Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), especializada em cooperativas de trabalho. “Quando não há convergência de interesses, as dificuldades e desentendimentos aparecem, trazendo desvantagens para o empreendimento e seus participantes.”

Outro problema que aparece com mais frequência e preocupa os defensores do sistema

Atividades de coleta de lixo, reciclagem e confecção de artesanato feito com material reciclado geram renda para cooperados



Filantropia? Na hora de escolher os auditores você não pode ter dúvidas.

A TSA presta serviços de auditoria independente, especializados em auditoria de entidades filantrópicas.

Somos uma empresa de Auditoria especializada no segmento de

“Entidades Filantrópicas”.

Sob a responsabilidade técnica dos contadores

**Nilton Antonio Tiellet Borges e
Ivan Roberto dos Santos Pinto -**

ambos com registro na CVM orgulhamo-nos de ter conquistado credibilidade e eficiência. Com uma equipe de profissionais competentes

neste segmento, a TSA está preparada para proporcionar à sua Entidade a tranquilidade de ter realizado um ótimo investimento.



TSA AUDITORES ASSOCIADOS

Av. Nova York, 10/508
Porto Alegre/RS • CEP 90550-070
Fone/Fax: (51) 3325.2080
E-mail: tsa@tsa.com.br

cooperativista são as irregularidades envolvendo exploração de mão-de-obra e baixa remuneração de cooperativas contratadas por empresas.

“Também existem denúncias sobre empresários que, para baixar custos com folha de pagamento, obrigam os funcionários a abrir cooperativas para então contratarem o serviço. Além de ser ilegal, vai contra os princípios de cooperativismo, já que a iniciativa tem de ser voluntária e livre”, relata Guilherme.

De acordo com a legislação, as empresas não podem adquirir o trabalho de cooperativas para produção ou atividade-fim, mas muitas vezes é o que justamente acontece na prática.

Em razão dessas e outras ocorrências, os sindicatos fecharam um acordo que os inclui na fiscalização, junto ao Ministério do Trabalho, de funcionários sem registro.

Apesar disso, as cooperativas de trabalho são consideradas pelos especialistas no assunto a melhor opção para o desemprego e a exclusão social. “Mas, infelizmente, elas estão com sérias dificuldades para se manter em função da falta de visão do governo federal, que vem da cultura CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas) e entende que a única alternativa para o trabalhador é a carteira assinada”, critica Rozani.

Ao considerar que o Brasil tem um dos maiores índices de desigualdade social decorrente, entre outros fatores, de má distribuição de renda e falta de oportunidades de emprego, as cooperativas de trabalho parecem ser a resposta para estas questões nos próximos anos.

“O cooperativismo promove desconcentração de renda. Por isso, o crescimento das cooperativas contribui tanto para o desenvolvimento econômico quanto social do país”.

E são experiências como do grupo 100 Dimensão que comprovam essa tese. Além dela, outra iniciativa bem sucedida é apontada, desta vez na área de crédito.

Cooperativa de crédito “salva” cidade

Definidas como instituições financeiras formadas por um grupo de pessoas, as cooperativas de crédito têm forma e natureza jurídica próprias, não têm fins lucrativos e não estão sujeitas à falência.

O principal objetivo é oferecer crédito e prestar serviços de modo mais simplificado e vantajoso para seus membros como, por exemplo, emprestar dinheiro a juros bem menores e com menos exigências que os bancos.

As cooperativas desse ramo também são uma boa saída para quem não tem renda

suficiente para abrir conta em banco, além de promoverem a inclusão bancária de pessoas carentes.

Outra vantagem é que essas organizações podem aplicar os recursos de poupança e renda no próprio município e contribuir com o desenvolvimento local.

Foi exatamente isso que aconteceu na cidade de São Roque de Minas. Situada na Serra da Canastra, região turística de Minas Gerais, a cidade conseguiu reverter em crescimento econômico e social uma situação quase de falência. Essa história tem início cerca de 13 anos atrás, quando o município se sustentava basicamente pela produção de leite e do queijo canastra.

Com uma agricultura de subsistência, ou seja, para consumo interno das famílias, gerava movimentação financeira tímida, o que resultou no fechamento do único banco mantido pelo governo estadual.

“Isso comprometeu a dinâmica do município e dos habitantes, como os aposentados, que tinham de se deslocar mais de 60km até a cidade mais próxima para sacar o benefício”, conta João Carlos Leite, presidente da Saromcredi, a cooperativa de crédito fundada em 1991, que resgatou a vida econômica e social da região.

PRINCÍPIOS DO COOPERATIVISMO

- 1 Adesão voluntária e livre** – As cooperativas são organizações voluntárias, abertas a todas as pessoas, sem discriminações de sexo, social, racial, política e religiosa.
- 2 Gestão democrática e livre** – São democráticas, controladas por seus membros, que participam ativamente na formulação das suas políticas e na tomada de decisões.
- 3 Participação econômica dos membros** – Membros contribuem equitativamente para o capital das suas cooperativas e o controlam democraticamente. Parte desse capital é, normalmente, propriedade comum da cooperativa, sendo que os excedentes devem ser destinados a uma ou mais seguintes finalidades:
 - desenvolvimento das suas cooperativas;
 - benefícios aos membros na proporção das suas transações com a cooperativa;
 - apoio a outras atividades aprovadas pelos membros.
- 4 Autonomia e independência** – São autônomas, de ajuda mútua, controladas por seus membros. No caso de acordos com outras organizações, incluindo instituições públicas, devem assegurar o controle democrático por seus membros e manter a autonomia da cooperativa.
- 5 Educação, formação e informação** – Promovem a educação e a formação dos seus membros, dos representantes eleitos e dos trabalhadores. Informam o público em geral, especialmente os jovens e os líderes de opinião, sobre a natureza e as vantagens da cooperação.
- 6 Intercooperação** – As cooperativas servem de forma mais eficaz os seus membros e dão mais força ao movimento cooperativo, ao se trabalhar em conjunto, por meio das estruturas locais, regionais, nacionais e internacionais.
- 7 Interesse pela comunidade** – Trabalham para o desenvolvimento sustentado das suas comunidades por meio de políticas aprovadas pelos membros.

FONTE: OCB – ORGANIZAÇÃO DAS COOPERATIVAS BRASILEIRAS



Inicialmente voltada para o crédito rural, a organização permitiu aprimorar a produção de queijo canastra e investir em itens como milho e café, e já é responsável pela comercialização de 30 mil toneladas de milho por ano para outros países.

Com R\$ 9 milhões em depósitos, R\$ 12,5 milhões em operações de crédito e R\$ 3 milhões de patrimônio, a Saromcredi oferece serviços financeiros como qualquer agência bancária.

Em 13 anos de existência, passou de 27 para 4.500 associados. Desde novembro de 2004 opera como banco e hoje praticamente domina a movimentação financeira no município e em cidades vizinhas.

Além disso, a cooperativa ajudou a criar e a fortalecer outras instituições como a associação comercial e industrial da cidade, aberta em 1998, e a cooperativa de educação.

Formada por pais insatisfeitos com a qualidade das escolas municipais, a cooperativa de educação possibilitou a construção de uma escola, inaugurada em 1999, com sala de computadores e acesso à internet, aulas de inglês, merenda própria etc.

Além de oferecer melhores instalações, o espaço promove o ensino da filosofia cooperativista a mais de 100 alunos. Parte do custo mensal por estudante, de R\$ 140, é pago pelos cooperados (R\$ 80) e o restante fica a cargo da cooperativa de crédito.

“A Saromcredi criou um círculo virtuoso para a cidade, porque, ao contrário dos bancos, que concentram renda, ela atua como um agente distribuidor de riqueza financeira. Por esse motivo acredito que o Brasil não vai conseguir crescer sem um sistema forte de cooperativas”, arrisca João.

Ano das cooperativas e do microcrédito

Ao menos no que se refere ao desenvolvimento socioeconômico em âmbito internacional,

a ONU já tomou medidas próprias. Definido pela organização como Ano Internacional do Microcrédito, 2005 se inicia com a promessa de fomentar o microcrédito em todo o mundo, a fim de trazer melhorias aos mais pobres.

O intuito é fazer com que pessoas de baixa renda tenham acesso ao crédito e a outros serviços, e estimular o surgimento de empresas, empregos e o desenvolvimento de economias.

No rastro da resolução da ONU, o presidente Lula anunciou recentemente que 2005 será o ano das cooperativas e do microcrédito no Brasil.

Apesar de o governo federal ter criado em 2003 um programa de microcrédito, precisou reformulá-lo em vista da baixíssima adesão das pessoas.

Uma das alterações feitas foi a isenção de CPMF (contribuição sobre movimentação financeira) para as contas correntes simples, de saldo inferior a R\$ 1 mil, sem direito a talão de cheques. Já os empréstimos terão taxa de 2% ao mês, mais encargos administrativos.

Com essas novidades, o governo espera promover mudanças significativas na vida da parcela mais necessitada da população brasileira, ou seja, a grande maioria.

Se depender da idéia de que o movimento cooperativista pode ser um dos principais caminhos no alcance desse objetivo, não faltam exemplos a serem seguidos.

Mas, se por um lado, ainda há pouca vontade política dos governos de fazer estas iniciativas se multiplicarem pelo país, por outro também cabe às próprias entidades do Terceiro Setor fertilizar o campo para novas cooperativas. Afinal, apesar de caminharem paralelamente, cooperativas e organizações da sociedade civil estão alinhadas com os mesmos conceitos de desenvolvimento sustentável, bem-estar e responsabilidade social. ☺

Ano Internacional do Microcrédito

 www.yearofmicrocredit.org

COOPERATIVAS DE CRÉDITO

O sistema cooperativo de crédito no Brasil

- 1.356 cooperativas de crédito
- 36 cooperativas centrais
- mais de 1,6 milhão de associados
- 2.933 pontos de atendimento
- R\$ 2,2 bilhões de patrimônio líquido
- R\$ 5,1 bilhões de depósitos
- R\$ 4,5 bilhões em operações de crédito
- mais de 25 mil empregos diretos

FONTE: SEBRAE

Maximizando a Responsabilidade Social de sua organização!



Comunicação e responsabilidade social empresarial. Nós sabemos como fazer.

Instituto Parceiros da Vida de Comunicação & Responsabilidade Social Empresarial • parceiros@parceirosdavid.org • www.parceirosdavid.org

O velho ditado chinês na prática

Organização gaúcha investe há quase três décadas na promoção de uma franquia social, que convida empresários brasileiros e argentinos a multiplicar seus conhecimentos, formando cidadãos

FELIPE MELLO

programa@cantocidadao.com.br

O papel das empresas privadas tem sido pauta de discussões cada vez mais intensas, seja na academia por teóricos da administração e das ciências sociais, seja na prática pelos fornecedores e consumidores dos produtos e serviços disponíveis no mercado. O foco desta matéria concentra-se no potencial multiplicador de competências que uma empresa pode possuir e quando o possui, consegue espalhar boas sementes em mentes jovens, sedentas por respeito, orientação e oportunidades.

Nítida é a capacidade de criação de processos produtivos que inúmeras empresas demonstram em seu dia-a-dia. São cabeças e braços que, coordenadamente, estabelecem objetivos e aplicam suas habilidades cognitivas e sociais para fazer chegar ao público-alvo o resultado de seus esforços, cumprindo a missão inicial. Entretanto, e lamentavelmente, percebe-se com frequência que um determinado poço de excelência empresarial está fincado em uma comunidade paupérrima, escancarando a realidade contraditória da sociedade brasileira. Obviamente, não se trata de uma exclusividade tupiniquim, uma vez que dezenas de outras localidades além de nossas fronteiras também apresentam tal sorte de desajuste social. A partir das constatações, é quase automático elaborar uma linha de raciocínio que busque uma relação entre os fatos, ou ainda, fórmulas que colaborem para o equilíbrio daqueles que ocupam o mesmo espaço geográfico, ainda que habitando mundos distantes em termos de dignidade humana.

A Fundação Projeto Pescar, situada em Porto Alegre, existe há 29 anos e investe na construção de uma estratégia de franquia social, que motiva empresas a investir em iniciativas de desenvolvimento pessoal e profissional de adolescentes em situação de risco social.

O início das atividades

O calendário apontava o ano de 1976, época em que o empresário gaúcho Geraldo Tollens Linck, fundador e então presidente da Linck S/A — uma revenda de máquinas e equipamentos rodoviários —, decidiu ministrar aulas teóricas e práticas para 15 jovens que aprendiam um ofício

profissional. Alguns anos foram suficientes para indicar que aquela fórmula era válida e replicável. A partir daí nasceu o projeto pioneiro de franquia social, institucionalizado em 1988, dirigido a empresários que desejam investir, de forma responsável, em uma ação que cause impacto positivo na comunidade em que a companhia está inserida e na vida dos atendidos.

Com o apoio de diversas empresas, o Projeto Pescar logo evoluiu para uma rede de franquias, cujo fortalecimento e expansão são atribuições da fundação, criada em 1995. “Desde o início, empresários, professores, voluntários, mantenedores e apoiadores vêm unindo esforços e entusiasmo para a expansão das franquias do Pescar. Hoje, soma 71 unidades instaladas nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Distrito Federal, e forma anualmente 1,2 mil adolescentes de ambos os sexos”, conta Rose Marie Linck, vice-presidente da organização. Além de promover a aprendizagem básica para o exercício de uma profissão nas mais diversas áreas da indústria, do comércio e da prestação de serviços, completa Rose Marie: “O Projeto Pescar estimula os jovens a adotar novos hábitos e atitudes de convivência e cidadania”.

Pescando resultados

Empresários dos mais diversos setores apostaram nessa idéia e montaram unidades em suas empresas. Nesses locais, proporcionam iniciação profissional a adolescentes entre 15 e 18 anos, em situação de risco social, que estejam estudando ou concluíram o ensino médio. “Em geral, 75% dos adolescentes, após o término do curso, ingressam no mercado de trabalho, 8% deles desenvolvendo negócios próprios. Ao longo de nossa história, já formamos mais de nove mil jovens”, informa Rose Marie. São vários os exemplos bem-sucedidos. É o caso de um jovem que frequentou uma das unidades do projeto e que, após se formar, foi contratado por uma importante revenda do setor automotivo. Completando o ciclo, comemora Rose Marie, “este homem, hoje, é voluntário do Pescar

Atividade para fortalecer a idéia de trabalho em equipe



DIVULGAÇÃO

Empresas investem em iniciativas de desenvolvimento pessoal e profissional de adolescentes em situação de risco social



Jovens durante oficina profissionalizante

e transmite suas experiências na Unidade Geraldo Linck”, em Porto Alegre.

O modelo de trabalho desenvolvido pela fundação já recebeu premiações importantes, como a da Fundação Banco do Brasil (2001), que contempla as tecnologias sociais mais facilmente replicáveis no país, e o Prêmio Bem Eficiente (2004), outorgado pelo escritório Kanitz & Associados, que laureia as 50 instituições beneficentes melhor administradas no Brasil. “O modelo enxuto de investimento financeiro, o suporte total dado na sua formatação e implantação e o acompanhamento sistemático dado ao franqueado tornam o Projeto Pescar adequado às empresas que queiram exercer sua responsabilidade social, com baixo custo. Uma sala nas dependências da empresa, mesas e cadeiras para os jovens, uma mesa para o orientador contratado e um quadro-negro. Esse é o investimento inicial. O restante é conquistado por meio de parcerias com fornecedores, voluntários e amigos, que ministram aulas complementares e palestras das mais diversas áreas profissionais”, relata a vice-presidente da entidade.

Idéias cruzam fronteiras e fazem escola

E se o Mercosul ainda testemunha várias derrapadas nas relações comerciais entre Brasil e Argentina, a área social, especificamente o projeto apresentado, vem dando exemplo de boavizinhança. Isso porque empresários argentinos

estão abrindo franquias sociais no país de *nuestros hermanos*. Em 2003, começou a operar a Fundación Proyecto Pescar, detentora da Tecnología Pescar na Argentina, e hoje já são três as grandes companhias que aderiram ao projeto. Com as primeiras turmas, elas irão formar 51 jovens em condição de vulnerabilidade social, que receberão formação de eletromecânica e logística (Grupo Palmero), indústria têxtil (Vanderfil) e área de serviços (Village Coca-Cola). A última, uma administradora de shoppings e cinemas, deverá prosseguir abrindo novas unidades, em razão da excelente aceitação do projeto.

Recentemente, a instituição gaúcha também colaborou com o Ministério da Educação (MEC) na formatação do Projeto Escola de Fábrica, por meio do fornecimento de material sobre funcionamento, metodologia e resultados alcançados pelo Projeto Pescar, já que as duas iniciativas têm semelhanças indiscutíveis. O propósito do projeto do governo federal é atender à demanda por formação profissional no país e redirecionar jovens em condições de pobreza para o mercado de trabalho. “O Ministério da Educação vê no Projeto Pescar um sinalizador para possível parceria no futuro, por sua experiência e sucesso em parcerias com empresas”, explica Rose Marie.

A direção da organização insiste que toda empresa socialmente responsável, independentemente de seu porte, área de atuação e localização geográfica, pode participar do

Projeto Pescar como franqueada, mantenedora, apoiadora ou empregadora que acolhe os jovens formados. “Ao tornar-se franqueada ao projeto, a companhia passa a receber suporte e orientação técnica da fundação, e tem acesso ao conhecimento e à experiência de quase três décadas de trabalho na área”, conclui.

Em tempos de *tsunami* e outras catástrofes naturais, é urgente a prática de ações assistencialistas, até para garantir a sobrevivência daqueles que sofreram agressões físicas e emocionais com as tragédias. Entretanto, é inquestionável a necessidade de investimento pesado em iniciativas sociais de fortalecimento do ser humano, verdadeiras cartas de alforria àqueles que sofrem tragédias diárias.

NÚMEROS DO PROJETO PESCAR

29	anos de existência
71	unidades no país
1,2	mil jovens formados anualmente
75%	dos formados ingressam no mercado de trabalho

Projeto Pescar

Avenida dos Estados, 111
CEP 90200-000 – Porto Alegre/RS
 www.projetopescar.org.br
 (51) 3358-3359 / Fax: (51) 3358-3355



Inscrições abertas

CURSOS DE ESPECIALIZAÇÃO CONVÊNIO FIJO/PUCRS

Avenida Ipiranga, 6681, Prédio 2
Campus PUCRS - Porto Alegre
www.fijo.org.br | posgraduacao@fijo.com.br

Tel. (51) 3339.1692 / 3336.5857 | Fax: (51) 3339.1377

ADMINISTRAÇÃO RURAL | COMUNICAÇÃO PARA O TERCEIRO SETOR | DIREITO DO TRÂNSITO | EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS |
EDUCADORES DE TRÂNSITO | ENGENHARIA DE TRÂNSITO | GESTÃO EM COOPERATIVISMO | PROFISSIONAIS PARA O TERCEIRO SETOR

Conferência Nacional dos Bispos do Brasil

Com mais de 50 anos de existência, a CNBB promove por meio de ações e campanhas a melhoria da sociedade

THAÍS MENDES

A Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), importante representante da Igreja Católica no país, foi fundada no ano de 1952, época de renovações na vida religiosa.

O nascimento da CNBB tornou clara a importância da colegialidade entre os bispos, pois, dessa forma, havia possibilidade de cooperação de congregações e institutos. Atualmente, o estudo dos assuntos que interessam à Igreja é um dos principais focos da conferência, que pretende, com isso, promover a ação pastoral no Brasil.

A conferência também tem a incumbência de se relacionar com os poderes públicos, assim como aprofundar cada vez mais a comunhão dos bispos, entre outras funções.

Campanhas

Uma das maiores realizações da CNBB é a Campanha da Fraternidade, idealizada em 1961 e realizada pela primeira vez em 1962, na época da quaresma. A primeira edição da Campanha da Fraternidade teve adesão de apenas três dioceses. Já no ano seguinte, 16 dioceses do nordeste participaram da campanha, dando início a um projeto anual dos Organismos Nacionais da CNBB e de igrejas particulares.

O projeto foi lançado nacionalmente em 1963 e aprovado pelos bispos em 1964, mas somente no ano seguinte a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil assumiu a Campanha da Fraternidade. Até hoje, a campanha é considerada uma atividade de evangelização que leva as pessoas a viverem, com fraternidade, compromissos importantes para a transformação da sociedade.

Outro evento idealizado pela CNBB é o Mutirão Nacional de Superação da Miséria

e da Fome, lançado em 2002. Criado com a intenção de combater o problema da fome, essa ação pretende diminuir o desperdício de alimentos e mudar o quadro de contradição que existe no país: a fartura para quem tem dinheiro convivendo com a desnutrição de milhões de brasileiros.

Outras realizações

Além das campanhas mencionadas, a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil também tem outras iniciativas que buscam a evangelização e ajuda à sociedade. Um exemplo é a Semana Social Brasileira, que acontece desde 1991 e possui três objetivos:

- 1 analisar a situação socioeconômica e político-cultural do país no cenário internacional;
- 2 verificar quais desafios essa realidade traz para a Igreja e outros movimentos da sociedade civil organizada;
- 3 construir modelos que fujam do neoliberal adotado pelas classes dominantes e mostrar maneiras de transformar a sociedade.

As semanas sociais são promovidas pelo antigo Setor Pastoral Social da CNBB – hoje Comissão para o Serviço da Caridade, Justiça e Paz –, que conta com diversos parceiros, como entidades sindicais, movimentos sociais e ONGs.

A Conferência Nacional dos Bispos do Brasil também está envolvida em outros projetos, como a Campanha para a Evangelização, o Congresso Eucarístico, o projeto SOS Haiti /República Dominicana e a Campanha do Desarmamento. 

A campanha da fraternidade é considerada uma atividade de evangelização que leva as pessoas a viverem, com fraternidade, compromissos importantes para a transformação da sociedade

RECURSOS HUMANOS

Cotas, empresas e pessoas com deficiência

Desinformação nas empresas e falta de capacitação das pessoas com deficiência são algumas das barreiras enfrentadas por estes profissionais na busca por um lugar no mercado de trabalho

ANA MARIA BARBOSA
ana@saci.org.br

O mercado está crescendo e, na mesma proporção, aumenta a demanda por profissionais cada vez mais qualificados. Sobram cargos com exigências que vão além da profissionalização de grande parte da mão-de-obra disponível no Brasil. Contudo, a qualificação profissional adequada no país, que hoje garante as melhores vagas, é privilégio de poucos, e as oportunidades ficam ainda mais escassas quando o candidato em questão é uma pessoa com deficiência (PCD).

O que não funciona?

Apesar de existir uma legislação que tenta garantir que PCDs tenham cada vez mais oportunidades no mercado de trabalho, a realidade não é tão simples assim. Empresas com cem ou mais funcionários deveriam dedicar de 2% a 5% de suas vagas a essas pessoas. A legislação assegura ainda – no art. 59, inciso IV, da lei federal 9.394/96, e no

art. 28 do decreto 3.298, de 20 dezembro de 1999 – a educação especial para o trabalho, tanto em instituições públicas quanto em privadas.

O Ministério Público tem agido fortemente no sentido de obrigar as empresas a cumprirem a lei. O resultado foi um aumento da busca desses profissionais pelas companhias, enquanto os mesmos procuram uma vaga por meio do recurso das cotas. Usando a lógica, isso deveria funcionar. Então, o que não funciona?

O argumento que tem prevalecido para a dificuldade de contratação de pessoas com deficiência é a falta de capacitação das mesmas. E isso é só a ponta do iceberg.

Sistema educacional deficiente

Não devemos esquecer que quando falamos em qualificação profissional, estamos falando de um sistema educacional despreparado para trabalhar com a diversidade. Significa que as

SITES PARA CADASTRAR CURRÍCULOS

- www.catho.com.br
- www.serasa.com.br
- www.saci.org.br

pessoas com deficiência já vêm, desde o ensino fundamental, pouco e mal atendidas em sua formação escolar. Essa “herança” será carregada conseqüentemente para sua vida profissional.

A empresa, por sua vez, “herda” a desinformação sobre a capacidade desses profissionais, que varia conforme o tipo de deficiência – há uma clara preferência pela deficiência física “leve” e por “não-cadeirantes”, termos usados com freqüência na divulgação de vagas específicas. Portanto, todo o sistema tem de ser repensado.

A Delegacia Regional do Trabalho (DRT) prometeu intensificar a fiscalização do cumprimento da lei 8.213, que garante cotas às PCDs em locais com mais de cem funcionários. Para estarem de acordo com isso, as empresas deverão, então, fazer a sua parte, uma vez que podem esperar muito pouco do governo.

Diante dessa nova situação no ambiente de trabalho, o setor privado se prepara como pode. Uma tendência são os programas de capacitação e integração das PCDs dentro da própria empresa, pois cumprem um papel importante na preparação desses profissionais até mesmo para aumentar as chances deles em futuras vagas a que venham concorrer.

Exemplo de projeto de treinamento

Um bom exemplo é o Programa de Empregabilidade para Pessoas com Deficiência da Serasa, em atendimento ao decreto 3.298/99, que dispõe sobre a Política Nacional para a Integração da Pessoa Portadora de Deficiência.

O projeto oferece treinamento para PCDs a fim de que elas se tornem efetivamente competitivas no mercado de trabalho. Além de serem remuneradas durante o processo, os portadores de deficiência recebem assistência médica e odontológica, vale-refeição, vale-transporte e seguro de vida em grupo. Programas como esse, além de contribuírem com a qualificação profissional desses indivíduos, dão a chance para a descoberta de talentos muitas vezes desperdiçados.

Essas questões estão em foco na Agenda Deficiência, iniciativa da Rede Saci/Cecae/USP e Fundação Banco do Brasil. O projeto envolve diferentes segmentos da sociedade, em suas respectivas esferas de atuação, para dar visibilidade e apontar medidas práticas que contribuam para o avanço do processo de inclusão social da pessoa com deficiência. 

O argumento que tem prevalecido para a dificuldade de contratação de pessoas com deficiência é a falta de capacitação das mesmas

Ana Maria Barbosa. Coordenadora da Agenda Deficiência e supervisora de comunicação da Saci – Rede Solidariedade, Apoio, Comunicação e Informação.

Para a Asplan o Terceiro Setor está sempre em primeiro lugar.

As soluções e a confiabilidade dos sistemas da Asplan são referência entre as principais organizações do terceiro setor, atendendo a organizações de pequeno, médio e grande porte, com o completo gerenciamento de associados, total controle financeiro e todas as obrigações fiscais específicas.

Entre em contato conosco para obter mais detalhes das nossas soluções, nós entendemos as suas necessidades e possuímos uma política diferenciada para um setor tão especial.



Soluções Inteligentes na Gestão de Informações
www.asplan.com.br - Tel (11) 5081.9800

Asplan Softwares de Gestão R. Loefgreen, 1365 Vila Mariana 04040 031 São Paulo SP Brasil
Tel (11) 5081.9800 Fax (11) 5081.9804 www.asplan.com.br comercial@asplan.com.br

Organizações que utilizam Asplan:

Instituto Ethos • Fundação Abrinq • Fundação Bienen • Instituto HP • Fundação Diaconia

Diversidade como fonte de riqueza humana

Entidade sem fins lucrativos de Campinas promove o desenvolvimento de pessoas portadoras de síndrome de Down

FELIPE MELLO

programa@cantocidadao.com.br

Você sabe o que é a síndrome de Down? Grande parcela da população brasileira ainda é completa ou parcialmente incapaz de responder precisamente a questão. Não são poucas as definições e conceitos equivocados que permeiam a “sabedoria popular”, encorpando o coro dos preconceituosos e dificultando a reabilitação e inclusão social.

Respondendo a pergunta formulada: a síndrome de Down é uma alteração genética que ocorre durante a formação do bebê, sendo sua denominação resultado da descrição de Langdon Down, médico inglês que pela primeira vez identificou, em 1866, as características de uma criança com a síndrome. Em letras um pouco mais técnicas, a ciência conta que cada célula de um indivíduo normal possui um total de 46 cromossomos, divididos em 23 pares. Já nas pessoas com síndrome de Down, a célula tem 47 cromossomos e o cromossomo extra ligado ao par 21.

Os exames mais comuns para diagnóstico da síndrome acontecem já na gravidez: a ultra-sonografia e a amniocentese. Na primeira examinam-se as características do feto (tamanho da criança, das pernas e braços e sua movimentação), observando-se se há indicação de problemas. Mesmo assim, no caso da síndrome de Down, a confirmação só é costatada pela análise dos cromossomos do feto, que é conseguida pela amniocentese. Os portadores apresentam certos traços típicos, como olhos com linha ascendente e dobras da pele nos cantos internos (semelhantes aos orientais), nariz pequeno, rosto redondo, orelhas pequenas, baixa estatura, pescoço curto e grosso, flacidez muscular, mãos pequenas e prega palmar única.

Diminuindo distâncias

Há duas décadas, a Fundação Síndrome de Down dedica-se a diminuir a distância entre os considerados normais e aqueles

com as características especiais apresentadas. Criada em 1985, a entidade sem fins lucrativos, localizada em Campinas, foi iniciativa de pais que, angustiados com a falta de perspectiva educacional para seus filhos, criaram um programa educacional com apenas três crianças (de seis meses a 2 anos). “Os recursos eram escassos e eles alugaram uma casa, compartilharam as despesas e contrataram profissionais. Com o sucesso das atividades, a fundação foi se institucionalizando e conseguiu o reconhecimento do Ministério da Educação e Cultura, da Secretaria de Estado da Saúde e do Município de Campinas”, conta Lenir Santos, presidente da organização.

O programa foi idealizado inicialmente como um espaço educacional e terapêutico, com a integração de ambas as atividades. “Sempre batalhamos contra a discriminação, dissolvendo as barreiras sociais, por acreditarmos que o potencial humano não pode ser medido pelos meios mais fáceis e cômodos da competição”, afirma Lenir. Hoje são oferecidos serviços especializados nas áreas de fonoaudiologia clínica e escolar, fisioterapia e hidroterapia, pedagogia especializada, psicologia, terapia ocupacional, educação física adaptada, acompanhamento nas escolas regulares e no mercado profissional, atingindo diretamente mais de 120 crianças, adolescentes e jovens. “Nosso trabalho abrange três grandes fases de desenvolvimento: a estimulação inicial, a escolarização e a preparação para o trabalho”, completa ela.

O principal serviço da instituição é o clínico-terapêutico, por intermédio do Núcleo Terapêutico (Nute). As crianças encaminhadas desde o nascimento têm garantido o acompanhamento nas áreas psicomotora, de linguagem e cognitiva, o que engloba fonoaudiologia, fisioterapia e

“Nosso trabalho abrange três grandes fases de desenvolvimento: a estimulação inicial, a escolarização e a preparação para o trabalho”

*Lenir Santos,
presidente da fundação*

Atividades desenvolvem
integração social



DIVULGAÇÃO

DIVULGAÇÃO



Oficina Cultural e Tecnológica da fundação

hidroterapia, psicologia, entre outros serviços. Para esse atendimento, o Nute conta com um quadro composto de profissionais especializados, que atende as crianças individualmente em sessões que variam de duas a três por semana.

As atividades da fundação acontecem também no Núcleo Educacional, que utiliza a metodologia denominada Pedagogia da Vida para desenvolver o potencial de crianças e jovens com síndrome de Down.

Outro espaço de atuação é a Oficina Cultural e Tecnológica, que reúne os projetos de iniciação para inserção no mercado de trabalho. “Em 2004 oferecemos uma série de oficinas, como horta-jardinagem, arte-decoração e padaria artesanal”, informa a presidente da organização. A fim de estabelecer parcerias e gerar emprego para o jovem portador da síndrome, a fundação possui um serviço de assessoria às empresas, que oferece informações jurídicas sobre o trabalho da pessoa deficiente, presta esclarecimento sobre suas possibilidades e capacidades, desmistificando crenças e mitos sobre a síndrome de Down, além de manter permanente contato com o jovem que começa a trabalhar. O serviço ainda engloba acompanhamento e constante avaliação de desempenho, reuniões técnicas e troca de informações para a melhor performance profissional e condição de trabalho do jovem.

Captação de recursos, resultados e metas

Com sede em Campinas, no distrito de Barão Geraldo, estado de São Paulo, a entidade tem reconhecimento de utilidade pública junto aos governos federal, estadual e municipal desde 1990, e obteve Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social em 1992.

Assim como na maioria das instituições brasileiras, a maior carência da fundação é de recursos financeiros para sustentabilidade. Existe um programa de participação para pessoas e empresas, que podem ajudar por meio da doação de dinheiro ou alimentos, contribuição mensal, compra de produtos, ou doação de tempo e talento.

Fica registrada mais uma vez a potência de uma iniciativa conduzida com entusiasmo e competência, especialmente em um campo da atividade social ainda repleto de olhares receosos, muitas vezes ausente da lista de preferências dos apoiadores governamentais e privados. O trabalho bem sucedido dessa organização, assim como de outras parceiras de causa, tem uma missão adicional: sensibilizar e persuadir os diversos setores da opinião pública quanto à pertinência e positividade de investimentos nesta área. Diferentes, sim. Anormais, não. É essa noção de diversidade que deve permear o âmago da sociedade com relação aos portadores da síndrome de Down. ♡

Fundação Síndrome de Down

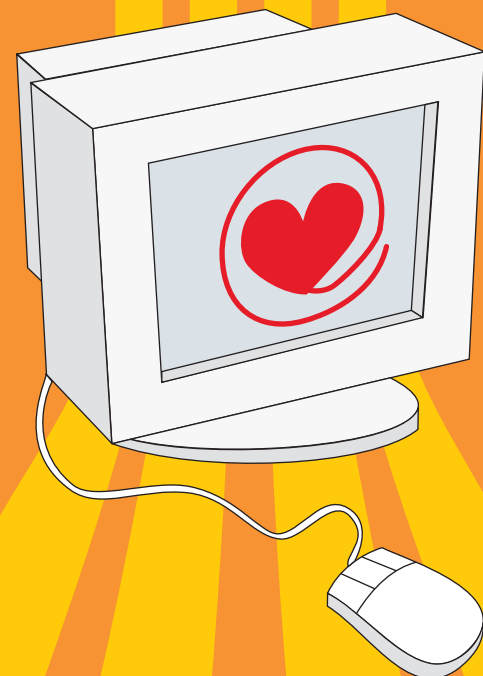
Rua José Antônio Marinho, 430
Barão Geraldo – CEP 13084-510
Campinas/SP

www.fsdown.org.br
fsdown@fsdown
Fone/fax: (19) 3289-2818



Aula da oficina de arte-educação

**O SITE
DA SUA ONG
POR UM
PREÇO SOCIAL**



Promoção:
www.dearo.com.br

**SITE
SOCIAL**

Uma mãozinha para as ONGs

www.sitesocial.com.br

CASE EMPRESARIAL

Arte transformadora

Desde 2000, o Instituto Gtech utiliza a arte como meio para construir cidadania

THAÍS MENDES

Há pouco mais de dez anos surgiu no Brasil uma empresa de Tecnologia de Informação, subsidiária da líder mundial em soluções integradas de transações on-line nas áreas financeira e comercial. Essa empresa é a Gtech Brasil que, hoje, atua em 70% do território nacional e é considerada uma das cem melhores empresas para se trabalhar, de acordo com a revista *Exame*.

Depois de alguns anos de funcionamento, os integrantes da companhia perceberam que podiam, com seu conhecimento, oferecer algo que ajudasse a sociedade a se desenvolver. Com esse pensamento, em 2000 nasceu o Instituto Gtech, com a meta de investir em desenvolvimento social por meio da cultura e de um novo conceito: a arte-cidadania, que vê a prática artística como caminho para a cidadania. A filosofia é explicada por Leonardo Brant, diretor-executivo do instituto: "A arte é um elemento de transformação total dentro de uma comunidade, pois gera transformação individual, comunitária e social".

Oficina de Arte-Cidadania (Asa)

Primeiro programa desenvolvido pelo Instituto Gtech, o Asa oferece um curso de um ano de duração e é formado por dois ateliês diferenciados: o primeiro utiliza materiais e técnicas tradicionais de arte e o outro possui computadores para criação gráfica. "O Asa é nossa ponte de experimentação, nosso laboratório. É revelador o quanto uma criança ou um jovem muda depois de passar um mês na oficina", afirma Brant.

Atualmente, o Asa funciona em três unidades e atende alunos de 13 escolas públicas. Além de terem a possibilidade de se expressarem artisticamente, os participantes visitam museus e conhecem um pouco da história da arte. Até hoje, mais de 3,5 mil crianças passaram pela oficina e quatro exposições já aconteceram com obras feitas por elas:

- 2001: O papel de cada um
- 2002: Iconografias metropolitanas
- 2003: Criar, transformar, inventar
- 2004: Em obras: um olhar em construção

Realizações e iniciativas

Outra iniciativa inovadora do Instituto Gtech é o Centro de Estudos em Arte-Cidadania (Ceac). Criado em 2003, o centro tem como objetivo investir na pesquisa sobre o conceito da arte-cidadania e desenvolver metodologias pedagógicas para a educação dos jovens. O Ceac também oferece seminários sobre o assunto para trabalhadores do Terceiro Setor.

Há também a Rede Arte-Cidadania, desenvolvida para estimular a troca de experiências com iniciativas semelhantes no Brasil. O intuito é formar um patrimônio sobre o conceito de arte-cidadania, fazendo com que se torne uma política pública. Segundo o diretor-executivo do instituto, "a educação sozinha não é a resposta para o desenvolvimento social. Estamos convenci-

dos de que a arte-cidadania é um elemento central nesse processo. O benefício é que a partir da arte você pode transformar um não-cidadão em um cidadão".

Para incentivar os alunos, as obras produzidas por eles já foram incluídas em grandes eventos artísticos, como a 25ª Bienal de São Paulo, em 2002. O Instituto Gtech também conta com apoio de entidades importantes, como o Instituto Ayrton Senna e a Cidade Escola Aprendiz, e ainda o Ministério da Cultura, entre outros.

A tentativa de fazer com que a arte transforme o pensamento da sociedade carente tem trazido resultado. Um aluno do instituto, de apenas 11 anos, disse que já pensou em um jeito de criar a cidade ideal: "Primeiro, pediria para pessoas de todas as idades escreverem sobre os problemas da cidade. Depois, espalharia milhares de mensagens de paz e protesto pelas ruas. Usaria a arte para manifestar. Quando as pessoas lêem uma mensagem feita com arte, elas param para pensar e começam a fazer igual".

A afirmação foi coletada pelo instituto, assim como a de muitos outros alunos. Para Leonardo Brant, isso só confirma o ideal do programa: "Nem sempre a pessoa é a mais talentosa, mas com certeza consegue se expressar melhor, ter uma noção do seu papel como cidadão, dos seus direitos, deveres e responsabilidades".

 www.institutogtech.org.br



Imputabilidade criminal de adolescentes

RODRIGO MITRAUD

editoria@jornalcidadania.com.br

Causa verdadeira repulsa ver algumas autoridades ou colegas de imprensa, que ocupam espaços privilegiados de veículos de comunicação, pregando a imputabilidade penal para adolescentes a fim de provocar, com isso, uma tentativa de adesão ideológica de parte da sociedade. Tal mentalidade está embasada em fatores preconceituosos, equivocados e totalmente descompromissados com os avanços dos debates sociais. Isso para não dizer ser uma atitude autoritária, digna de quem não tem sensibilidade para entender o sofrimento humano.

É óbvio que todo crime cometido por menores, e por quem quer que seja, causa comoção social. Nesses momentos, não se pode cercar o direito de opinião de autoridades e jornalistas. Entretanto, não é dado a eles o direito de lançar propostas restritivas de liberdade ao sabor das emoções. Notadamente, toda a sociedade sofre e se solidariza com as consequências de atos marginais. Mas a tentativa de criar um sistema de exclusão pelo simples fato de se isolar os problemas sociais é uma flagrante demonstração de ausência de postura ética.

Em primeiro lugar, porque o público tido como agressor, em sua grande maioria, não viveu a prática da cidadania. Em segundo, porque algumas autoridades e profissionais de imprensa não possuem o poder de julgar e arbitrar sobre o tema. É possível considerar, em terceiro lugar, o diagnóstico atual: ele não se construiu com a ajuda dos menores infratores, mas é consequência de políticas públicas injustas, que contaram muitas vezes com a complacência de autoridades ou profissionais de imprensa.

Jogar a culpa na criminalidade juvenil é tentar mascarar a incompetência e não se predispor a uma política social que promova soluções para o grave problema. Mais que isso: é dissimular a própria consciência, atividade contínua de covardes ou de indivíduos com intenção duvidosa. Obviamente, deve-se descontar a reação de pessoas vítimas da violência.

O enfrentamento dessas questões passa, principalmente, pela tomada de posição, pelo reconhecimento da fragilidade das estruturas socioeducativas e pela opção pela transformação. Em 1990, o Brasil assinou a Convenção Internacional dos Direitos da Criança. Em 1992, deveria encaminhar um relatório contendo o diagnóstico da situação do país, que deveria ser remetido a cada 5 anos. Somente em 2004, ou seja, mais de 10 anos depois do acordado, as autoridades se deram a esse trabalho. Foi um primeiro passo, apesar do atraso. Receberam em contrapartida um total de 77 recomendações do Comitê dos Direitos da Criança da ONU.

O Brasil elaborou o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) em 1990. Desenvolveu uma lei no papel e não a viabilizou na prática. Antes mesmo de se questionar a causa da não viabilidade, setores da sociedade preferem gastar milhões e milhões em segurança ao invés de investirem em políticas sociais, detonando as conquistas legais do ECA. É mais fácil construir muros, bem altos, de forma a esconder suas vergonhas e medos, do que construir cidadania.

Em pesquisa realizada pela ONU, tomando-se em consideração 55 países, na média os jovens representam 11,6% do total

de infratores. A média nacional está em torno de 10%, portanto, abaixo. Temos hoje cerca de 23 milhões de jovens com idade de 12 a 18 anos e o número deles submetidos ao processo de privação de liberdade não passa de 10 mil. Alguns poderiam dizer que essa estatística não contempla a realidade, pois a polícia prende e solta em seguida. É bom lembrar que essa prática não é privilégio dos jovens, pois o mesmo acontece com adultos infratores.

Cidadania não é um favor, é um direito. A educação não pode ser apenas instrumento de retórica. Autoridades e profissionais de imprensa que se posicionam a favor de muros e presídios para adolescentes não estão preocupados com o combate às desigualdades. Não priorizam a geração de oportunidades em programas socioeducativos. O encarceramento inócuo nunca conseguirá diminuir a violência, pois não enfrenta com coerência os problemas sociais. Apenas os esconde.

Temos, no Brasil de hoje, uma grande parcela de adultos para quem o processo de inclusão social vai significar apenas a intervenção pela sobrevivência e nenhuma conquista a mais. Para nossas crianças e adolescentes ainda é possível criar um mundo de esperança e cidadania. É essa difícil tarefa que alguns governos, a grande maioria da sociedade civil organizada e muitos estudiosos se empenham em realizar. O que não podemos é encontrar opiniões desprovidas de consciência de quem se espera o exemplo e, ao contrário, ocupa espaço para fazer gol contra. 

Rodrigo Mitraud Editor do jornal Cidadania em Foco.



Sergio Monello

GSM Empreiteira Dom Bosco
Monello & Scopinho Engenheiros Consultores

- Construções
- Reformas (residenciais e comerciais)
- Manutenção
- Administração de obras

A Monello & Scopinho foi criada com a missão de assessorar sua Entidade em todas as fases de sua Construção ou reforma.

Na hora de planejar, construir ou reformar, conte com uma empresa sólida e ética, que levará a certeza de um ótimo trabalho com assessoria completa.

Responsáveis técnicos: Marcelo Monello, Crispim S.da Silva e Gilberto A. Scopinho

(11) 3872-1195 | www.sergiomonello.com.br

Uma nova perspectiva de educação para os jovens

JAQUELINE DE CAMARGO
jaqueline@acjbrasil.org.br

A juventude popular, em especial aquela que habita os grandes centros urbanos, depara-se atualmente com um dilema. Frente a um mercado de trabalho cada vez mais seletivo – no qual o grau de escolaridade e o acesso às condições de aprendizagem continuada são fundamentais –, os jovens encontram dificuldades em apresentar vantagens competitivas que permitam a eles acesso ao mundo corporativo. Tal equação encontra origem em itens distintos, mas um em especial merece destaque: a exclusão escolar.

O papel da escola é promover a inclusão dos educandos na comunidade em que estão inseridos, fornecendo-lhes subsídios para a ampla atuação em diversos setores. Entretanto, em uma sociedade desigual como a brasileira, tal fato não é verificado. Essencialmente, isso acontece porque os fatores econômicos incidem contundentemente na exclusão escolar. Depois, porque a utilização de procedimentos pedagógicos de escala massiva, que não visam a integração do jovem com as próprias circunstâncias sociais, e o atraso tecnológico das instituições de ensino completam um quadro real: a juventude absorve educação de má qualidade.

Assim, é necessário pensar em novas formas para viabilizar o acesso à boa aprendizagem e, conseqüentemente, ao aprimoramento técnico, e a inclusão no mundo do trabalho. Nesse sentido, a participação das organizações não-governamentais, com o apoio da iniciativa

privada, revela-se capaz de criar respostas e modelos alternativos à questão tratada.

Primeiro, pela prática de movimentos voltados ao desenvolvimento local onde tais organizações estão inseridas – desde que capacitadas tecnicamente por fundações e agências de investimento. A partir desse preceito, verifica-se uma mudança no padrão de aplicação pedagógica, uma vez que as ONGs aplicam uma relação educador-educando mais inteira, ampla e atenta às necessidades do jovem. Graças a essa flexibilidade frente aos modelos educativos vigentes, cria-se uma via de acesso à juventude excluída das alternativas oficiais de capacitação educacional e profissionalizante.

Importante ressaltar que não cabe às ONGs o papel de mudar a drástica situação da educação nacional, mas os educadores têm como aprender muito com as instituições de base comunitária. É desse ambiente que nascem, atualmente, propostas de educação voltadas para e pelo trabalho como via de inclusão social.

É de se destacar ações como o desenvolvimento de estratégias de aprendizagem aceleradas, focadas no mercado no qual os jovens estão inseridos. Em vez de instituir programas simplificados, de pobre conteúdo, as organizações não-governamentais buscam dialogar com visões e projetos de juventude e trabalho, de forma que os educandos possam compreender criticamente a sociedade em que estão inseridos e, com isso, atuar como

cidadãos nas próprias comunidades.

Esses exemplos podem ser conferidos em diversas entidades e levantam algumas questões. Não será agora o momento de instituir um amplo diálogo entre o Estado, as empresas, os estudantes e as agências de investimento, a fim de estabelecer um sentido mais abrangente para a palavra “educação”?

A partir dessa discussão, sem desconsiderar o macrocenário da exclusão social e outras lógicas de exclusão da juventude, teremos chances de construir pontes de inclusão, fortalecendo e criando o papel do jovem como cidadão e participante ativo na sociedade. 



Jaqueline de Camargo. Superintendente de Projetos da ACJ Brasil – Associação Caminhando Juntos.



Sergio Monello

Escritório Contábil Dom Bosco

- Especializado em contabilidade de entidades do 3º Setor
- Assessoria fiscal, previdenciária e trabalhista
- Assessoria na Obtenção e gerenciamento das Certificações

- Assessoria em departamento pessoal
- Assessoria na elaboração e gestão de programas, projetos e gratuidades assistenciais

**38 anos
de exclusivo
compromisso
com as
entidades
do 3º setor**

www.sergiomonello.com.br

(11) 3872-1195

Av. Gal. Olímpio
da Silveira, 655 1º e 2º andar
Perdizes - São Paulo/SP
CEP 01150-001

Definindo conceitos e papéis

As empresas responsáveis buscam resultados muito além dos lucros

FERNANDO CREDIDIO
fernando.credidio@parceirosdavidia.org.br

2005! Novos desafios e atribuições. Após mais de dois anos escrevendo sobre comunicação e marketing para organizações do Terceiro Setor, recebi do Conselho Editorial da **Revista Filantropia** uma agradável incumbência, diretamente relacionada às atividades que desenvolvo como gestor e consultor de investimento social privado e responsabilidade social empresarial. Com isso, a partir desta edição, passo a escrever sobre esses temas. Além dos artigos, este espaço trará todos os bimestres uma novidade: a **coluna Empresas que Fazem**, destinada a divulgar as ações corporativas que se destacaram no mercado socioambiental no período anterior ao do fechamento da edição da revista. Então vamos lá.

Marketing social, filantropia empresarial, investimento social privado, ações de marketing de causa, responsabilidade social empresarial (RSE)... Apesar de se relacionarem, esses termos diferem conceitualmente entre si. A verdade é que eles têm sido mal entendidos e, principalmente, empregados de forma equivocada pelos gestores das organizações do

Terceiro Setor, executivos de empresas e, sobretudo, pela mídia. A intenção deste artigo é exatamente orientar esses públicos em relação a tais questões que estão na pauta do dia.

Nesse contexto, a expressão que gera mais discussão é, sem dúvida, marketing social. Há pouco tempo foi publicado em um dos mais conceituados veículos dirigidos às áreas de propaganda e marketing do país que uma empresa decidiu adotar o marketing social como estratégia para vender mais produtos. Essa é infelizmente a visão que muitos têm a respeito de marketing social. Quando não associam o conceito à venda de produtos e serviços, imaginam que se trata de uma ferramenta que possibilita uma empresa associar sua marca a causas sociais. Outros vão ainda mais longe, divulgando que marketing social é aquele voltado à atividade social como ferramenta de gestão de causas e organizações sociais, no sentido de comunicar as ações dessas entidades a seus diferentes públicos, inclusive, à mídia.

Marketing social é bem diferente do que vem sendo divulgado. Uma das melhores definições a respeito do tema é a de Philip Kotler – professor emérito, consultor de grandes empresas e autor de dezenas de livros publicados em diversos idiomas –, que define marketing social como o emprego de princípios e técnicas de marketing para a promoção de uma causa, idéia ou comportamento social. Miguel Fontes, presidente da subsele brasileira da consultoria John Snow – que, entre outros projetos, mantém o portal Socialtec –, e estudioso do assunto, define marketing social como a gestão estratégica da adoção de comportamentos, atitudes e práticas que promovam o fortalecimento e a implementação de políticas públicas e a transformação social. Eu já defino marketing social como uma ferramenta de planejamento e execução de programas desenvolvidos para a promoção de mudança social, mediante o emprego dos conceitos do marketing comercial.

E com relação às demais definições?

Filantropia empresarial é uma atividade que, embora necessária em alguns casos, perde espaço gradativamente em face do posicionamento que privilegia o investimento social privado. Como explica a maior parte dos dicionários, filantropia deve ser entendida como caridade e amor à humanidade. É, sobretudo, quando a empresa faz uma





“O menor movimento é importante para fazer a natureza. O oceano inteiro é afetado por uma pedra”

Blaise Pascal (1623-62, escritor, matemático e filósofo francês)

doação e se preocupa com a forma com que os recursos são utilizados e com os impactos sociais gerados. São ações geralmente pontuais e relacionadas ao humanitarismo.

Quando o assunto é **investimento social privado**, adoto a definição criada pelo Gife – Grupo de Institutos e Fundações Empresariais, como sendo o repasse voluntário de recursos privados de forma voluntária, planejada, monitorada e sistemática, proveniente de pessoas físicas ou jurídicas, para projetos sociais de interesse público.

O **Marketing Relacionado a Causas** (MRC), ou *Cause Related Marketing*, deve ser entendido como uma ferramenta de marketing e posicionamento que associa uma empresa ou marca a uma questão ou causa social relevante, com benefício para toda a sociedade e para elas próprias. Segundo Sue Adkins, diretora de Marketing Relacionado a Causas do Business in the Community, o MRC é uma atividade comercial na qual empresas, organizações da sociedade civil e/ou causas formam uma parceria para comercializar uma imagem, um produto ou serviço, sempre com benefício mútuo. É usar o poder da marca e do marketing junto às necessidades da causa e da comunidade, para se alcançar o bem-comum.

Como se vê, é um jogo de “ganha-ganha”. É indiscutível que, ao adotar o MRC, as empresas se beneficiam pela capitalização da imagem – sobretudo pela exposição por meio da mídia espontânea – por um maior incremento de venda de seus produtos e serviços e, as entidades e/ou projetos, pela obtenção dos recursos financeiros arrecadados. Nesse sentido, as corporações podem atuar diretamente com suas ações de cidadania ou se unirem a organizações da sociedade civil (geralmente, quando estas possuem uma imagem fortalecida e respeitada), em prol de alguma causa socialmente relevante.

A definição de responsabilidade empresarial foi propositalmente deixada para o final, uma vez que ela abraça as demais.

O investimento social privado, o marketing social – quando promovido por empresas –, o MRC, e até a filantropia empresarial, são braços da **responsabilidade social corporativa**. O Instituto Ethos defende que RSE é uma forma de conduzir os negócios que torna a empresa parceira e corresponsável pelo desenvolvimento social. A empresa “socialmente responsável” é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, colaboradores, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente), conseguindo incorporá-los ao planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos, e não apenas dos acionistas ou proprietários.

A definição da Comissão das Comunidades Europeias que preconiza que RSE é um comportamento que as empresas adotam voluntariamente, indo além dos requisitos legais, porque consideram ser esse seu interesse a longo prazo. Implica uma abordagem por parte das corporações que coloca no cerne das estratégias empresariais as expectativas de todas as partes envolvidas e o princípio de inovação e aperfeiçoamento contínuos.

Independentemente de definições e conceitos, o fato é que vivemos um momento em que as empresas e a sociedade se mobilizam para buscar soluções a fim de diminuir as desigualdades sociais. Parafraseando Márcio Schiavo, quando se prega a aplicação do marketing social ou outra ferramenta social pelas organizações atuantes no Terceiro Setor e empresas, não se está propondo que se dê um tratamento igualitário, por exemplo, às vacinas e aos batons ou a cremes dentais e à prevenção do câncer uterino. O que se busca é sorrisos saudáveis no rosto daqueles que adotaram uma inovação social que lhes foi disponibilizada por um programa que se tornou mais eficaz a partir do emprego das técnicas e metodologias de comunicação aplicadas ao desenvolvimento. 

Fernando Credidio, Presidente-executivo do Instituto Parceiros da Vida de Com. & Resp. Social Empresarial, coordena a disciplina Estratégias de Comunicação para o Marketing Cultural e a Cidadania Corporativa na Faculdade Cásper Líbero e Universidade da Flórida, e o curso Management in Social Responsibility.



EMPRESAS QUE FAZEM

Papel reciclado já é utilizado em 100% dos materiais didáticos da rede de idiomas Yázigi
Os alunos da rede de Idiomas Yázigi de todo o país iniciam 2005 colaborando com o meio ambiente. Eles são os primeiros alunos de idiomas do país a receber materiais didáticos impressos totalmente em papel reciclado (Reciclato®), projeto que se tornou viável graças a uma parceria de três empresas: Yázigi, Suzano Papel e Celulose e Gráfica Bandeirantes. Ao todo, o Yázigi imprimiu 240 mil livros didáticos para 2005.

Kraft Foods cancela propaganda de produtos calóricos

A Kraft Foods, gigante norte-americana de alimentos sediada em Illinois, decidiu retirar seus anúncios de produtos excessivamente calóricos ou sem valor nutritivo, aderindo a iniciativas de diversos setores da sociedade preocupados com a escalada da obesidade infantil. Entre os produtos com propaganda banida nas publicações destinadas a crianças de até 12 anos estão os da linha Oreos e vários *snacks* populares entre a criançada. A multinacional também pretende adotar um selo nas embalagens de produtos considerados saudáveis.

Grupo Schincariol publica Relatório Social

Entre várias propostas, o Grupo Schincariol escolheu a do Instituto Parceiros da Vida de Comunicação & Responsabilidade Social Empresarial para a elaboração de seu primeiro relatório social. Atualmente, a Schincariol possui mais de 7 mil colaboradores e uma participação de destaque no ranking nacional, com aproximadamente 14% do mercado de cerveja, uma linha completa de produtos e o maior parque de produção de bebidas da América do Sul.

Aulas de comportamento na Becton, Dickinson

A subsidiária brasileira da Becton, Dickinson and Company, fabricante de suprimentos hospitalares, está dando treinamento de ética a seus 1.900 colaboradores. Eles assistem a palestras sobre as atitudes que a empresa condena, como receber presentes, aceitar subornos ou tratar subordinados de forma humilhante. A empresa também criou uma linha direta para denúncias, que já levou até a um caso de demissão.

Honda é a fabricante de automóveis que mais respeita o meio ambiente

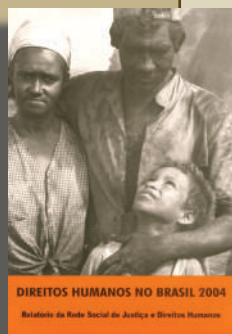
A American Honda foi reconhecida pela Union of Concerned Scientists (UCS) como a empresa que fabrica os automóveis que mais respeita o meio ambiente, no estudo intitulado *Automaker Rankings 2004: The Environmental Performance of Car Companies* (Ranking das Montadoras 2004: Performance Ambiental das Fabricantes de Automóvel) realizado a cada dois anos que avalia as seis maiores montadoras dos Estados Unidos. Comparada aos resultados de 2002, a nova pesquisa mostra que a Honda aumentou ainda mais sua liderança sobre as outras empresas ao desenvolver tecnologias que reduzem a emissão de gases poluentes na atmosfera, sendo responsável por produzir veículos que emitem menos da metade de fumaça e dióxido de carbono que a média das outras indústrias.

Livros

Direitos Humanos no Brasil 2004

Composto por 37 artigos, o relatório Direitos Humanos no Brasil 2004 (320 págs., distribuição gratuita), lançado pela Rede Social de Justiça e Direitos Humanos, traz dados e análises sobre os direitos humanos no país ao longo dos últimos anos, e especialmente em relação à situação de 2004. Entre os temas abordados estão trabalho escravo, acesso à terra, direito à água e a dívida histórica com os povos indígenas. Essa é a quinta edição do relatório, que conta agora com textos assinados por João Pedro Stedile, Xavier Plassat e Sérgio Haddad.

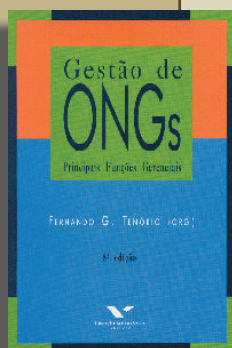
www.social.org.br
rede@social.org.br



Gestão de ONGs: principais funções gerenciais

Organizado por Fernando Guilherme Tenório, o livro (Editora FGV, 132 págs., R\$ 27) tem como objetivo mostrar aos trabalhadores de ONGs que é preciso dominar novos instrumentos de gestão. Consideradas uma alternativa às demandas sociais, as organizações não-governamentais precisam aplicar funções gerenciais de planejamento, organização, direção e controle para que sua atuação seja mais eficaz.

www.editora.fgv.br



Publicações do Idis

A Pesquisa de Investimento Social na Comunidade 2004, apresentada no IV Seminário Idis de Investimento Social Privado, mostra que 84% das empresas pesquisadas não relacionam lucro com investimento social. Além disso, 81% delas têm como motivação a cultura da empresa, enquanto 52% disseram que a demanda social, em que a empresa está inserida, foi o principal motivo que levou a organização a investir em ações sociais.

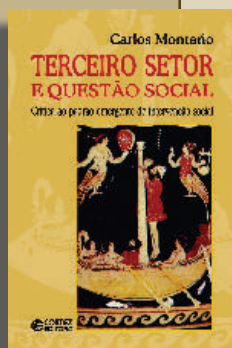
[\(11\) 3044-4686](tel:(11)3044-4686), ramal 113



Terceiro Setor e a questão social

A obra (Cortez Editora, 288 págs., R\$ 35) escrita por Carlos Montaña mostra o significado do conceito de Terceiro Setor e suas relações com a política. O autor discute a transferência de deveres, que supostamente eram do Estado, para instituições não-governamentais.

www.cortezeditora.com.br



Campanha contra o retinoblastoma

A Associação para Crianças e Adolescentes com Tumor Cerebral (Tucca) promove uma campanha nacional pelo diagnóstico precoce do retinoblastoma, tumor intra-ocular maligno que tem origem em células embrionárias da retina. Esse tipo de câncer é o mais frequente entre as crianças. O diagnóstico precoce se faz pela observação de um brilho branco na pupila, semelhante ao olho de um gato no escuro, ou de uma luzinha branca que pisca. Esse sinal pode ser notado ao se tirar uma foto da criança, com flash. O tratamento do retinoblastoma depende do seu estágio de evolução, alcançando melhores resultados quando a doença está no começo.

www.tucca.org.br

Prêmio Ethos-Valor de responsabilidade social

As inscrições para a 5ª edição do Prêmio Ethos-Valor – Concurso Nacional para Estudantes Universitários sobre Responsabilidade Social das Empresas termina em 21 de fevereiro. Poderão concorrer trabalhos de estudantes de graduação e pós-graduação em qualquer fase do curso, além dos formandos de 2004. Para participar, basta enviar um texto, trabalho de conclusão de curso ou tese de 10 a 30 páginas sobre responsabilidade social empresarial. Os vencedores receberão uma bolsa de R\$ 6.000 para capacitação acadêmica ou profissional.

www.ethos.org.br
premio@ethos.org.br

Programa capacita agentes de saúde pela internet

O projeto Promover Saúde, que capacitou 16 agentes comunitários de saúde da Vila Conceição (São Paulo/SP), recebeu o Prêmio Gestão SP – Inovação na Gestão Pública do Estado, organizado pelo governo paulista. A idéia foi proposta pelos próprios agentes, que sentiram a necessidade de ampliar conhecimentos para melhorar a qualidade do atendimento prestado. A iniciativa de inclusão digital foi promovida pela Escola do Futuro da USP, no Infocentro Vila Conceição, uma das 67 unidades da capital paulista integrantes do programa Acessa São Paulo, do governo do Estado de São Paulo.

www.acessasaopaulo.sp.gov.br

Projeto Doutores Cidadãos formará novos voluntários

O Canto Cidadão vai iniciar em março o treinamento de uma nova turma de Doutores Cidadãos. O programa já capacitou 150 voluntários, que desenvolvem atividades em dezenas de hospitais e asilos da Grande São Paulo. Por meio do trabalho lúdico, os Doutores Cidadãos levam alegria, motivação e informação a pacientes adultos hospitalizados, acompanhantes, visitantes e funcionários de hospitais públicos e filantrópicos. Em 2004, o número de voluntários do Canto Cidadão cresceu 70%.

www.cantocidadao.org.br
programa@cantocidadao.org.br
 (11) 3259-8021

FGV lança segunda edição da Coletânea de Legislação do Terceiro Setor

O Centro de Estudos do Terceiro Setor (Cets), da Fundação Getúlio Vargas, lançou a segunda edição da Coletânea de Legislação do Terceiro Setor. Em formato de CD-ROM, a obra foi revisada e atualizada e traz três mudanças em relação à edição de 2001: a promulgação do novo Código Civil, que institui novas regras para as organizações sem fins lucrativos; a ampliação dos benefícios concedidos às Oscips; e a nova perspectiva de participação das organizações da sociedade civil em conselhos de políticas públicas criados no atual governo federal.

 cets@fvgsp.br
 (11) 3281-7892

Vitrine social

Care Brasil

Produtos da Care Brasil, instituição que desenvolve programas de educação, capacitação, geração de trabalho e renda.

 www.socialweb.com.br/care
 (11) 3471-1120

Colar Tupinambá (produzido por índios Tupinambá, de Olivença)
 R\$ 10



Caderno Care com fotos de Sebastião Salgado
 R\$ 14,90

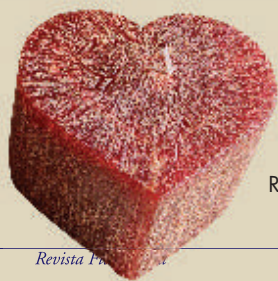
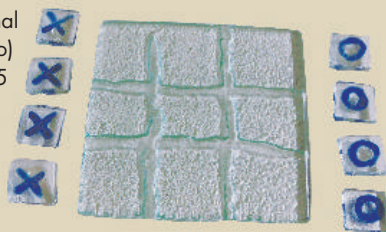


Conexão – Serviço de Integração Social de Carapicuíba (SP)

Produtos da instituição, que promove a inclusão social de seus atendidos por meio do protagonismo comunitário e do empreendedorismo social.

 www.conexao.org.br
 (11) 4184-6643

Jogo da velha artesanal
 (nas cores azul, verde e branco)
 R\$ 35



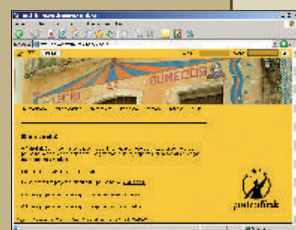
Vela Coração Rústico
 (nas cores vermelho, rosa e branco)
 R\$ 15

Sites

Central de patrocínios on-line

Lançado em junho de 2004, o serviço de patrocínios on-line indica projetos que possam ajudar empresas e instituições. Os projetos são indicados a partir de parâmetros que mostram a afinidade existente entre os dois extremos. Algumas empresas encomendam projetos para receber propostas customizadas. Com apenas 6 meses de atividade, a central já reúne mais de 900 usuários.

 www.patrolink.com.br



Livros de graça na internet

O portal Domínio Público, administrado pela Secretaria de Educação a Distância (Seed/MEC), oferece cerca de mil obras literárias, artísticas e científicas para download gratuito. É possível encontrar livros nacionais e estrangeiros de diferentes temas, como poesia, romance, filosofia, história e ciências, além de teses e dissertações. O site também oferece arquivos de imagem, som e vídeo, que podem ser igualmente utilizados sem qualquer custo.

 www.dominiopublico.gov.br



Desafios do Desenvolvimento

A revista mensal organizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) e pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) traz informações variadas sobre o Terceiro Setor. A publicação on-line oferece um espaço para debates sobre desenvolvimento humano sustentável, inclusão social e o progresso econômico e tecnológico.

 www.desafios.org.br



Mapa do Terceiro Setor

Com o objetivo de construir uma ampla base de dados sobre o Terceiro Setor no Brasil e promover o intercâmbio de experiências entre as organizações sociais, o Mapa do Terceiro Setor é uma iniciativa do Centro de Estudos do Terceiro Setor (Cets), da Fundação Getúlio Vargas (FGV), pela primeira vez no Brasil, a metodologia adotada pela Organização das Nações Unidas (ONU) para classificar e mensurar as atividades das entidades, permitindo a comparação de dados em perspectiva nacional e internacional.

 www.mapadoterceirosetor.org.br



Esporte e educação contra a violência

Uma das estrelas do futebol brasileiro, Cafu tem o sonho de mudar a vida de crianças e adolescentes em situação de risco social

ELAINE IORIO



Cafu com crianças na biblioteca recém-inaugurada

Ídolo no Brasil e no exterior, dois títulos mundiais e uma carreira de sucesso. Apesar do currículo, Cafu mantém ambições para além dos campos. O prestígio profissional não o fez esquecer dos momentos difíceis que enfrentou quando ainda era morador do Jardim Irene. Situado no Capão Redondo, um dos distritos mais violentos e carentes de São Paulo, o bairro reflete todos os problemas de uma grande cidade: falta de segurança, habitação, educação e, principalmente, de oportunidades.

A fim de minimizar esse ambiente de carências e levar esperança à comunidade da região, o capitão da seleção brasileira criou em 2001 a Fundação Cafu, entidade sem fins lucrativos e que atende diariamente 340 meninos e meninas, além de 100 adultos. O objetivo é incentivar o desenvolvimento físico, psíquico, emocional e social de crianças e adolescentes originários de famílias carentes com programas nas áreas de esporte, educação, saúde, cultura e formação profissional.

Em entrevista à *Revista Filantropia*, Cafu fala mais sobre a fundação, que teve a sede permanente inaugurada em abril do ano passado.

Revista Filantropia: *Quando e como você começou a se engajar no Terceiro Setor?*

Cafu: Eu participo de campanhas sociais e ajudo algumas entidades há mais 12 anos, mas esse trabalho sempre foi discreto. Depois de conversar muito com minha família, decidi criar a fundação, que começou a ser idealizada sete anos atrás. Porém, naquele período nós não tínhamos patrocínio e profissionais qualificados. Somente há pouco mais de dois anos é que conseguimos tirar a idéia do papel e viabilizar a criação da fundação.

Filantropia: *Quais as maiores dificuldades enfrentadas pela fundação no início?*

Cafu: Além da demora para a implementação do projeto – liberação do terreno, aprovação da planta, alvará de funcionamento etc. –, a maior dificuldade enfrentada, desde o princípio, foi a falta de verba. Eu sinto que as pessoas têm muita desconfiança, temem em investir em um projeto social. Ainda hoje, temos muitas dificuldades por causa da falta de patrocínio.

Filantropia: *Que metas a fundação já alcançou e o que ainda falta se realizar?*

Cafu: O ano de 2004 foi maravilhoso para a fundação. Fizemos várias campanhas, melhoramos os programas de educação com cursos de inglês, informática e cabeleireiro, levamos as crianças ao teatro, cinema, hotel fazenda etc. Ou seja, para uma entidade com menos de um ano, conseguimos alcançar muitas metas. Pretendemos realizar muitas coisas ainda, como a construção de uma sala de música, mas, para 2005, nosso principal objetivo é conquistar novos patrocinadores e ampliar a verba de investimento.

Filantropia: *Para você, quais são os melhores caminhos para diminuir a violência no país?*

Cafu: Essa pergunta é muito complicada, mas acredito que são principalmente três fatores: em primeiro lugar, é preciso eliminar as armas de fogo das ruas; em segundo, eliminar as drogas, e, em terceiro, conscientizar as pessoas de que o melhor caminho é o da escola e da Igreja.

Filantropia: *Você considera importante a participação de pessoas conhecidas em projetos sociais?*

Cafu: Pessoas públicas, com condições para isso, têm a obrigação de fazer parte de campanhas sociais. Elas chamam atenção e, assim, divulgam a causa social. Atores, músicos, políticos, enfim, todos os famosos têm influência muito grande sobre a população. Se eles fizerem o bem, com certeza muita gente vai seguir o exemplo.



www.fundacaocafu.org.br

Fundação promove desde campanhas de cidadania a cursos profissionalizantes

