



BRASIL
Edição 06 - ano 2
maio/junho de 2003

filantropia

Voluntariado & Terceiro Setor

Captção de RECURSOS

Técnicas para captar e armazenar informações essenciais dos doadores

- Métodos de Organização
- Voluntariado Jovem
- Entidades sociais de sucesso
- Leis e notícias do Terceiro Setor

Personalidades que praticam o BEM



Presidente da APAE de São Paulo,
que completa 42 anos de bom trabalho

Entrevista
Jô Clemente





Prática do bem deve ser copiada

“Os homens percorrem quase sempre estradas já andadas. Um homem prudente deve, portanto, escolher os trilhos já percorridos pelos grandes homens e imita-los”. (Niccolo Machiavelli)

A reflexão global da vida humana nos remete a externar uma conclusão: o homem somente se sente inteiramente feliz se estiver eternamente inovando.

É fácil notar isso, basta analisarmos o homem, nas suas mais variadas atividades, a saber: no campo dos negócios, a inovação é uma regra e vira obstinação, pois no jogo do perde-ganha, para muitos só ganha quem sai na frente. Na seara política, o caminho é o mesmo, pois observamos, desde as campanhas eleitorais, que a maior âncora da propaganda é o slogan da inovação, da mudança, da renovação, tipo “muda Brasil”. Na vida pessoal, não é diferente, principalmente quando chega a virada de cada ano, onde se flagra a promessa íntima, tipo: “este ano eu vou mudar de vida, tudo vai ser diferente”.

Em síntese, o homem gasta a maior parte do tempo de sua vida pensando e tentando ser diferente, uns pela vaidade do pioneirismo, outros para se destacarem e colher mais frutos ante a invenção do sui generis.

Maquiavel prelecionava intimamente que existem caminhos menos áridos que a invenção; para o homem brilhar, basta seguir o trilho dos sábios que por lá já passaram.

Bebendo nas fontes desta máxima, nós da Revista Filantropia estamos trazendo uma coletânea de alguns trilhos já percorridos por muitos, inclusive por famosos, que elegeram a prática do bem uma arte a ser copiada por aquele que ainda somente tenta ajudar alguém.

E nós, que não inventamos a Filantropia, mas sim a Revista Filantropia, passamos a receita: “copie as lições de quem já copiou de alguém a produção do bem”.

• Marcos Biasioli
Diretor Técnico



Progredindo sempre, no rumo certo

Quem trabalha direta ou indiretamente no Terceiro Setor sabe que se um projeto social não for bem alicerçado e com propósitos bem definidos, a evolução do trabalho estará comprometida seriamente. Tratar crianças vítimas da Leucemia e, ao mesmo tempo, abrigar idosos portadores da Doença de Alzheimer, dividindo sede ainda com um programa de proteção às tartarugas marinhas provavelmente tornarão três bons propósitos em um projeto falido. Exagero à parte, o protagonista do bem não deve apenas praticar o bem, mas praticar “bem feito”. Por isso, ajustar-se a uma causa e trabalhar envolto naquele objetivo é premissa básica para o sonho transformar-se em realidade.

Com visão e pensamento holísticos e atitude objetiva e focalizada, a prática do bem estará nos trilhos que a levarão ao resultado desejado – seja erradicar a fome no mundo ou salvar os mariscos da Praia de Jururê Mirim (perceba que, independentemente da amplitude, são objetivos sólidos).

Entretanto, não obstante a estar no prumo, é necessária atitude.

Em tom irônico, o comediante americano Will Rogers dizia: “mesmo estando na estrada certa, você será atropelado se ficar somente parado nela”. Apesar da entonação irônica, o significado veste muito bem os empreendedores sociais.

Com objetivo em mente e planejamento nas mãos, é hora de arregaçar as mangas e trabalhar. Dormente a dormente, a locomotiva do bem começará a trilhar um percurso de triunfo, prosperidade e sucesso. A exposição desse trem a falhas, pequenas derrotas e erros é inevitável – mas sabendo bem o percurso a seguir não haverá “descarrilada” que leve ao insucesso.

Portanto, peço um momento de reflexão acerca de seus objetivos sociais – seja qual for a complexidade e o tamanho deles. Perceba o real objetivo em sua entidade, seu trabalho voluntário ou qualquer atitude filantrópica a que esteja envolvido e lute por ele. Nunca é tarde para organizar – mesmo que ainda não se saiba o propósito, encontre-o e pratique-o.

• Marcio Zeppelini
Editor

CARTAS

Missão da Revista Filantropia

Gostaria de receber maiores informações sobre a Revista Filantropia. Qual a intenção da Revista? É ligada a alguma instituição do Terceiro Setor? Essas perguntas são apenas para ampliar minhas informações sobre o campo do Terceiro Setor. Sou uma pedagoga que pretendo imigrar para essa praia.

Cintia Fondora Simão,
cintiafs@uol.com.br

Resposta do Editor: A Revista Filantropia é um veículo de comunicação impresso voltado ao Terceiro Setor, voluntariado e filantropia. Foi lançada em 27 de junho de 2002 e é uma parceria entre a Zeppelini Editorial e a Econômica Desenvolvimento Empresarial – empresas especializadas em comunicação e assessoria ao Terceiro Setor, respectivamente. A revista é bimestral e tem tiragem de 10 mil exemplares (fora repartes), distribuídos em eventos específicos do Terceiro Setor e assinaturas em todo Brasil. Caso haja qualquer outra dúvida, é só nos contatar: filantropia@revistafilantropia.com.br ou (11) 6978-6686.

ONG em busca de apoio

Estamos formando uma ONG em Tocantins com o objetivo de elaborar projetos para geração de renda auto-sustentável de uma comunidade sem renda, circundada por cinco tribos indígenas. Aqui na região Norte, nossa área é composta de mais de 10 mil hectares e muitas riquezas naturais, onde são elaborados diversos projetos para o ambiente, a prática da piscicultura, apicultura e reflorestamento. Para tanto, gostaria de contar com o apoio e cobertura da Revista Filantropia.

Jeff Teixeira,
jeff_teixeira@shalommail.com.br

Resposta do Editor: A Revista Filantropia foi idealizada exatamente para responder as tantas dúvidas que margeiam o Terceiro Setor e tem como missão apoiar e assessorar entidades e demais atores do bem no que diz respeito à legislação, gestão, captação de recursos e outros itens necessários ao sucesso de um projeto social. Creio que essas informações que publicamos lhe ajudarão no processo de criação de sua ONG, bem como sua manutenção e sustentabilidade.

Contato com ONG britânica

Sou membro de uma ONG em Salvador (BA) e gostei muito da Revista Filantropia. Porém, na edição nº 05 em Acontece (pág. 7) foi publicada uma nota sobre uma ONG britânica que aplicará exames profissionais no Brasil, em que são divulgados dois sites que não existiam. Como posso entrar em contato e saber mais sobre esses exames?

Gustavo de Andrade Cadotta

Ampliando a discussão

Excelente revista! Não escrevo artigos como o Sr. Marcelo Torrecillas, mas gostaria de sugerir uma amplitude nas histórias que podem “balançar” a consciência das pessoas habituadas a banalizar os fatos. Se educação é “colhemos o que plantamos”, de nada serve a prisão e demais soluções para os problemas que criamos. É como obter paz através da guerra, apagar fogo com fogo. Estamos institucionalizando uma educação de comportamentos individualistas, quando, na realidade, a espécie humana é estritamente solidária na sua própria sobrevivência.

Jesus Rodriguez Eres, Assoc. Progr. Transdisciplinares Apta Ação
aptaacao@espacoevens.com.br

Resposta: Caro Jesus, acredito que a amplitude desse tema seja ainda maior: “Educação é os filhos colhendo o que os pais plantaram”. Educar uma pessoa é treinar a criança para encarar o mundo. Se falharmos em nossa tarefa como educadores quem vai pagar o pior preço são os nossos aprendizes. Uma pessoa mal educada não é, necessariamente, uma pessoa mal sucedida. Todo mundo tem uma vocação, um talento de nascença e, em alguns, esse dom se manifesta independentemente da educação. No mais, eu também sou um grande fã do ser humano – do brasileiro principalmente. Gostamos de acreditar que o pior já passou e que as coisas vão melhorar daqui pra frente. Diz um velho ditado que a gente é aquilo que acredita ser.

Marcelo Torrecillas, Cronista

Resposta do Editor: Caro Gustavo, ficamos gratos pelo seu interesse e lamentamos o fato de você não ter conseguido acessar os sites. De fato, um deles foi divulgado erroneamente, sendo o correto: www.pitmanqualifications.com, sendo ele um link do site da ONG britânica City and Guilds, cujo endereço eletrônico, entretanto, existe e estava corretamente grafado na matéria: www.cityandguilds.com. Caso tenha novamente dificuldades em acessá-los, envie e-mail para a Revista Filantropia.

Visite o site

Somos assinantes da Revista Filantropia e gostaríamos de parabenizar pelo ótimo conteúdo das edições. Vale a pena, realmente, lê-la, pois nos traz muita informação. Gostaria que visitassem nosso site www.parceirosvoluntarios.org.br, pois fora de São Paulo, o Brasil também tem muita coisa forte e transformadora!!!

Maria Elena

Resposta do Editor: Foi com satisfação que visitei o site da Parceiros Voluntários. O Brasil está cheio de soluções do Oiapoque ao Chuí porque onde há gente brasileira, há solidariedade. Aproveito para deixar aberto o nosso espaço para artigos e matérias sobre voluntariado e Terceiro Setor, bem como sobre ONG's de todo País. Todas as sugestões de pauta serão analisadas para publicação e podem ser enviadas para imprensa@revistafilantropia.com.br ou pelo correio.

Dificuldades de captação

Gostei muito do último artigo do colunista Fernando Credidio na Revista Filantropia (“Direto ao Ponto!” Ed. 05 Março/Abril de 2003) sobre a dificuldade das empresas em responder sobre os projetos enviados. Como captadora de recursos, tenho tido esta mesma dificuldade até mesmo com fundações e institutos financiadores. E isso é pior ainda, pois, a meu ver, a finalidade deles é financiar projetos, e nem assim nós, os clientes, somos tratados com dignidade e respeito.

Carla da Nóbrega, Vice-presidente da ABCR (Associação Brasileira de Captadores de Recursos) e Gerente de Captação de Recursos da Ação Comunitária do Brasil

FILANTROPIA TAMBÉM FAZ FILANTROPIA

Veja qual dessas entidades VOCÊ pode ajudar

Atenção laboratórios, fabricantes e lojas de material de construção, supermercados e depósitos. Você, pessoa física ou jurídica, pode ajudar essas entidades, doando os bens de que elas estão precisando com mais urgência. Em alguma delas, sua solidariedade irá se encaixar!

GAPA - Grupo de Apoio a Prevenção a Aids de São José dos Campos

Necessidades mais urgentes:

- Material de limpeza (rodo, vassoura, bota e luvas, sabão, água sanitária etc.)
- Material de escritório (papel sulfite, clips, grampos para grampeadores e papéis coloridos para a oficina pedagógica desenvolvida com as crianças atendidas pelo Gapa).

Rua Manoel Pedro de Carvalho, 26, Centro, São José dos Campos-SP
CEP 12209-060 Tel. (12) 3941-7697
CNPJ: 61870309/0001-27
CNAS: 44.006.000676/98-23
www.gapasjc.org.br
gapa@gapasjc.org.br

Organização Ambientalista Amainan Brasil

Necessidades mais urgentes:

Novas instalações no Brooklin (SP)

- 3 mesas com cadeiras
- 1 mesa para reuniões
- 10 cadeiras simples para visitas e para a mesa de reuniões
- 2 computadores
- 3 aparelhos telefônicos
- Lousa e /ou flipchart

Avenida Dr. Américo de Carvalho, 386, Sorocaba-SP CEP 18045-000
CNPJ: 04.351.297/0001-90
www.amainan.org
psgroi@amainan.org ou amainan@amainan.org

Associação Espírita Beneficente Dr. Adolfo Bezerra de Menezes

Necessidades mais urgentes:

- Fraldas geriátricas descartáveis tamanho grande
- Material de limpeza
- Produtos de higiene pessoal
- 30 camas de solteiro para os atendidos

Rua Dona Vicentina Alegretti, 265, Penha, São Paulo-SP – CEP 03610-030
Tels. (11) 6641-1369 e 6641-7574
CNPJ: 60.478.245/0001-50
CNAS: 10.1026/83
www.abrigobezmenezes.org.br
abrigo@sti.com.br

Associação Feminina de Educação e Combate ao Câncer – AFECC

Necessidade mais urgente:

- Ambulância

Avenida Marechal Campos, 1.579, Santos Dumont, Vitória-ES
CEP 29055-460
Tels. (27) 3334-8400 e 3334-8058
CNPJ 28.137.925/0001-06
www.santarita.org.br
captacaoderecursos@santarita.org.br



Sociedade Beneficente Casa da Esperança - Kibô-no-lê

Necessidades mais urgentes:

- Roupas
- alimentos
- voluntários de todas as áreas

R. Dr. Siqueira Campos, 104 – Liberdade
São Paulo-SP – CEP 01509-020
Tels. (11) 3208-4129 e 3207-7395
CNPJ: 62.713.680/0001-48
CNAS: 28996.021564/94-00
www.kibonoie.com.br
voluntario@kibonoie.com.br

Entidades: enviar sua lista de necessidades para o e-mail filantropia@revistafilantropia.com.br ou pelo fax (11) 6978-6686.

Do assistencialismo à

Por
DANIELA TCHERNIACOWSKI

Dona Jô Clemente comemora os 42 anos da APAE de São Paulo com novas perspectivas de atuação que inclui mudanças no estatuto e na visão da entidade para oferecer oportunidades de inclusão aos deficientes



Com 42 anos de atuação na área da deficiência mental, a APAE de São Paulo (Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais), uma das maiores entidades beneficentes do País, é considerada modelo no atendimento ao portador de deficiência. Pioneira na realização do exame conhecido por Teste do Pezinho, a instituição é responsável pela obrigatoriedade do exame por meio da lei nº 3914 e, posteriormente, pela sua inclusão no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Para oferecer um trabalho cada vez melhor e mais eficiente, a APAE de São Paulo acaba de passar por uma grande reforma em suas instalações, que busca ir de encontro com tecnologias mais modernas. Com o objetivo de se adequar às mudanças que vêm ocorrendo na atuação das organizações do Terceiro Setor em face, inclusive, das propostas do novo governo para a área social, a APAE de São Paulo também incorporou alterações que vão desde o estatuto à visão que possui em relação à deficiência mental, se reciclando e redirecionando sua postura assistencialista. Assim, a APAE/SP vem passando a definir suas ações com base na filosofia da inclusão social, tendo capacitado, em 2002, mais de 200 profissionais da rede pública e privada de ensino para receber o aluno deficiente mental, além de inserir, de uma única vez, até março deste ano, 240

aprendizes no mercado de trabalho e preparando as empresas para recebê-los. Para marcar essa ação, a APAE/SP criou, também em comemoração aos 42 anos de existência, um selo inédito que reconhece as empresas parceiras que apoiam a inserção de deficientes. Para falar dessas mudanças e do futuro da instituição, a Revista Filantropia convidou Dona Jô Clemente, presidente da APAE de São Paulo e uma das pessoas mais respeitadas do Brasil quando o assunto é oferecer melhores condições de vida aos deficientes.

Filantropia: Qual o balanço que a Sra. faz dos 42 anos da APAE de São Paulo?

Jô Clemente: Mais do que uma reforma física, a APAE-SP também passa por uma mudança estrutural na qual a filosofia inclusiva chega para marcar um novo tempo na instituição. Durante muitos anos atendemos as nossas pessoas especiais sempre com a preocupação de protegê-las. Porém, hoje, nós queremos incluí-las na sociedade e, para isso, estamos aperfeiçoando cada vez mais os nossos projetos desenvolvidos nas áreas educacional, de capacitação e orientação para o trabalho e bem-estar, sendo esta última com a preocupação de trabalhar o deficiente mental em processo de envelhecimento.

Filantropia: Em que a APAE/SP pode ser considerada, hoje, exemplo de sucesso?

Jô Clemente: A APAE de São Paulo é reconhecida nacionalmente pelo seu pioneirismo



inclusão social

“A APAE de São Paulo se orgulha de existir há 42 anos e ter a profissionalização tão almejada hoje em dia pelo Terceiro Setor”

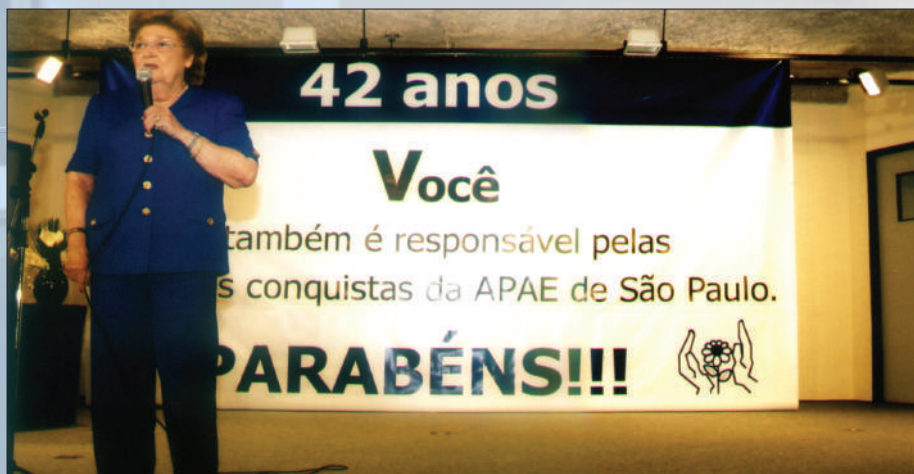
na implantação no Brasil do exame de triagem neonatal, mais conhecido como Teste do Pezinho. Graças à instituição, esse teste foi legalizado e, hoje, é obrigatório para todos os recém-nascidos vivos no País, o que possibilita prevenir o desenvolvimento da deficiência mental. Vale ressaltar que o teste não detecta Síndrome de Down, mas doenças que, se não tratadas precocemente, levam a criança a desenvolver a deficiência.

Filantropia: Em que a APAE de São Paulo se diferencia das outras?

Jô Clemente: Todas as ações são válidas no Terceiro Setor. Não podemos ressaltar uma ou outra. A APAE de São Paulo se orgulha de existir há 42 anos e ter a profissionalização tão almejada hoje em dia pelo Terceiro Setor. Isso foi conquistado em um tempo em que ninguém falava em administração no Terceiro Setor. Ou seja, as descobertas e o sucesso foram sendo adquiridos na prática, no voluntariado.

Filantropia: Quais os principais investimentos que a APAE de São Paulo tem feito nos últimos anos?

Jô Clemente: Todos os investimentos são direcionados para o cumprimento de sua missão: “prevenir a deficiência, facilitar o bem-estar e a inclusão social da pessoa deficiente mental”. Nesse sentido, uma das últimas grandes conquistas foi a reforma da estrutura física, modernizando nossas instalações, adaptando-as a uma tecnologia mais moderna.



Dona Jô Clemente discursa nos 42 anos da entidade

Filantropia: Quais os resultados a APAE de São Paulo têm verificado para seus atendidos?

Jô Clemente: A mudança para a filosofia inclusiva não é apenas uma resolução pautada em idéias. Isso foi uma decisão resultante das potencialidades trabalhadas nos nossos atendidos e, principalmente, a capacidade que eles têm de exercer o pleno direito à cidadania. Com certeza todas essas transformações são resultados não só de investimentos, mas da dedicação de profissionais e familiares.

Filantropia: Qual a importância do selo que foi criado no evento de comemoração dos 42 anos de APAE de São Paulo?

Jô Clemente: O selo está inserido dentro do projeto Parceiros pela Inclusão, que é pautado em três objetivos: a construção de um grande Centro de Capacitação para o mercado de trabalho, unindo todos os que já temos; a elaboração do Kit Inclusão, contendo informações de apoio para o preparo da empresa na colocação da pessoa com necessidades especiais no mundo do trabalho; e o selo



Entrada da APAE/SP, após reforma



Dona Jô entre dois "Parceiros pela Inclusão"

Parceiros pela Inclusão, no qual a empresa torna-se parceira não apenas por estar cumprindo uma obrigação, mas assumindo uma postura inclusiva dentro da sua estrutura.

Filantropia: A APAE de São Paulo tem intenção de se tornar OSCIP?

Jô Clemente: Não. Estamos bem como estamos.

Filantropia: Em 42 anos de atividades, mudou algo na forma de gestão da APAE de São Paulo?

Jô Clemente: Hoje nós repensamos a nossa postura assistencialista e estamos caminhando

para a inclusão e cada vez mais para a profissionalização.

Filantropia: Quais são as metas da APAE de São Paulo para os próximos anos?

Jô Clemente: O nosso objetivo é nos tornarmos centro de referência nacional em deficiência mental.

Filantropia: Quais as dificuldades que a APAE de São Paulo vêm enfrentando nos últimos anos? Como conseguiu superar os obstáculos até o momento?

Jô Clemente: Como todas as instituições sem fins lucrativos, a sua sobrevivência depende

"A mudança para a filosofia inclusiva foi uma decisão resultante das potencialidades trabalhadas nos nossos atendidos e principalmente a capacidade que eles têm em exercer o pleno direito à cidadania"

em parte das doações pelas empresas ou por pessoa física, sendo que hoje contamos com 2500 sócios contribuintes. Além disso, a APAE de São Paulo vem direcionando a sua captação de recursos por meio de projetos e eventos, além da venda do Teste do Pezinho, responsável por grande parte da receita da instituição.

Filantropia: A Sra. prevê parcerias com o novo governo?

Jô Clemente: O que queremos e já realizamos é um projeto no qual capacitamos professores da rede pública para receberem os alunos deficientes nas escolas.

Filantropia: Qual a opinião da Sra. sobre os programas sociais do governo Lula, em especial, o Fome Zero?

Jô Clemente: A cultura brasileira precisa aprender a lidar com ações sociais. O Fome Zero é um movimento que está mobilizando toda a nação, mas será que as pessoas em suas atitudes individuais estão preparadas?

Filantropia: Como a Sra. vê o impacto que as reformas do governo podem ter sobre a APAE de São Paulo?

Jô Clemente: Toda mudança é bem-vinda, toda renovação é salutar. Esperamos que o novo governo, na área social e no setor da educação, respalde as ações de tantas organizações não-governamentais que fazem parte do Terceiro Setor.



Jovens da APAE/SP durante aula

Reformas são motivo de encontro entre Lula e governadores

As propostas de reforma tributária e previdenciária motivaram o encontro do Presidente da República, Luís Inácio Lula da Silva, com os governadores, com o intuito de diminuir suas divergências, principalmente, com relação aos Tucanos.

O projeto da reforma tributária encontra profunda resistência dos governadores do PSDB, que não querem somente a unificação do Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), como também desejam que a União transfira para os Estados e Municípios parte da arrecadação das contribuições sociais, que hoje já supera arrecadações de outros impostos.

Representantes do Governo Lula dizem que o quadro atual não favorece mudanças no pacto federativo. O senador Aloízio Mercadante, líder do governo no Senado, acrescentou que o esforço fiscal deve atingir todas as camadas do governo.

Já com relação às mudanças na Previdência Social, os governadores e o presidente convergem para um acordo. As principais modificações contidas na proposta de reforma seriam:

- criação de teto igual ao do INSS para os futuros servidores e previdência complementar;
- aumento da idade mínima para os servidores públicos; os homens se aposentariam quando com-

pletassem 60 anos e mulheres, 55 anos. Caso o servidor queira se aposentar antes dessa idade, teria uma redução de 5% ao ano em seus proventos;

- redução do valor da pensão para 70% da aposentadoria e duplicação do tempo de serviço no setor público necessário para a aposentadoria e no exercício do cargo.

No que tange ao Terceiro Setor, o objetivo das reformas seria o fim das isenções e/ou imunidades que hoje as entidades usufruem. A proposta intrínseca do governo é aumentar a base de arrecadação e um dos alvos, com certeza, são as ONG's que detêm boa parte da renúncia fiscal.

Lei institui o programa para a Valorização de Iniciativas Culturais – VAI

A Prefeitura de São Paulo, através da Lei n.º 13.540, de 24 de março de 2003, instituiu o Programa para a Valorização de Iniciativas Culturais – VAI, com a finalidade de apoiar financeiramente, por meio de subsídios, atividades artístico-culturais, principalmente de jovens de baixa renda e de regiões do Município desprovidas de recursos e equipamentos culturais.

O Programa VAI tem como escopo estimular a criação, o acesso, a formação e a participação do pequeno produtor e criador no desenvolvimento cultural da cidade; promover a

inclusão cultural e estimular dinâmicas culturais locais, bem como a criação artística.

Os recursos poderão ser pleiteados por toda pessoa física ou jurídica sem fins lucrativos, desde que comprove possuir domicílio ou sede no município de São Paulo há pelo menos dois anos, e apresente propostas artístico-culturais em conformidade com a lei.

Ressalta informar que excluem-se da concorrência funcionários públicos municipais, membros da Comissão de Avaliação de Propostas, bem como seus parentes em primeiro grau e cônjuges.

Bolsas de estudo poderão ser financiadas por loterias

A Comissão de Assuntos Econômicos (CAE) analisará em caráter definitivo duas proposições referentes a loterias. A primeira é o projeto do senador Mozarildo Cavalcanti (PPS-RR), que propõe a destinação de parcelas dos recursos arrecadados pelas loterias aplicadas em bolsas de estudos. A CAE irá examinar o substitutivo apresentado pelo Senador Pedro Simon (PMDB-RS) que restringiu a proposta original, direcionando os recursos a municípios com população de até 10 mil habitantes.

Outra proposta a ser analisada é o projeto apresentado pelo ex-senador Moreira Mendes que objetiva proteger os apostadores, informando-os previamente sobre suas probabilidades de sucesso no jogo.

Reforma tributária poderá afetar Terceiro Setor

As declarações do secretário executivo do Ministério da Fazenda, Álvaro Sólón, contrárias aos benefícios fiscais garantidos às entidades sem fins lucrativos, que denominou de “renúncia fiscal”, despertou nestas a necessidade de se organizarem para a manutenção das imunidades e isenções após as reformas tributária e previdenciária.

Antonio Jacinto Caleiro Palma, presidente do Centro de Integração Empresa Escola (CIEE), juntamente com outras entidades representativas do Terceiro Setor, objetiva organizar um congresso que vise a manutenção dos benefícios fiscais às ONG's, tudo com o intuito de alertar a sociedade sobre os malefí-

cios que acarretariam a tributação sobre o Terceiro Setor.

No projeto de reformas está previsto o fim da isenção do recolhimento da contribuição social sobre a folha de salários. Se isso efetivamente ocorrer, as entidades sem fins lucrativos passariam a arrecadar 28,5% das suas folhas de pagamentos, incidência esta que viria a prejudicar a manutenção e criação de projetos assistenciais mantidos pelas entidades.

Para o eventual recolhimento da contribuição pelas entidades, conforme texto da reforma, seria necessária uma emenda constitucional, tendo em vista a imunidade expressamente prevista na Carta Magna de 1988.

Decreto cria os Centros Integrados de Educação de Jovens e Adultos – CIEJAS

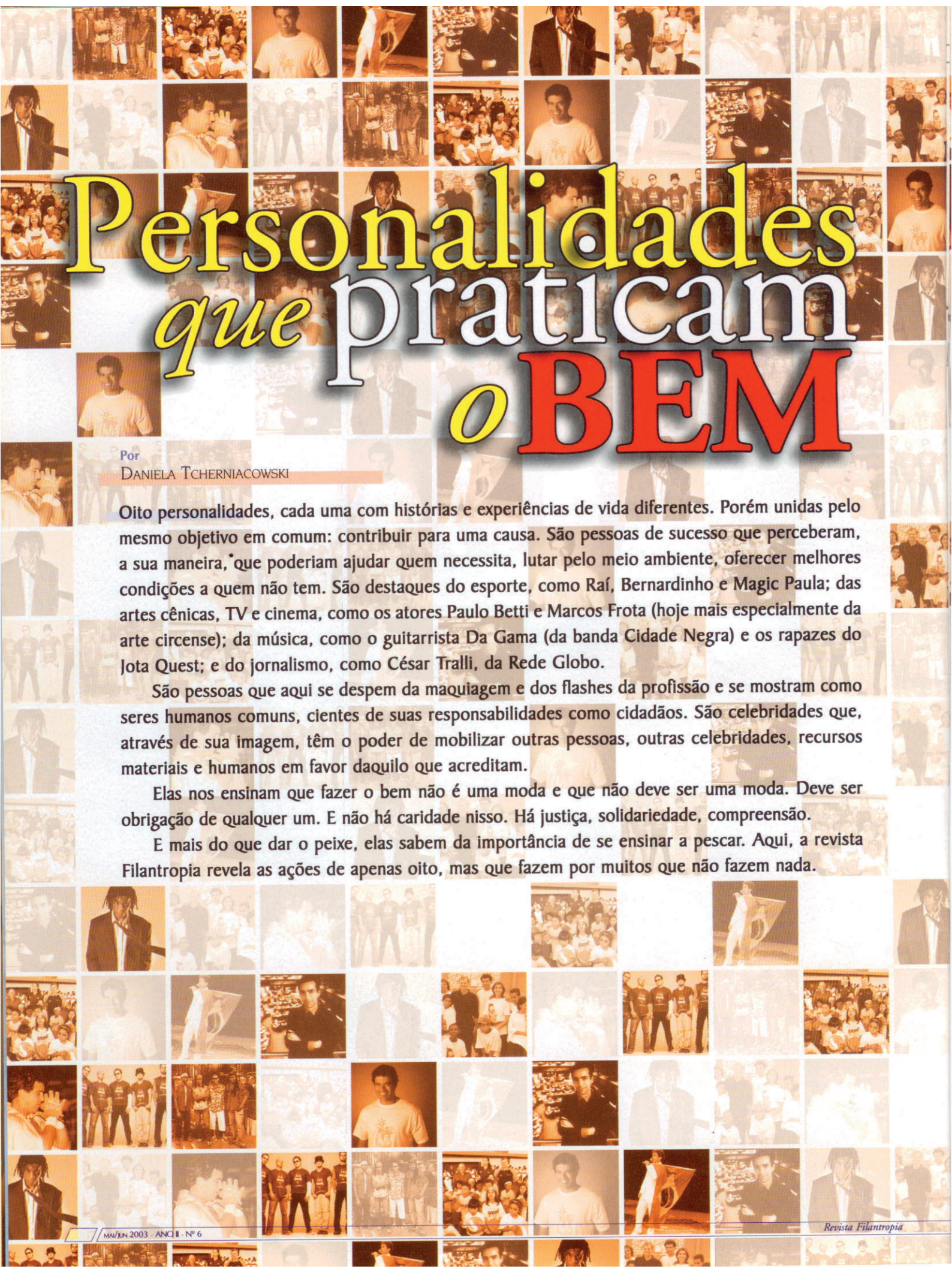
O Decreto Municipal 43.052 (SP), de 04 de abril de 2003, cria os Centros Integrados de Educação de Jovens e Adultos – CIEJAS – com o objetivo de ampliar o acesso ao ensino fundamental para jovens e adultos que não tiveram oportunidade de cursá-lo e concluí-lo na idade própria. Os CIEJAS irão substituir os atuais Centros Municipais de Ensino Supletivo – CEMEs.

Estes Centros têm como objetivo a promoção de cursos de ensino fundamental, articulados com a educação profissional de nível básico, que pode ser desenvolvida mediante convênios ou acordos com empresas e entidades, públicas ou privadas.

Os CIEJAS estarão diretamente vinculados à Secretaria Municipal de Educação do Município de São Paulo, que realizará, por meio dos Núcleos de Ação Educativa – NAEs, o devido acompanhamento técnico-administrativo e pedagógico.

Senado aprova gratuidade de certidões de nascimento, óbito e casamento

Senado aprovou em abril proposta de emenda à Constituição, de autoria do senador Pedro Simon (PMDB - RS), que garante a todo o brasileiro a gratuidade do registro, das primeiras certidões de nascimento, casamento e óbito. Pela regra atual, apenas os “reconhecida-mente pobres” têm direito a requerer as certidões gratuitas.



Personalidades *que* praticam *o* BEM

Por
DANIELA TCHERNIACOWSKI

Oito personalidades, cada uma com histórias e experiências de vida diferentes. Porém unidas pelo mesmo objetivo em comum: contribuir para uma causa. São pessoas de sucesso que perceberam, a sua maneira, que poderiam ajudar quem necessita, lutar pelo meio ambiente, oferecer melhores condições a quem não tem. São destaques do esporte, como Raí, Bernardinho e Magic Paula; das artes cênicas, TV e cinema, como os atores Paulo Betti e Marcos Frota (hoje mais especialmente da arte circense); da música, como o guitarrista Da Gama (da banda Cidade Negra) e os rapazes do Jota Quest; e do jornalismo, como César Tralli, da Rede Globo.

São pessoas que aqui se despem da maquiagem e dos flashes da profissão e se mostram como seres humanos comuns, cientes de suas responsabilidades como cidadãos. São celebridades que, através de sua imagem, têm o poder de mobilizar outras pessoas, outras celebridades, recursos materiais e humanos em favor daquilo que acreditam.

Elas nos ensinam que fazer o bem não é uma moda e que não deve ser uma moda. Deve ser obrigação de qualquer um. E não há caridade nisso. Há justiça, solidariedade, compreensão.

E mais do que dar o peixe, elas sabem da importância de se ensinar a pescar. Aqui, a revista Filantropia revela as ações de apenas oito, mas que fazem por muitos que não fazem nada.

É importante alertar sobre o que está sendo feito contra o meio ambiente

Márcio Buzelin, Jota Quest

Jota Quest:
música ecológica



Som e Meio Ambiente

Jota Quest

Em 1996, ao participarem de um programa de TV lado a lado com diretores do Greenpeace, os cinco jovens da banda mineira Jota Quest ficaram tão encantados que decidiram se aprofundar nas ações promovidas pela ONG. Visitaram a sede em São Paulo, que acabou ganhando a filiação de todos os membros do grupo.

De lá para cá, o Jota Quest leva, para onde for, a mensagem da organização. Uma das maiores ações, por exemplo, foi a criação da música Oxigênio, inspirada no trabalho do Greenpeace, cujos direitos autorais foram doados para a ONG. "Achamos importante fazer o alerta sobre o que está sendo feito contra o meio ambiente", diz Márcio Buzelin, tecladista da banda. Foi esse engajamento que possibilitou também a realização, segundo Buzelin, do primeiro show do mundo com utilização de energia solar, que faz parte de uma das causas do Greenpeace de estimular o uso de energias renováveis. Recentemente, a banda

vestiu a camisa (literalmente) de outra campanha realizada pela organização que teve o apoio, inclusive, de personalidades como o ministro Gilberto Gil. "Ajudamos o Greenpeace a protestar em favor do mogno, que está, aos poucos, sendo extinto do País por causa da extração ilegal da madeira", explica o tecladista. Essas e outras causas renderam ao grupo uma homenagem do governo de Minas Gerais que concedeu aos rapazes o título de cidadãos honoráveis.

Greenpeace
 Rua Alvarenga, 2.331 - Butantã, São Paulo/SP
 0300-7892510
www.greenpeace.org.br (Greenpeace Brasil)
www.greenpeace.org (Greenpeace Internacional)

Cabe a nós, artistas, levar à comunidade aqueles que nos influenciaram

Da Gama

Música e arte na Baixada

Da Gama (Cidade Negra)

Nascido no Morro do Cabuçu, na Baixada Fluminense, o guitarrista Da Gama, da banda Cidade Negra, é outro exemplo do menino pobre que sobreviveu à

violência e à pobreza de uma comunidade carente do Rio de Janeiro. Aprendendo a tocar violão aos 12 anos de idade, ele rendeu-se à paixão pela música e mergulhou na vida artística que, felizmente, fervia na comunidade através de vários movimentos culturais de rua. Por volta de 1996, com o objetivo de organizar melhor as atividades e estendê-las a toda região, ele criou a UCEBA – União Cultural e Esportiva da Baixada, que consistia em cursos de teatro, dança, cinema e oficinas culturais realizadas pelos próprios moradores. Graças ao trabalho no Cidade Negra, conseguiu alugar uma casa, reforma-la e fundar o espaço, voltado para cerca de 20 crianças e adolescentes na faixa dos 8 aos 17 anos. "Até a polícia, que vivia fazendo ronda no local, acabou modificando o comportamento ao conhecer o que era feito lá". Entretanto, por falta de recursos, a UCEBA

acabou sendo fechada há cerca de três anos. "Ainda sonho ver o projeto funcionando novamente", diz. Porém, o fim da UCEBA não chegou a significar a morte da vida artística do local. Muito pelo contrário. A música que tanto contagiava as pessoas do Morro do Cabuçu acabou sendo incorporada a outro projeto paralelo organizado pelo guitarrista, o Baixada em Alta. Um evento de rua que une música, teatro, poesia, artes cênicas e gincanas com as crianças e adolescentes da comunidade. "Elas conseguem enxergar a vida com outros olhos e não cair na criminalidade", diz Da Gama.

O guitarrista não pára: já está assinando a MP do B – Música Periférica do Brasil, que resgata a música feita na periferia da cidade do Rio de Janeiro, como o funk carioca e o samba dos anos 60. "Cabe a nós, artistas, levar à comunidade aqueles que nos influenciaram. Isso também é uma oportunidade de abrir portas para as pessoas", completa.

Baixada em Alta
 (21) 2523-6302 e 2247-9468



Da Gama: cultura para a comunidade onde cresceu

É preciso parar de olhar para o próprio umbigo e criar de proteção social para os mais carentes e



Universidade do Circo

Marcos Frota

Nos anos 80, um personagem da novela *Cambalacho* fazia sucesso na TV, principalmente entre as crianças. Era um artista de circo representado pelo ator Marcos Frota que, de tão apaixonado que ficou pelo personagem, acabou tornado o seu papel na vida real.

Hoje, mais de uma década depois rodando o Brasil com o circo que montou, o Grande Circo Popular, o ator, mais do que levar o riso e a alegria por onde passa, transforma a vida de centenas de crianças e adolescentes carentes. "Havia um apelo das próprias crianças e das prefeituras das cidades de se desenvolver algo social utilizando o circo", diz.

Foi então em 1991, em Fortaleza, que Marcos Frota iniciou o projeto Respeitável Turma, abrindo lonas de circo em áreas populares com a parceria do governo local.

"Aquele menino inquieto, problemático, acabava descarregando a adrenalina no circo". Segundo Frota, além das atividades circenses ensinadas para as crianças, há também lições



de cidadania, respeito, solidariedade que são transformadores inclusive na família. "Em poucas semanas é possível sentir que a magia do circo se espalha em todos".

O projeto cresceu e ganhou tanta força que hoje virou uma universidade livre do circo, a Unircirco. Com o apoio do governo de Minas Gerais e da Universidade de Montes Claros, a primeira Unircirco está sendo instalada no campus da universidade, em terreno de cerca de 35 mil metros quadrados cedido pela prefeitura. É um enorme espaço com picadeiro e tudo o que um circo tem direito, onde cerca de 210 crianças a partir dos cinco anos de idade poderão descobrir as estripulias de trapezistas, mágicos e toda a trupe que encanta meninos e meninas de todo o Brasil. O lançamento, previsto ainda para este mês, terá a participação do Ministro da Cultura, Gilberto Gil. Segundo o ator, o custo total para a implementação da Unircirco chega a R\$ 2 milhões.

Os jovens não só aprenderão a ser artistas de circo, mas também saberão traba-

Acredito que a arte é a melhor forma de resgate humano, econômico e

Teatro para todos

Paulo Betti

Da magia dos palcos à realidade crua daqueles que nunca entraram num teatro ou cinema, Paulo Betti conhece bem ambos os lados. Criado em Sorocaba, Paulo foi um dos 14 filhos de uma família pobre do interior de São Paulo que, graças à paixão pela arte, ultrapassou a barreira da exclusão social para se tornar um ator respeitado e bem sucedido profissionalmente no teatro, na TV e no cinema.

Outro traço marcante que esteve sempre associado ao seu nome é o engajamento político, tendo sido um dos mais famosos

milитantes do PT. "Eu queria transformar o mundo", diz.

Hoje, sua luta reflete-se nos projetos que conseguiu empreender como a Casa da Gávea e o Instituto Cultural Vila Leão, nos quais é presidente. O primeiro, localizado no Rio de Janeiro, é uma associação cultural sem fins lucrativos fundada por ele há 11 anos, onde são realizadas montagens de peças, cursos e pesquisas sempre voltados para a reflexão e formação de novos artistas e técnicos de teatro.

As atividades são pagas, mas a casa oferece bolsas integrais de estudo para os mais carentes, que chega a 5% do total de vagas.

Sua grande realização, na verdade, foi ver aberto, em dezembro de 2001, o Institu-

to Cultural Vila Leão. Com atuação parecida com a Casa da Gávea, o instituto tem dois grandes diferenciais. Um é que, ao contrário da Casa, 80% dos alunos vêm de classes sociais mais baixas. O outro refere-se ao próprio espaço. Foi lá onde ele foi criado e que fez preservar sua memória com a transformação da casa num local em que outras crianças pobres, como ele foi um dia, sonham em se tornar grandes artistas.

"Criei essas duas instituições, pois acredito que a arte é a melhor forma de resgate humano, econômico e social", explica.

Atualmente, Paulo Betti está em pleno vapor para começar a rodar, em junho deste ano, seu primeiro longa-metragem. Para tanto, contará com todos os alunos do Instituto

uma grande rede excluídos

Marcos Frota



lhar como técnicos de luz, contra-regra e outras funções. "A idéia é capacitar os alunos para formar uma nova geração de artistas, técnicos e professores circenses", explica.

Seu objetivo atualmente é conseguir maior apoio do governo federal e da sociedade em geral para poder espalhar o projeto pelo País. "A sociedade precisa parar de olhar para o próprio umbigo e criar uma grande rede de proteção social para os mais carentes e excluídos", diz.

Unicirco
Universidade Livre do Circo
(21) 2495-5123
www.unicirco.com.br
mfshow@terra.com.br

social

Paulo Betti

Cultural Vila Leão para fazer figuração. Uma forma de inseri-los no trabalho profissional. "O próximo passo é montar uma rádio educativa e um curso de cinema, mas para isso é preciso do apoio das empresas, de doações", declara.

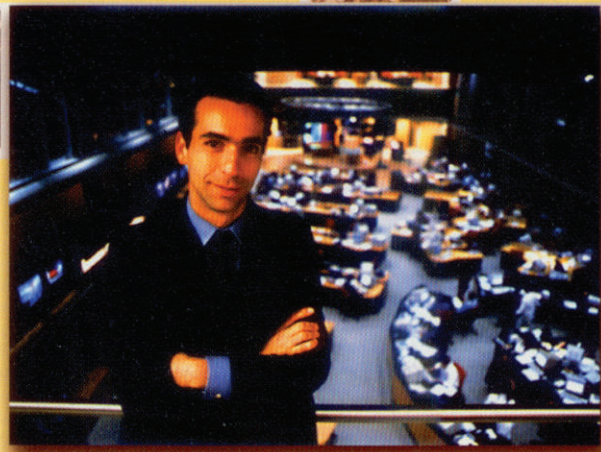
Instituto Cultural Vila Leão
Rua Caramuru, 203, Sorocaba-SP
(15) 211-0465

Casa da Gávea
Praça Santos Dumont, 116 (sobrado)
Rio de Janeiro-RJ
(21) 2239-3511



Jornalismo engajado

César Tralli



Irmão de uma deficiente e filho de uma diretora da APAE de São Paulo, o jornalista César Tralli já expressava desde cedo um vocabulário pautado na filantropia, beneficência e solidariedade.

Herdou da mãe - "uma verdadeira Madre Teresa", brinca - a preocupação de poder contribuir para a melhoria da vida de outras pessoas.

No prédio em que mora, por exemplo, seu nome não está somente associado a um dos rostos bonitos que aparecem nos telejornais, mas também à demonstração de carinho e respeito que apresenta com os funcionários. "Dou cesta básica para os porteiros e o zelador, e os auxilio em coisas simples, mas de grande importância para eles".

Esse envolvimento diário com as pessoas ele também reflete no trabalho, quando está nas ruas fazendo reportagens. Foi dessa forma que, há cerca de três anos, conheceu o Projeto Sol, na periferia de São Paulo. "Fiquei tão impressionado que na mesma hora disse que queria fazer alguma coisa", relata.



Projeto Sol, entidade em que Tralli atua

Com a missão de minimizar a violência na região, marcada pelo tráfico de drogas, o Projeto Sol oferece atividades educacionais, culturais e esportivas diversas, complementares à escola, para cerca de 200 crianças e jovens de 4 a 18 anos de forma a prevenir a delinquência. "Com a reportagem e outras ações de divulgação e apoio, conseguimos realizar um sonho antigo, de comprar um terreno para ampliar o projeto", diz Tralli.

Voluntário assíduo, ele costuma visitar a entidade ao menos uma vez por mês para dar palestras, levar brinquedos e ajudar nas atividades. "O trabalho realizado no projeto é a prova de que é possível combater, de fato, a exclusão social. Senti na pele que os meninos têm sonhos e muita vontade de fazer coisas e sair do círculo vicioso da violência".

O jornalista, que também apóia entidades como a AACD e a APAE, está à frente de um grande desafio pessoal: criar um programa semanal, de uma hora de duração, voltado especialmente para o Terceiro Setor na Globonews, TV paga da Globo. "Quero apresentar ações de ONGs de periferia e pequenas iniciativas, que ainda são desconhecidas do público, mas são simples e dão resultados", diz Tralli.

Projeto Sol
Rua Dr. Paulo de Barros Whitaker, 113, Cidade Dutra, São Paulo - SP
(11) 5668-6272 e 5667-4722
www.projetosol.org.br

Faço de coração e não no intuito de aparecer

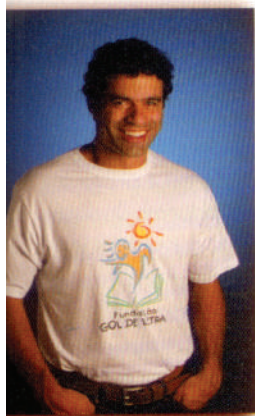
Magic Paula

Paula, Raí e
Bernardinho na
Fundação Gol de Letra:
esportistas do bem



Um é jogador de futebol dos mais carismáticos e celebrados tanto no Brasil, pela atuação no São Paulo Futebol Clube; quanto na França, no Paris Saint Germain. Outro é técnico que comanda a seleção masculina de vôlei, com quem foi campeão mundial. E a outra é uma das maiores jogadoras de basquete do País, na dupla com a rainha Hortência.

Nem é preciso dizer os nomes deles, mas faz-se necessário falar daquilo que muita gente ainda não conhece, que faz parte do dia-a-dia – não dos atletas, mas das pessoas Raí Souza Vieira de Oliveira, Bernardo Rezende e Maria Paula Gonçalves da Silva. Trata-se das ações sociais que eles promovem, uma maneira de compartilhar com (quem sabe) futuros craques, as oportunidades e o talento que os fizeram ser o que são hoje.



Gol de Letra

Raí

Belos, jovens, bons de bola e cheios de vontade de minimizar a injustiça social, eles formam o time estrelado que vê crescer a cada dia o resultado de um trabalho iniciado há quatro anos. No comando da Fundação Gol de Letra, os jogadores de futebol Raí e Leonardo investem hoje na formação de cerca de 600 crianças e adolescentes, com a missão de garantir-lhes o direito à educação, cultura e assistência social.

“Estamos tentando provar na prática que a educação, complementada com esporte e cultura, pode diminuir os problemas sociais”, diz Raí.

Segundo ele, com apenas dois anos de existência, a atuação da fundação já pôde ser sentida dentro da comunidade.

“Vimos surgirem grupos de teatro e agremiações formadas pelos jovens e isso é a maior prova do nosso objetivo de promover agentes multiplicadores”, conclui.

Vôlei em ação

Bernardinho

Ele é sério, exigente e muito dedicado. Essa intensidade com que Bernardinho se agarra ao trabalho também está presente no projeto Vôlei em Ação coordenado por ele, que beneficia 72 crianças de 8 a 16 anos da comunidade Vila das Torres, em Curitiba, no Paraná.

“A melhor forma de retribuir as coisas boas que o vôlei me proporcionou foi montar um projeto com boa estrutura, que investisse na formação de jovens atletas e de cidadãos responsáveis e conscientes de seus deveres e direitos”, diz.

Recentemente, Bernardinho também participou da inauguração de mais um núcleo do Centro Rexona de Excelência do Voleibol (um dos parceiros do Vôlei em Ação), na cidade

de Vinhedo, interior de São Paulo, que irá atender 200 crianças e jovens entre 7 e 14 anos, com aulas ministradas pela ex-jogadora Ana Moser.

Com o apoio da empresa Unilever, responsável pelo Centro Rexona, o técnico pretende abrir seu próprio instituto, chamado Compartilhar. “Quero centralizar todas as ações, incluindo as campanhas que defendo para outras entidades”.

Encestando a pobreza

Magic Paula

Magic Paula é do tipo que prefere não falar muito sobre as causas sociais que abraça. “Faço de coração e não no intuito de aparecer”, diz. Em compensação, faz questão de associar sua imagem a trabalhos reconhecidamente sérios. Um deles é o Projeto Anchieta, que objetiva criar condições para a reestruturação de famílias, crianças e adolescentes em situação de risco social.

“Ela é uma grande facilitadora e fonte de inspiração para os jovens”, diz Antonieta Bergamo, diretora do Projeto Anchieta. Localizado no bairro do Grajaú, em São Paulo, atua com educação complementar para 300 crianças e adolescentes, de 3 a 17 anos, além de cerca de 500 adultos, entre pais e membros da comunidade.

Atualmente, no Centro Olímpico de Treinamento e Pesquisa da Prefeitura de São Paulo, Paula revela que tinha em mãos um projeto próprio esperando somente patrocínio para ser implementado. Porém, não conseguiu parceiros. “As pessoas só investem em ações que já estão dando certo”.

Chamado Passe de Mágica, o projeto da jogadora consiste na criação de um centro esportivo em Piracicaba, cidade onde jogou por muitos anos, nos mesmos moldes do Gol de Letra. “Ainda tenho intenção de monta-lo”. Se optar por algo diferente, ao menos outra idéia ela já tem. “Antes de acabar com a fome no Brasil, é preciso orientar mulheres de que não é possível ter dez filhos ganhando apenas o salário mínimo”, critica.



Fundação Gol de Letra

Rua Antônio Simplicio, 170 - V. Albertina - São Paulo/SP
(11) 6262-2009
R. Scylla Souza Ribeiro, lote 1A, quadra 40 - Niterói/RJ
(21) 2609-1155
www.goldeletra.org.br

Projeto Anchieta

Rua Itápolis, 967, Pacaembu - São Paulo/SP
(11) 3661-9836 e 3661-9041
contato@projetoanchieta.org.br
www.projetoanchieta.org.br

Cto. Rexona de Excelência do Voleibol

(41) 366-4542 e 383-4452
www.rexonavolei.com.br

Justiça permite que filantrópica suspenda julgamento de processo no CNAS

Falta de objetividade quanto à classificação da gratuidade obrigatória deve garantir às filantrópicas o direito de defesa em função da possível perda do certificado de filantropia

Por
MARCOS BIASIOLI

“A lei obriga o emprego de importância mínima em ações sociais gratuitas, porém não classifica o que pode ou não ser reconhecido como gratuidade”

O principal requisito para a entidade beneficente conquistar o direito ao não pagamento dos tributos, por força da imunidade tributária, é possuir o certificado de entidade beneficente de assistência social (antigo certificado de fins filantrópicos) expedido pelo Conselho Nacional de Assistência Social – CNAS.

Ocorre que preencher as exigências para sua conquista não é tarefa fácil e impõe à entidade beneficente muita burocracia e perseverança, uma vez que terá que peregrinar pelo preenchimento de uma série de outros requisitos para poder candidatar-se a tal reconhecimento público e carimbar o passaporte à imunidade fiscal.

O mais polêmico e mais temido dos requisitos é aquele que tem a finalidade de demonstrar que a entidade filantrópica aplicou, ao menos, 20% de sua receita bruta em ações sociais gratuitas.

Nota-se que o mais difícil, em regra, não é praticar ações sociais gratuitas na proporção mínima legal, uma vez que as filantrópicas foram criadas para tal fim, mas de fielmente demonstrá-las, pois não há, ainda, legislação que aponte com exatidão o que é “gratuidade”.

Para sustentar o processo fiscalizatório administrativo, o INSS trouxe, em 2001 (por meio de um parecer da consultoria jurídica do então Ministério da Previdência e Assistência Social, de nº 2414/01), definição de forma singular, o que a entidade

filantrópica não pode reconhecer como gratuidade. Porém, nada trouxe acerca do que ela pode contabilmente lançar como ações sociais gratuitas. Deduz-se, então, que tudo aquilo que não está proibido no parecer, é permitido.

O atributo de classificar o que são ações gratuitas não é papel do INSS, nem tampouco da consultoria jurídica do MPAS, mas do legislador. E como ele ainda não o fez de forma clara, concisa e transparente, o encargo ficou com a própria instituição, que deverá empregar todo o seu bom senso na prática do bem.

Na opinião de muitos, “gratuidade” é todo custo direto e indireto, comprovadamente despendido na produção do bem social.

Nessa linha de compreensão, cabe à entidade filantrópica, dentro dos princípios contábeis, registrar por meio de centros de custos, todo o dispêndio gerado em cada obra produzida.

Contudo, muitas filantrópicas estão perdendo seus certificados e, por consequência, sua imunidade fiscal, pelo fato de não demonstrarem eficazmente onde e de que forma empregaram seus recursos, o que resulta na maior renúncia ao direito constitucionalmente adquirido, precisamente previsto na Constituição.¹

A lei obriga o emprego de importância mínima em ações sociais gratuitas, porém não classifica o que pode ou não ser reconhecido



Marcos Biasoli: "gratuidade" é todo custo direto e indireto, comprovadamente despendido na produção do bem social

como gratuidade, cujo atributo cabe tão somente ao técnico contábil, dada a especificidade de cada caso de assistencialismo.

Defendo, então, que todos os processos em curso no CNAS que estejam com parecer pelo indeferimento da renovação do certificado (ou que contenham denúncia por meio de representação do INSS para o mesmo fim) sejam obrigatoriamente convertidos em diligências, visando oportunizar às filantrópicas o pleno e indiscutível direito de produzir todas as provas passíveis de comprovação, em especial a pericial ora produzida por reconhecidos peritos contábeis, visando demonstrar que verdadeiramente empregaram o importe mínimo legal em ações sociais gratuitas.

Tolir o direito em pauta implica cercar a defesa das filantrópicas, violando o art. 7º, parágrafo 1º, do Decreto 2.536/98, e por consequência rasgar a Constituição Federal, que regula em art. 5º, inciso LV, o direito da ampla defesa.

Enfim, a postulação deverá ser direcionada ao CNAS, antes mesmo do julgamento do processo, evitando que haja vício de interpretação pelo colegiado e, caso não seja recepcionado o pedido, certamente o Judiciário será a última via para evitar a retirada de um direito que ninguém pode mover das filantrópicas, que é o da ampla defesa. 

"Muitas filantrópicas estão perdendo seus certificados e, por consequência, sua imunidade fiscal, pelo fato de não demonstrarem eficazmente onde e de que forma empregaram seus recursos"

SOBRE O AUTOR

Marcos Biasoli, Advogado e assessor jurídico de inúmeras entidades filantrópicas. Mestrado pela PUC/SP, administrador de empresas pela Universidade Mackenzie e pós-graduado pela European University.



Assessoria Contábil e Financeira S/C Ltda.

É mais gerenciamento para sua empresa

*A criação da **CALCONT** Assessoria Contábil e Financeira S/C Ltda. é uma boa notícia para você e sua empresa.*

As assessorias contábil, fiscal e financeira são fundamentais para otimizar sua eficiência e garantir o sucesso de seu negócio.

*A **CALCONT** Empresa de Contabilidade e Finanças atua basicamente nos seguintes segmentos:*

- ✦ **Contábil**
- ✦ **Financeiro**
- ✦ **Recursos Humanos**
- ✦ **Fiscal**
- ✦ **Gerenciamento**
- ✦ **Filantropia**

Assessoria Contábil e Financeira S/C Ltda.

Rua Conselheiro Cotegipe, 98 Belém
CEP 03058-000 São Paulo SP
Fone / Fax (11) 6698.0047
e-mail: cal.cont@terra.com.br

Comunicar é preciso, desde que com ética e responsabilidade!

“Não é pecado uma companhia se valer de estratégias de comunicação para dar visibilidade às ações sociais que promove, desde que não camuflem artifícios com fins estritamente mercadológicos”

Um dos grandes dilemas enfrentados pelas empresas, atualmente, é como comunicar seu apoio a projetos e programas de responsabilidade social.

Retomando tema abordado na edição quatro da revista *Filantropia* e que suscitou polêmica pela forma incisiva com a qual foi tratada a matéria: a maneira como as empresas estão conduzindo as políticas de cidadania corporativa, no tocante à comunicação. Assim, é preciso esclarecer outros aspectos relacionados ao assunto, que têm provocado grandes discussões, principalmente após a posse do novo Governo, em que as grandes corporações parecem ter descoberto, finalmente, as graves questões sociais que perduram há mais de 500 anos no Brasil.

Ninguém discute, hoje em dia, que a responsabilidade social tornou-se uma poderosa ferramenta de comunicação para as empresas, entre outras razões, por criar diferenciais para marcas, produtos e serviços em relação a seus concorrentes. Até pouco tempo, ao encontrar

um diferencial competitivo, as companhias se apropriavam desse atributo despendendo poucos esforços na sua manutenção. Assim, bastava a elas planejar campanhas de comunicação apoiadas apenas nesses valores a fim de garantir o market share (medida de aferição do grau de participação de uma marca ou produto no mercado, em dado momento) e altos índices de recall (teste por meio do qual se verifica a intensidade com que é lembrado determinado anúncio, marca ou produto).

Contudo, a globalização, a velocidade de troca de informações e a padronização de sistemas e processos provocaram uma série de conseqüências para as companhias. A principal, talvez, seja a de que no momento em que encontram um diferencial, rapidamente o perdem. Ou porque a concorrência foi capaz de copiá-lo ou porque ele próprio se obsoleto, em função de um diferencial mais avançado de um concorrente direto. A partir daí, os executivos, publicitários e profissionais de marketing passaram a travar uma luta incessante para encontrar novos diferenciais. Terminada uma etapa do processo, inicia-se a próxima e assim por diante. É um círculo vicioso.

É nesse ponto, especialmente, que as empresas têm se utilizado da responsabilidade social. Para as companhias, está claro que as causas e projetos socioambientais que patrocinam trazem retorno expressivo em se tratando de mercado, melhoria efetiva de imagem, exposição em mídia espontânea e recrutamento de bons colaboradores, apenas para citar alguns benefícios, pois, ao divulgar seu compromisso social, a organização fica mais conhecida e respeitada na comunidade. Por essa razão, é natural que eles sejam objeto de preocupação, ganhando uma comunicação mais especializada, planejada, eficaz e dirigida.

Mas, até que ponto a postura cidadã das empresas não fica comprometida quando elas destinam recursos que poderiam ser aplicados em projetos e programas sociais para a divulgação de sua

“Atualmente, devido aos generosos espaços que a mídia tem concedido às empresas “socialmente responsáveis”, elas estão fazendo da comunicação peça-chave para o sucesso dos programas e projetos que apóiam ou financiam”





“Os consumidores já conseguem diferenciar a publicidade vazia de uma atitude séria, por estarem mais esclarecidos, atentos e vigilantes”

participação nessas ações? Esta questão adquire contornos dramáticos, principalmente nas companhias que mais investem em políticas de responsabilidade social, interferindo sobremaneira nas estratégias de comunicação dessas organizações, transformando-se em uma das mais difíceis escolhas enfrentadas pelos executivos no seu dia-a-dia.

Em passado recente, as corporações limitavam-se a trabalhar quase no anonimato, sem fazer muito alarde. Atualmente, devido aos generosos espaços que a mídia tem concedido às empresas “socialmente responsáveis” e ao marketing social - expressão que, vale destacar, vem sendo empregada de forma equivocada pela maioria das companhias - elas estão abandonando gradativamente a postura de neutralidade e fazendo da comunicação peça-chave para o sucesso dos programas e projetos que apóiam ou financiam.

Perguntado, até com relativa frequência, a respeito de como as empresas devem agir diante da situação em divulgar ou não sua participação em uma determinada causa social, costumo responder que não é pecado uma companhia se valer de estratégias de comunicação para dar visibilidade às ações sociais que promove, desde que tais estratégias não camuflam artifícios com fins estritamente mercadológicos, levando em conta apenas os resultados advindos desse procedimento, comprovadamente vantajoso.

Patrocinar uma ação social visando tão somente a divulgação da marca, de um produto ou serviço é estratégia que nunca deve ser adotada, porque aos poucos a sociedade passa a distinguir se a conduta está sendo ou não autêntica. É bom que se diga que, gradualmente, os consumidores já conseguem diferenciar a publicidade vazia de uma atitude séria, por estarem mais esclarecidos, atentos e vigilantes em relação a alguns recursos empregados pelas empresas com o fim explícito de tornar sua marca e imagem mais simpática e bem aceita. Ao descobrirem que estão sendo ludibriados, acabarão, fatalmente, punindo a marca infratora da ética, migrando para uma concorrente. É o chamado efeito “bumerangue”.

O que fazer, então? A publicação de relatórios e balanços sociais é importante, pois esses documentos transformam a frieza dos números em exemplos de cidadania e responsabilidade social. A política de se

publicar anúncios institucionais de caráter socioambiental também pode e deve ser bem explorada pelas empresas, desde que não sejam ostensivas, não somente por envolverem custos excessivos - cujos valores, não raras às vezes, consomem mais recursos do que os destinados às causas ou projetos apoiados - como, também, por nem sempre causarem o efeito desejado junto aos stakeholders. Infelizmente, esse tipo de ação é o que mais tem sido praticado pelo mercado, sobretudo após a implementação do programa Fome Zero, pelo Governo Federal.

Outro erro muito comum cometido pelas companhias é divulgar sua atuação social deixando transparecer, de alguma forma, que essas ações não fazem parte de seus verdadeiros valores corporativos. Em outras palavras, que essa vocação não está presente no DNA da empresa, na sua filosofia de gestão. Não havendo verdadeiro engajamento da alta administração e dos colaboradores, a comunicação se assemelhará à inconsistência de uma espuma d'água, convertendo-se em mero discurso.

Existem, porém, outros aspectos que devem ser enfocados quando analisamos as razões que inibem a comunicação das ações sociais pelas empresas. Para algumas dessas corporações, há dúvidas se é melhor investir na divulgação dessas ações, destinar os recursos para os projetos da companhia, ou mesmo doá-los para uso de terceiros. Para outras, o custo elevado da comunicação não compensa o investimento e, finalmente, para um terceiro grupo, existe o nítido receio de ampliar demandas.

Ainda que concordando, em parte, com a tese de algumas empresas que defendem a posição de que não devem ganhar em função da ação social que realizam, porque a divulgação comprometeria a intenção, não posso renegar minha formação e crenças no sentido de que a comunicação possui um papel fundamental no aspecto de despertar consciências e de mobilizar outras organiza-

ções, tornando público o compromisso com o social. Se analisarmos o problema de maneira mais racional, descobriremos que ele não se concentra exatamente no fato de uma corporação comunicar ou não sua participação nas ações. O embaraço está, muitas vezes, na forma de como as empresas fazem isso e se apresentam à sociedade.

A verdade é que a maioria das corporações não sabe como e de que forma divulgar suas ações de responsabilidade social. As causas são várias, entre as quais a diminuta quantidade de executivos e agências de comunicação e propaganda com expertise comprovada na área. A carência de profissionais de comunicação especializados nesse setor é, sem dúvida, um fator limitador para o crescimento do número de empresas cidadãs, haja vista que muitas não se sentem seguras em ingressar nesse campo sem uma assessoria profissional.

É preciso que fique claro que a comunicação das ações sociais exige assessoria profissional, porque deve ser planejada de maneira diferenciada, analisando-se criteriosamente os valores e o core business da empresa. Não se pode, nem se deve, considerar tais ações como um produto qualquer, porque esse tipo de comunicação fornece transparência ao processo, uma vez que, ao esconder o que fazem, as companhias permitirão conjecturas por parte da sociedade.

Portanto, a comunicação das ações sociais deve ser estimulada, desde que com responsabilidade e ética, porque, mais do que “fazer marketing”, essa é uma maneira inteligente de se utilizar uma ferramenta para incentivar e replicar novas ações. E isso é diferente de oportunismo. 

SOBRE O AUTOR

Fernando Credidio. Presidente da organização não governamental Parceiros da Vida, coordena a disciplina Estratégias de Comunicação para o Marketing Cultural e a Cidadania Corporativa, da Faculdade Cásper Líbero



Informações

(11) 3341-7195 / FAX: (11) 3341-6076
www.parceirosdavidavida.org
parceirosdavidavida@parceirosdavidavida.org

Apoio



10 Princípios para organizar-se - Quarta Parte

Processos primários e secundários de organização

Por
TÁDEU CRUZ

Aqui foi desenvolvido os fundamentos para que qualquer organização do Terceiro Setor, as ONGs e suas congêneres possam desempenhar seu papel com eficiência e qualidade. Foram orientações práticas e de fácil implementação para todos que dirigem ou estão pensando em criar uma organização deste tipo.

Neste artigo e no próximo serão abordadas duas importantes preocupações no mundo da organização: os processos primários e os processos secundários. É por meio deles que qualquer empresa, associação, entidade, produz o bem ou o serviço que seus clientes recebem, tenham ou não que pagar para recebê-lo.

Primeiro, é preciso alertar sobre alguns tipos de consultores que apregoam que qualquer esforço para organizar é mero desperdício de recursos. Dizem, também, que o importante é fazer e não organizar e que qualquer tipo de organização irá engessar a entidade. Diametralmente oposto a estes consultores, organizar não é desperdício e muito menos tem como finalidade colocar qualquer empresa ou entidade dentro de uma camisa de força. Organizar significa criar as condições necessárias para que possamos gastar menos ou, no mínimo, o estritamente necessário, e produzir mais e melhor.

Definir os processos que “produzirão” os produtos da instituição

Este item da lista de ações necessárias para administrar uma entidade sem fins lucrativos (poderia ser qualquer empresa) obriga-nos a documentar, analisar, simplificar e melhorar o processo encarregado de produzir o que queremos entregar para nossos clientes. Processos que produzem são chamados pelos especialistas de processos primários e os processos que apóiam os processos que produzem são chamados de processos secundários, dos quais falaremos depois. Não é preciso se preocupar com os termos. O importante é entender a natureza de cada um desses processos.

Absolutamente tudo que fazemos segue uma determinada ordem. Por exemplo: se vamos escovar os dentes temos que

antes pegar a escova e colocar a pasta nela para só então levá-la à boca. Agora vamos tomar um exemplo mais complexo. Imagine numa creche quantas atividades cada pessoa que nela trabalha irá executar desde o início da manhã, quando chegam as crianças, até que elas são entregues aos seus responsáveis. Serão muitas, muitas atividades. De novo chamo a atenção para a ordem, a sequência que estas atividades devem obedecer. Por exemplo: não se pode, ou pelo menos não se deve, dar banho nas crianças depois que elas tenham almoçado. O correto é banhá-las antes do almoço.

Você deve estar pensando “que bobagem, qualquer um sabe como cuidar de crianças”. Mesmo que saibamos o que devemos fazer é preciso documentar o

“É preciso documentar o roteiro que usamos para podermos principalmente passar para outros a maneira padrão de executar o trabalho. Já pensou a Pastoral da Criança de forma totalmente desorganizada?”



ZEPELIN/IMAGEM

Exemplo de roteiro para atender crianças diariamente:

- 1 Receber as crianças na porta da creche.
- 2 Encaminhar cada criança para suas respectivas salas de atividades.
- 3 ...

Este tipo de documentação vai servir para:

- Ensinar a qualquer pessoa como deve ser o atendimento diário das crianças.
- Identificar o que está sendo feito errado.
- Identificar o que está sendo feito corretamente.
- Identificar onde estão sendo gastos os recursos da entidade.
- Identificar como estão sendo gastos

roteiro para podermos, principalmente, passar para outros a maneira padrão de executar o trabalho. Já pensou a Pastoral da Criança de forma totalmente desorganizada? Imagine cada voluntário fazendo o que desse na cabeça, sem seguir nenhum padrão. No mínimo a qualidade do trabalho estaria comprometida e muito seguramente os custos operacionais logo estariam fora de controle.

É por isso que documentamos os processos primários, para padronizar o que fazemos e, com isso, melhorarmos o nosso trabalho, visando principalmente aumentar a qualidade dele e manter os custos sob controle.

Para começar, faça um roteiro simples, como no quadro ao lado.

Todos nós podemos ficar doentes qualquer dia, não é mesmo? Pois bem,

se tivermos tido o cuidado de roteirizar, documentar o trabalho diário qualquer um poderá rapidamente dar continuidade às operações do dia-a-dia e, com isso, evitar que todos fiquem doentes junto à gente, desnecessariamente. Organização é a base para fazermos mais e melhor com pouco. ☺

SOBRE O AUTOR

Tadeu Cruz. Administrador de empresas, coordenado o primeiro curso de pós-graduação *latu sensu* sobre e-business de diversas universidades.

Informações

@tadeucruz@trcr.com.br



VIII Congresso Estadual das Santas Casas
e Hospitais Filantrópicos do RS

24 e 25 de Julho de 2003

**Centro de Eventos do Hotel Continental
Porto Alegre/RS**



ANDRÉIA BRUM EVENTOS

www.abevents.com.br

ANDRÉIA BRUM EVENTOS
Rua 17 de Junho, 436 - 90110-170 - Porto Alegre - RS
Fone/Fax: (51) 3212 7426
E-mail: abevents@abevents.com.br

A armadilha da “pilantropia”

Para não cair em má rotulação, as entidades devem mostrar-se sérias e transparentes e estarem totalmente envolvidas na prática da responsabilidade social

Por
NILTON ANTONIO TIELLET BORGES

Só sobreviverão as entidades que estiverem melhor preparadas, na ética e na transparência, desde que sincronizem suas atividades às novas dinâmicas em maturação na sociedade e/ou no mundo empresarial.

A discussão sobre a avaliação radical que o Estado faz das entidades filantrópicas, rotulando-as de “pilantropias” costuma deixar de lado a simples observação de que as entidades comprovadamente sérias sempre terão argumentos para reagir e assegurar sua característica institucional.

Por outro lado, fatos são fatos e esse rótulo que o Estado cismou de colocar nas entidades é muito sério. Tem tudo a ver com os tempos atuais, em que só se fala em corrupção. Aliás, essa palavra vem do latim *corruptio*, que significa “o ato ou efeito de corromper, decompor, perverter, desintegrar”, e a forma como o Estado utiliza o termo “pilantropia” é altamente tendenciosa. E perigosa. Melhor seria dizer abertamente: corrupta.

Diante disso, resta às entidades filantrópicas proceder ao exame detalhado dos argumentos utilizados na avaliação feita pelo Estado, para que possam insurgir-se e reagir com firmeza, inclusive para assegurar sua própria sustentabilidade a médio e longo prazo. Nesse contexto, só sobreviverão as entidades que estiverem melhor preparadas, na ética e na transparência, desde que sincronizem suas atividades às novas dinâmicas em maturação na sociedade e/ou no mundo empresarial.

Para fortalecer seus argumentos e manter sua característica institucional, as ações das entidades não lucrativas deverão estar fundamentadas em princípios éticos que expressem de forma clara e manifesta o compromisso e a responsabilidade social. Ficou no passado a época dos segredos. Agora, a transparência é a alma da ação social.

Nos contornos estreitos deste texto é impossível identificar quais os mecanismos de que dispõe a entidade para expressar e comprovar sua atuação social. Porém, a título de ilustração, é importante falar daquele que considero um dos mais importantes sinalizadores da organização institucional: o controle.

O controle é um mecanismo que está ao alcance de todas as entidades. Mas depende de (muito) empenho e comprometimento. Por isso, não é fácil. É necessário que toda a organização esteja envolvida na prática da responsabilidade social. Isso significa que todos devem conhecer profundamente os objetivos e finalidades da instituição, uma vez que o conhecimento gera sinergias, principalmente com o público de quem ela depende para o fortalecimento do seu desempenho. É necessário, ou melhor, indispensável encontrar uma forma racional e metódica no controle das ações benemerentes, pois elas são fenômenos de riqueza nas células sociais, formadas pelos mais carentes. Todavia, essa forma de controle supõe e inclui a compreensão da verdadeira abrangência dos controles internos (na entidade) e externos (fora da entidade) quando da sistematização da informação contábil.

Nesse ponto, o avanço tecnológico deve ser recebido e aproveitado como um aglutinador e simplificador dos controles internos, buscando otimizar as tarefas e evitar o (re) trabalho. Para algumas entidades, isso significa mudanças que dependem de conhecimento e ação coordenada. Mas isso é outra conversa.

Por enquanto, essas palavras devem servir apenas como alerta para que as entidades sem fins lucrativos não se deixem intimidar. Infelizmente, pelo que se vê, não basta ser uma entidade séria, é preciso provar a seriedade. E, desta forma, acabar de vez com esse perverso rótulo que lhes está sendo, insidiosa

SOBRE O AUTOR

Nilton Antonio Tiellet Borges. Fundador e diretor da Tiellet, Schmitt & Associados, é auditor e assessor de inúmeras entidades filantrópicas.

Informações

(51) 3325-2080
www.tsa.com.br
tiellet@tsa.com.br

“É indispensável encontrar uma forma racional e metódica no controle das ações benemerentes”

Marketing de Relacionamento e a técnica a serviço da transformação da sociedade

Por

RODRIGO ALVAREZ E IEDA ALCÂNTARA

Os principais passos para se criar e manter um trabalho sólido na área de captação de recursos

criar e implantar uma organização sem fins lucrativos não é tarefa fácil. Tarefa mais difícil, entretanto, é mantê-la, ganhar a credibilidade da comunidade e conquistar indivíduos e empresas que acreditem na sua missão e que estejam dispostos a colaborar com recursos para a sua realização.

Assim foi o processo de criação de manutenção do departamento de captação de recursos dos Doutores da Alegria no qual, durante seis anos, implementou-se estratégias de busca e relacionamento com doadores.

É o que também está acontecendo no CDI (Comitê para Democratização da Informática), uma rede composta hoje por 37 comitês regionais no Brasil e mais 10 em outros países da América Latina, África e Ásia.

O CDI é uma organização privada sem fins lucrativos que atua desde 1995 no combate à exclusão digital no Brasil e tornou-se a maior ONG do mundo nesse segmento.

O texto a seguir não pretende ser um arremedo de curso, mas despertar o interesse dos leitores para continuarem a jornada de aprendizado a partir de alguns questionamentos e pontuações.

Por onde começar?

O melhor é sempre fazer um mapeamento da situação atual da operação. Avaliar e revisar seus processos, o que se faz e como faz. Liste o passo-a-passo da sua operação a partir do primeiro contato com o indivíduo ou empresa potencial. Descreva as ações previstas para cada situação que envolva o relacionamento com o doador (ex: envio de comunicação, cobrança, atrasos na doação, cancelamentos etc.).

Faça um levantamento de onde estão as informações sobre o doador ou pessoas que se relacionam com a organização e a qualidade destes dados. Analise o layout, formato, volume e conteúdo dos campos.

Avalie seu processo atual de captura e armazenamento de informações. Quais dados estão sendo capturados, quem captura e em que situação? Onde eles estão sendo guardados e qual o nível de atualização?

É preciso se perguntar: a entidade tem aproveitado as oportunidades com públicos diversos para capturar dados? Ainda não? Pois comece a pensar sobre isso.

Com esse diagnóstico concluído, vai ser mais fácil identificar e corrigir erros da operação e propor alternativas para a melhoria do processo.

Que dados capturar e como armazená-los?

Toda organização tem públicos interessados na sua existência. Isso é a base da sua sustentabilidade financeira. Entender quem são esses públicos e quais são seus interesses é fundamental. Lembre-se: ninguém doa se não for solicitado.

A palavra de ordem, então, é aprender mais sobre os doadores e aqueles potenciais. Para tanto, é preciso capturar e armazenar dados sobre eles.

Que dados? Aqueles que fazem diferença e que são relevantes no seu relacionamento com o doador. Procure ser objetivo e padronize o máximo possível a entrada do dado através de perguntas fechadas. Revise a sua ficha de cadastro ou filiação, aquela impressa em seu material de divulgação e não se esqueça de treinar todas as pessoas responsáveis pela captura da informação, tendo sempre em mente que se “entra lixo, sai lixo”.

Outro ponto importante e que vale ser ressaltado: nós falamos com pessoas e não com empresas. Tenha sempre o cuidado de capturar o nome das pessoas que decidem a doação e aquelas que influenciam no caso de doadores pessoa jurídica.

Além dos dados cadastrais do doador, considere a necessidade de armazenamento do histórico de contatos e participações em campanhas de marketing e, principalmente, o histórico de doações, os chamados dados transacionais (valor, periodicidade, forma de pagamento etc.).

Portanto, guarde as transações, doação por doação, com a data, valor e doador devidamente identificados, além da data de

“Uma boa opção inicial para criar um banco de dados é utilizando o programa Access. Maiores investimentos em tecnologia só deverão ser considerados após resultados concretos e permanentes”

Captação de Recursos



	A	B	VALOR
1	DATA	DOADOR	
2	22/1/2003	Gertrudes de Oliveira	R\$20,00
3	4/2/2003	Joana Perez	R\$320,00
4	17/2/2003	Wilson Camacho	R\$80,00
5	2/3/2003	Dorivaldo Lourenço	R\$260,00
6	15/3/2003	Esmael Cardoso	R\$140,00
7	28/3/2003	Elisa Ataíba	R\$170,00
8	10/2/2003	Antônio Danúbio	R\$200,00
9	3/4/2003	Ana Paula Rocha	R\$230,00
10	6/1/2003	Reginaldo Barros	R\$1.250,00
11	19/1/2003	Fernando Muniz	R\$290,00
12	21/1/2003	Daniela Silva	R\$500,00
13	14/3/2003	Paulo Hernades	R\$350,00

filiação (doador desde...) e de cancelamento, se for o caso.

A qualidade e integridade da informação são fundamentais neste processo; programe rotinas e ações para tratamento, atualização e enriquecimento dos dados.

Marketing de relacionamento pressupõe o suporte de um "marketing database", um banco de dados que possibilita o armazenamento e acesso mais flexível ao dado.

Comece pequeno: um software de banco de dados como o Access, por exemplo, será sempre uma boa opção inicial. Maiores investimentos em tecnologia só deverão ser considerados e passam a ser rentáveis após resultados concretos e permanentes.

Se não tiver familiaridade com o computador, peça ajuda a um voluntário. Montar um banco de dados não é tarefa difícil para um programador, mas lembre-se antes de definir os dados a serem incluídos.

Caso sua organização ainda não possua computador, faça fichas de cadastro e guardas. No futuro, quando for adquirir um, terá apenas que digitá-las. Mas não adie muito. Seu trabalho de análise fica comprometido se não dispuser de um computador.

Dado capturado.

O que é que eu faço agora?

É hora de transformar dado em informação, conhecimento e inteligência a serem utilizados em benefício da organização. Aqui se inicia o processo de conhecimento da carteira de doadores - a análise do banco de dados.

Os doadores não são todos iguais e, portanto, merecem tratamentos diferentes. Utilize o banco de dados para reconhecer as diferenças e estabelecer relacionamentos personalizados, rentáveis e de longo prazo. Por outro lado, doadores costumam compartilhar características semelhantes. Segmenta a carteira considerando estas semelhanças.

É preciso identificar na organização problemas e oportunidades e propor ações de marketing que resultem na conquista de novos doadores e na fidelização dos atuais. Para

"A palavra de ordem é aprender mais sobre os doadores e aqueles potenciais. Para tanto, é preciso capturar e armazenar dados sobre eles"

isso, pode recrutar voluntários ou contratar, se for o caso, um profissional com capacidade para analisar dados.

A análise das doações é fundamental para a classificação da sua base de doadores através do cálculo de alguns indicadores de performance. Nunca se esqueça da seguinte lição: o melhor doador será sempre aquele que doou mais recentemente, que doa com frequência e com valores mais altos.

Análise sua operação. Calcule a taxa de retenção por segmento, ou seja, o percentual de doadores que permaneceram doando um, dois, três ou mais anos após a filiação. Esse índice é fundamental para medir a efetividade do seu relacionamento e da sua capacidade de ampliar e manter a sua carteira.

Doadores geram retornos diferentes, certo? Calcule então o LTV (Life Time Value), ou seja, o valor do doador ao longo da sua vida na instituição. Esse valor é fundamental para definir o quanto investir na aquisição de prospects (potenciais) com o mesmo perfil dos melhores doadores, na retenção e ativação dos atuais e recuperação dos inativos.

Gere relatório analítico periódico que permita detectar alterações de perfil ou de comportamento da carteira de doadores. A variação dos indicadores mercadológicos (valor médio da doação, frequência média das doações, número total de doadores ativos etc.) ao longo do tempo indicará acertos e

erros em sua política de relacionamento e conquista de novos doadores.

Como montar um programa de relacionamento?

Certamente a entidade já está se relacionando com seu doador, mesmo que esteja simplesmente enviando um boleto bancário ao final de cada mês.

Mas, com banco de dados implantado e carteira devidamente analisada e segmentada, não poderia haver melhor momento para se rever e implantar nova estratégia de relacionamento contínua e eficiente com sua base de doadores.

Defina a frequência e tipo de comunicação por categoria de doadores. Faça um planejamento e elabore um cronograma de atividades que assegure o controle e envio da comunicação nos prazos previstos. Isso é tarefa do dia-a-dia que exige uma equipe bem treinada e compromissada com o resultado final.

Escolha o canal com melhor custo x benefício para se relacionar com cada segmento e em cada situação:

Mala-direta: Muito usada na aquisição de novos doadores. O custo pode ser alto para quem está começando. A escolha da lista, ou seja, com que falar, é o fator principal do sucesso da campanha. Faça cálculos antes de tomar a decisão de enviar uma mala-direta, considerando principalmente o custo da campanha e sua expectativa de retorno.

Telemarketing: Permite o relacionamento com diálogo. Excelente reforço para a mala-direta. Cuidado com o custo, invasão, mensagem, timing e objetividade. Equilibre cortesia e assertividade. Planeje a campanha, treine bem os operadores, vá monitorando os resultados e prepare-se para correções de rumo no decorrer da operação.

Internet: É uma ótima opção para se relacionar com seus doadores. Baixo custo, ágil, disponibiliza a informação em tempo real e com rápido retorno.

A Internet está revolucionando a forma de captar e se relacionar com doadores. Crie seu site. Colocá-lo no ar pode custar pouco, sendo que, mais uma vez, pode-se contar com a ajuda de voluntários para o desenvolvimento. Inclua informações sobre sua organização e não se esqueça da ficha de filiação ou de cadastro para aqueles que desejam receber mais informações. O site será uma excelente fonte de divulgação do seu trabalho e de captação.

Explore as diversas formas de se relacionar com o doador ou prospect (potencial doador): através do contato pessoal, programando visitas a sua sede, criando eventos ou aproveitando oportunidades em que se esteja presente em público falando de sua causa.

Outro ponto importantíssimo: o doador que entra em contato com a instituição, de uma forma ou de outra, está dizendo que valoriza e se importa com seu trabalho. Dê atenção a sua solicitação ou reclamação, não o deixe nunca sem um retorno e agradeça sempre a oportunidade que ele está lhe dando para aprimorar a sua operação e atendê-lo melhor.

“Crie o seu site!. Colocá-lo no ar pode custar pouco. Será uma excelente fonte de divulgação do seu trabalho e de captação”

O que dizer ao doador?

Primeiramente, aproveite todas as oportunidades de contato para mostrar o quanto a entidade é grata por tê-lo participando e apoiando seu projeto. E preste contas. Mostre como a contribuição dele está sendo utilizada e sua importância na manutenção e expansão dos serviços oferecidos pela instituição.

No mais, todos os esforços deverão ser dirigidos para ampliar e reforçar os vínculos com os doadores. Ou seja, é necessário aumentar o valor da carteira de clientes e isso pode ser feito de três maneiras:

Aquisição: aumento do volume de doações através da conquista de novos doadores. Para isso é necessário realizar pilotos de teste de campanhas de prospecção para identificar no mercado doadores potenciais parecidos com seus doadores mais rentáveis.

Retenção: aumento da duração do relacionamento com o doador. Tente identificar os sinais que o doador vai dando ao longo do tempo antes de cancelar ou parar de doar. Nem sempre essa é tarefa fácil, mas será de suma importância para direcionar ações que reduzam o índice de cancelamento ou inativação.

Ativação: aumento dos valores das doações. Realize campanhas para buscar um up-

grade no valor da doação ou para gerar receitas através de venda de produtos comercializados pela instituição, caso existam.

Mesmo depois de tudo isso, alguns doadores vão cancelar ou simplesmente parar de doar. Procure sempre saber o motivo do cancelamento, capture essa informação e guarde-a de forma padronizada para que se possa tabular e analisar o resultado. E lembre-se: nem tudo está perdido, ele já foi sensibilizado um dia pela sua missão. Programe um contato futuro, considerando a situação atual do doador.

Como ter certeza que estou no caminho certo?

Os recursos geralmente são escassos, principalmente em se tratando de organizações do Terceiro Setor. O desafio é aumentar as taxas de respostas das campanhas de marketing e reduzir custos. Como fazer isso? Identificando com o maior grau possível de precisão o problema/opportunidade e o público que se deseja atingir.

Crie o histórico de campanhas. Vai ser assim, testando e analisando o resultado das suas ações e o perfil dos respondedores, aprimorando a operação e focando no público com maior probabilidade de retorno que será possível maximizar os recursos.

À medida que os resultados forem aparecendo, a organização se sentirá mais à vontade para destinar um percentual da receita incremental obtida para suportar e ampliar a atuação.

E, mais uma vez, não descuide do seu dado. Ele é seu patrimônio e fator preponderante do sucesso da sua operação.

É assim que os Doutores da Alegria e o CDI estão implantando e orientando o Programa de Relacionamento com a sua base de doadores, com a convicção de que estão iniciando um processo (e não um projeto) que exigirá empenho e compromisso de toda a organização. 

SOBRE OS AUTORES

Rodrigo Alvarez. Coordenador de desenvolvimento institucional do Comitê para Democratização da Informática (CDI) e diretor da Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR).
Ieda Alcântara. Responsável pela gestão da sustentabilidade dos Doutores da Alegria e consultora de marketing de relacionamento voltada para organizações sem fins lucrativos.

Empreendendo iniciativas, transformando realidades

Organização do Paraná dá exemplo de empreendedorismo social oferecendo à sociedade centro de tratamento democrático a crianças portadoras de câncer



Crianças assistidas pela APACN

Dentre as qualidades existentes nos empreendedores, sejam eles empresariais ou sociais, o pioneirismo se apresenta como um vendaval de coragem e esperança frente às situações de necessidade, dúvida e fragilidade. Os pioneiros raramente param para discutir a falibilidade de suas iniciativas, concentrando-se verdadeiramente em suas potencialidades, transformando-as em atos e gestos práticos. Esses protagonistas dos palcos diários da vida são fundamentais para fazer a roda girar. Não conhecemos ao menos um empreendedor que não concorde e não tente pôr em prática a máxima de Albert Einstein, que afirma que “por não saber da impossibilidade de se fazer, foi lá e fez”.

Causa e consequência

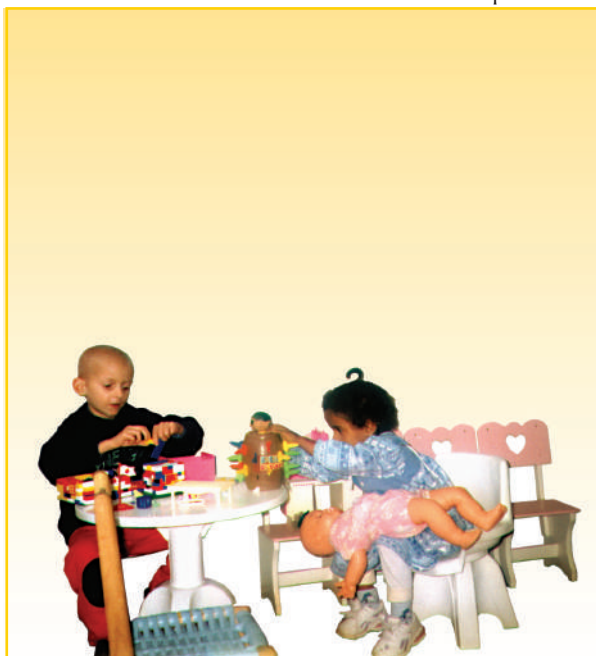
A exemplo de empreendedorismo, criatividade e caso de sucesso, cremos pertinente colocar em pauta a organização a ser apresentada: a APACN – Associação Para-

naense de Apoio à Neoplasia, fundada em outubro de 1983 e sediada em Curitiba. De acordo com declarações da própria organização, foi a primeira no Brasil a apoiar crianças carentes com câncer. Trata-se de uma entidade filantrópica, considerada de utilidade pública que tem como objetivo a humanização do tratamento do câncer infantil, dando direito ao atendimento a qualquer criança, independentemente de sua posição sócio-econômica, cultural ou religiosa. E, por incrível que pareça, muitas pessoas ainda desconhecem que a neoplasia ou câncer é

uma doença com grandes possibilidades de cura, principalmente quando precocemente diagnosticada e tratada. Além das práticas usuais de tratamento, uma etapa muito importante no processo de cura acontece no acompanhamento durante e após o tratamento clínico. É nesse período que o paciente precisa aprender a conviver com a doença e suplantando as consequências físicas e psicológicas decorrentes do tratamento. E foi nisso que a APACN se especializou.

Como consequência da iniciativa de casais com filhos de portadores de algum tipo de câncer, que perceberam que estas crianças precisavam de amparo, essa causa ganhou forte aliada. Com o passar das primaveras, as iniciativas possibilitaram o firmamento de parcerias e a ampliação da capacidade de atendimento. Exemplo foi o acordo firmado em 1988 com o Hospital de Clínicas da UFPR – Universidade Federal do Paraná –, estopim da construção do Ambulatório Menino Jesus de Praga, que hoje atende cerca de 550 pacientes por mês.

Não podemos nos furtar a reconhecer que um imenso contingente de atores sociais conduz suas iniciativas olhando para o próprio umbigo, como se ali estivesse a solução para todos os obstáculos a serem transpostos. Ledo engano. Demonstrações como a parceria supracitada, evidenciam o potencial de melhoria que existe no “mundo lá fora”. Alguns podem exclamar: “ah, se fosse tão fácil eu já teria feito...”; outros ainda bravejar: “você está falando porque o problema não é seu”. Obviamente não podemos



ignorar – seria desrespeito utópico – que as dificuldades existem, que é mais fácil falar estando de fora e que sim, existe muito Q.I. (“quem indica”) em jogo. Mas se a atitude do gestor social for de passividade solene, aí é que os obstáculos se agigantarão e as oportunidades escassearão sem cerimônia. Portanto, reforçamos a importância de pensar globalmente e agir localmente, identificando as possibilidades de alavancar os seus projetos sociais, trazendo-lhes visibilidade, energia e reconhecimento.

Outra prova que o exercício constante de cultivo de parcerias pode trazer é de que a APACN recebeu do Governo do Estado do Paraná, uma área de 12.500 m² no Tarumã. As obras começaram em 1993 e, hoje, a entidade tem capacidade para acomodar 200 pessoas, possibilitando maior conforto para que o paciente e seu acompanhante recebam a adequada assistência.

De portais abertos

Dentro do site da entidade é possível obter informações sobre o dia-a-dia da entidade.

Além de uma apresentação institucional, a página busca interação com o navegante virtual. Lá é possível saber quais são os tipos de voluntários que a instituição mais precisa (com descrição de seus afazeres) e os canais de contato. Além disso, em convincente estratégia de captação de recursos, é possível ouvir no próprio site trechos do CD de músicas infantis gravado pelas crianças atendidas, conhecer um vídeo explicativo sobre leucemia e alguns livros que visam democratizar o conhecimento acerca do tratamento do câncer infantil. Todos esses materiais estão à venda, capitalizando recursos para a APACN. Finalmente, mas não menos importante, o site é utilizado para prestar contas aos colaboradores,

apresentar a agenda de eventos e as campanhas que estão ocorrendo. Ponto para a APACN, que utiliza de forma muito produtiva esta indispensável ferramenta de comunicação que é a Internet.

A APACN ajuda as crianças a conviver com a doença e a suplantar as conseqüências físicas e psicológicas do tratamento.

Em defesa da causa

Apresentando o “arsenal” que a APACN utiliza no combate diário ao câncer infantil, começamos por sua estrutura, formada por uma Casa de Apoio e um ambulatório. Contabilizando 1.435 atendidos em sua trajetória, a Casa de Apoio suporta, simultaneamente, as necessidades básicas de 120 crianças portadoras de neoplasia. Dentre elas, destacamos: hospedagem, alimentação, transporte, medicamentos e atividades voltadas à saúde física e mental dos atendidos. Já o ambulatório atende diariamente 30 crianças, realizando procedimentos como exames laboratoriais, consultas com médicos especializados, sessões de quimioterapia e atendimento com o serviço social. Destaque também para a iniciativa da tele-medicina, que possibilita à organização o acesso às experiências, informações e instruções de médicos do exterior.

A estrutura apresentada não poderia gerar resultado sem a dedicação do grupo de colaboradores, formado por funcionários e voluntários. Eles formam um batalhão de 320 pessoas, envolvidas em pelo menos 23 atividades da entidade, para as quais recebem treinamento e orientação contínua. A correta condução desse grupo dá indispensável fôlego à associação, permitindo-a ampliar o alcance de suas iniciativas.

Outra forma que a APACN desenvolve no sentido de defender sua causa é a criação e distribuição de publicações que multipliquem informações sobre a neoplasia, facilitando o entendimento por parte da sociedade e aumentando as chances de trazer para perto novos aliados. São publicações com informações médicas para crianças, professores e pais, com o objetivo de conscientizar sobre esse problema e ajudar as crianças portadoras dessa doença a se integrarem o mais rapidamente possível ao seu ambiente.

Fortalezas e áreas de oportunidade de melhoria

Baseando-se em um conceito de melhoria contínua, extremamente pertinente também a outras entidades sociais, a APACN reconhe-

ce e trabalha para fortalecer ainda mais os seus pontos fortes, declarados como sendo a sua transparência, preocupação com a cura dos atendidos e o grupo de voluntários. E como o alcance da melhoria depende da identificação dos problemas, a organização apresenta a captação de recursos e a capacitação de funcionários como áreas a serem desenvolvidas. O exercício constante de auto-avaliação é fundamental para corrigir desvios de rota e colocar ainda mais combustível naquele motor que está tinindo. Não cansamos de dizer que “mais importante que a velocidade é a direção”. Portanto, atenção aos rumos de suas iniciativas. De nada adianta navegar à exaustão sem antes saber onde se quer chegar. E tampouco vale a pena avançar em altíssima velocidade rumo ao despenhadeiro.

E como citamos a transparência na condução de suas iniciativas, vale ressaltar que a APACN divulga freqüentemente o seu balanço social em jornal de reconhecida circulação, dando segurança aos seus apoiadores.

E nesta levada, a APACN vai mantendo a estrutura atual e buscando ampliar a sua positiva interferência na sociedade, capacitando-se continuamente para melhor atender, prestando notável contribuição em um momento de fragilidade das crianças portadoras de câncer e seus familiares. ☺

Voluntariado

Funções disponíveis: almoxarifado, ambulatório, bazar de usados, coordenação de voluntários, costura, divulgação, escolinha, eventos, hospital de clínicas, imprensa, informática, loja, manutenção, odontologia, oficina de ofícios, psicologia, recepção, recreação e transporte, entre outros.

Informações no site da organização, no link “Voluntários”.

Informações

APACN – Associação Paranaense de Apoio à Neoplasia

Rua Oscar Schrappe Senior, 250
Tarumã, Curitiba - PR CEP 82810-690

Tel. (41) 267-7475

www.apacn.org.br

apacn@apacn.org.br

APOIO NESTE ARTIGO



ASSISTENCIAL

Por

FELIPE MELLO E ROBERTO RAVAGNANI

Flores do Primavera

Grupo Primavera tira do papel o importante conceito da sustentabilidade, criando oportunidades para jovens de baixa renda resgatarem sua cidadania

Para contextualizarmos a atual apresentação, pegamos carona no túnel do tempo para contar que a entidade em questão desabrochou as suas primeiras pétalas lá pelos idos de 1981, a partir da decisão de três voluntárias, mães e donas de casa, que atenderam a um chamado direto de seis adolescentes moradoras do Jardim São Marcos, na periferia de Campinas/SP,

que pediam a oportunidade de aproveitarem de forma útil o seu tempo livre.

Estava claro que aquelas adolescentes buscavam o referido cosmético em suas vidas, provavelmente de modo instintivo, como um gesto de resistência à palidez de um ambiente que mais parecia um rosto sem motivos para sorrir, sem motivos para embelezar aquelas jovens mulheres com a alegria nas coisas da vida. Felizmente o chamado foi respondido e, a partir de então, dia após dia, uma nova semente era incorporada ao terreno, indicando que ali se formava um rico jardim que, de flor em flor, deu origem ao Grupo Primavera, organização juridicamente estruturada em 1992, momento no qual as atividades já aconteciam durante cinco dias por semana, em dois períodos. O nome foi escolhido pelas próprias jovens e tem um simbolismo muito forte: trata-se de uma analogia à fase de suas vidas, em pleno florescimento.

Pilares básicos

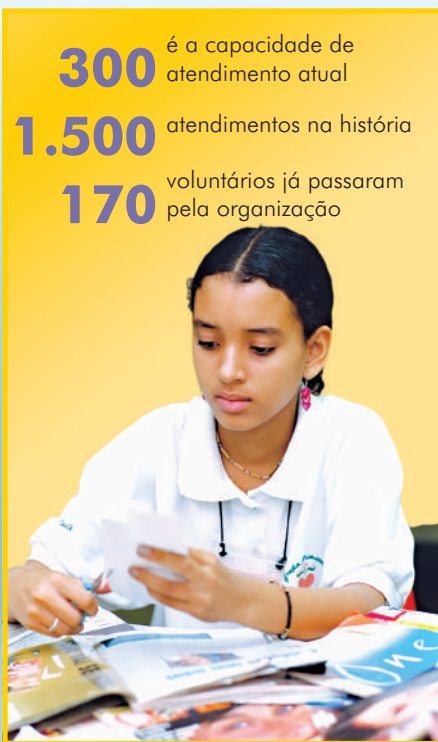
A evolução das atividades e as necessidades recorrentes fizeram com que o Grupo Primavera não desviasse o seu alicerce de quatro pilares básicos: focar o atendimento às adolescentes do sexo feminino, ter a sua localização no próprio bairro das usuárias, desenvolver e cultivar o caráter voluntário e buscar incessantemente a sustentabilidade própria. Essas definições tor-

naram sólida a base do trabalho, permitindo alcançar resultados expressivos, tais como o atual atendimento às 300 jovens garotas que frequentam as suas atividades.

Os trabalhos têm como objetivos principais o resgate dos valores de cidadania, a auto-estima, o despertar dos agentes internos potencializadores de mudanças e a colaboração para a inserção social de cidadãs, fomentando conhecimentos específicos e treinamento de atitudes básicas para o trabalho e a continuidade dos estudos. O Grupo Primavera, ao desenvolver um programa sócio-educativo fundamentado em valores, demonstra uma forte preocupação com a qualidade do atendimento, sendo que a passagem das jovens tem duração de até quatro anos e atendimento personalizado. Até hoje, mais de 1.500 adolescentes passaram pela entidade, e constituem um grupo de verdadeiras mulheres cidadãs, atuando em profissões diversificadas como enfermeiras, professoras, esteticistas, costureiras, artesãs, cozinheiras, e até engenheiras, sociólogas e pedagogas.

Fabricando futuros e bonecas

É difícil imaginar que uma singela boneca de pano trazida da Filadélfia em 1996 iria afetar tão diretamente a vida das garotas que faziam parte das atividades da organização, e proporcionaria um impulso tão significativo no processo de captação de recursos do Grupo Primavera.



FOTOS: DIVULGAÇÃO



Morton Sand, um empresário americano, em visita ao Grupo Primavera, constatou tanto o potencial da instituição quanto a necessidade de se buscar fontes de sustentabilidade para a obra. Sand intermediou, então, a aproximação entre o Grupo Primavera e a empresa Little Souls, cuja proprietária, Gretchen Wilson, possuía um trabalho de cooperação com o serviço social de países em desenvolvimento. Em 1997, uma jovem formada no Grupo Primavera foi aos Estados Unidos para receber treinamento e adquirir o know-how da confecção das bonecas, cedido pela empresa Little Souls. A fabricação começou de forma tímida: 200 unidades em 1997, passando a 340 em 1998, 450 em 1999 e a expectativa de produzir 800 bonecas no ano seguinte. Surpreendentemente a produção e a venda de bonecas extrapolou todas as previsões em 2000, chegando ao total de 3.500 unidades, número esse crescido para 3.600 em 2001. Tornando-se o símbolo "mascote" do Grupo Primavera, as bonecas são comercializadas em shopping centers, lojas de artigos infantis, feiras diversas e eventos. As bonecas de pano do Grupo Primavera conseguem mobilizar a vida de muitas adolescentes, ajudando a captar recursos para sustentar a entidade, além de trazer contribuição efetiva ao orçamento de muitas famílias da comunidade.

Interação de funcionários e voluntários

Da fundação, em 1981, até a estruturação jurídica, em 1992, os trabalhos foram todos liderados e executados por um corpo de voluntários dedicado e motivado. E vale ressaltar que a união e coesão do grupo de voluntários estão diretamente relacionadas à atitude da liderança, que inspira aqueles que navegam no mesmo barco. As crescentes exigências dos programas, que já atendiam centenas de usuárias, fizeram com que a organização passasse a contratar funcionários e prestadores de serviços especializados, porém, cultivando em todos o espírito de serviço e doação das voluntárias. Outro ponto importante a se destacar: quando existem grupos de funcionários desenvolvendo atividades em conjunto com voluntários, é ainda mais premente a manutenção do sentimento de equipe, de participação coletiva, fazendo emanar a certeza de que todos, sem exceção, possuem parcela de responsabilidade na superação dos obstáculos e no alcance dos resultados.

Nestes 23 anos de atividades passaram pelo Grupo Primavera aproximadamente 170



Bonecas confeccionadas na entidade ajudam na composição dos recursos

voluntários. Alguns deles estão na instituição desde sua fundação e muitos, mesmo residindo no exterior, continuam ligados à instituição, ajudando-a de alguma forma e dando apoio aos programas. Atualmente, a instituição conta com uma equipe de 32 voluntários e 26 funcionários, dos quais 15 são jovens formadas na entidade, hoje contratadas como artesãs, promotoras de vendas ou monitoras. Essas profissionais, em função da importância de seus papéis, são convidadas a participar frequentemente de cursos e seminários do Terceiro Setor, internos e externos, treinamentos em informática, workshops de comunicação, cursos específicos como gestão e outros, além de reuniões e vivências motivacionais semestrais. Ponto para a administração da entidade que, além de dar oportunidade de desenvolvimento das próprias atendidas, investe na sua capacitação contínua.

É difícil imaginar que uma singela boneca iria afetar tanto a vida das garotas da organização

Superando os desafios através da auto-sustentação

Buscando segurança para o desenvolvimento de suas ações, é muito prudente que a entidade diversifique as suas fontes de recurso, a fim de que não seja surpreendida por uma interrupção de um apoiador. Dentro do Grupo Primavera, os recursos têm várias origens, sendo as principais as contribuições do governo municipal, de empresas privadas, de agências internacionais e o mais importante e digno de aplausos, da venda de artesanato produzido na própria entidade.

Anualmente mais de 51% da receita da entidade provém de fontes próprias. O que significa isso? As oficinas de produção de bo-

necas são responsáveis pela maior parte dos recursos que mantêm a organização, aliando o desenvolvimento dos atendidos ao processo de melhoria da entidade. Cria-se, assim, forte corrente de comprometimento, fazendo com que a equipe seja verdadeiramente dona de seu destino, estimulando senso oportuno de propriedade.

Pertinente lembrar também que as verbas públicas destinadas à organização são cada vez menores, além de que o fato do Grupo Primavera ter recebido alguns prêmios pelo seu desempenho chega até a passar a errônea impressão de que não há necessidade constante e crescente de novos recursos.

E para deixar muito claro e transparente tudo aquilo que o seu trabalho produz, ganhando credibilidade no momento de angariar recursos, a entidade dá outro exemplo ao ter o seu balanço auditado pela FEAC e Price Waterhouse Coopers, publicando-o anualmente em jornal de grande circulação da cidade de Campinas.

Qualidade do sorriso

A organização considera como pontos fortes sua organização, transparência e qualidade, além de outros como a quebra de paradigmas – inovando para atingir os objetivos sócio-educativos propostos. Desses pontos, elege como o mais forte a qualidade, perseguida desde os pequenos detalhes de uma peça bordada até os programas mais abrangentes de transformação comunitária. Todas as propostas da instituição passam por rigorosa análise, planejamento, acompanhamento e avaliação. Afinal de contas, essas medidas são indispensáveis para assegurar que a missão do Grupo seja alcançada em sua plenitude, primavera após primavera. ☺

VOLUNTARIADO

Áreas: arte e cultura, comunicação e expressão, trabalhos manuais (bordado), preparação para o trabalho entre outros.

Informações

Grupo Primavera
Rua Dr. Luiz Aristeu Nucci, 30 – Jd. S. Marcos
Campinas/SP – CEP 13082-220
Tel./fax: (19) 3246-0021 ou 3246-0832
www.gprimavera.org.br
gprimavera@gprimavera.org.br

APOIO NESTE ARTIGO



O elemento ÁGUA

Instituto 5 Elementos mostra a importância da sensibilização e da educação em prol da sociedade e do meio ambiente

parece óbvio afirmar que a água é fundamental para o planeta. Tampouco precisamos destacar que nela surgiram as primeiras formas de vida e, a partir daí, as formas terrestres, que só conseguiram sobreviver pelo desenvolvimento de mecanismos fisiológicos capazes de retirar água do meio e retê-la em seus próprios organismos. A evolução dos seres vivos sempre foi dependente da água e, portanto, devemos tratar esse elemento com atenção prioritária.

A razão de abordarmos esse tema está diretamente ligada à necessidade de mantê-

lo em pauta, pelo menos até o momento em que a sua obviedade e notoriedade forem revertidas em ações práticas incorporadas ao dia-a-dia dos usuários e dependentes do precioso H₂O.

Datas comemorativas?

O elemento água merece especial destaque uma vez que comemoramos no final do mês de março o Dia Mundial da Água e, ainda, durante o ano de 2003, o Ano Internacional da Água Potável. Sem dúvida, são duas importantes datas comemorativas. Mas existem motivos para comemorar?

A Declaração Universal dos Direitos da Água apresenta, em seu artigo terceiro, a seguinte informação: "os recursos naturais de transformação da água em água potável são lentos, frágeis e muito limitados. Assim sendo, a água deve ser manipulada com racionalidade, precaução e parcimônia". Trazendo o foco da observação para o nosso país, encontramos alguns dados que contradizem a correção da afirmação acima, dando-nos uma pequena amostra do tipo de tratamento que nós, brasileiros, estamos dispensando ao elemento água e suas consequências: o último censo do IBGE revela que cerca de 1/4 das residências do país não contam com serviço de água potável e quase metade não tem serviço de esgoto. A ausência desse saneamento básico é a causa de 80% das doenças e de 65% das internações hospitalares no Brasil, cujos gastos anuais com doentes são da ordem de US\$ 2,5 bilhões, de acordo com a OMS. Mais uma constatação: segundo o Sistema Único de Saúde, a cada R\$ 1 investido em saneamento, as cidades economizam R\$ 5 em medicina curativa da rede de hospitais e ambulatorios públicos. Quer mais um motivo para cuidar bem do elemento água, levando-se em consideração somente a questão do saneamento? A pobreza, combinada com baixos índices de saneamento básico, é responsável pela morte de uma criança a cada dez segundos. Outro fato agravante reside no fato de existir falsa

idéia de que os recursos hídricos são infinitos. Realmente, há muita água no planeta, mas menos de 3% da água do mundo é doce, dos quais mais de 99% apresenta-se congelada nas regiões polares ou em rios e lagos subterrâneos, o que dificulta sua utilização. Portanto, o momento de agir é agora. Não podemos, literalmente, deixar a água escorrer ralo abaixo sem a devida atenção.

Enfrentando a maré

Entendendo o sentido de urgência no tratamento das questões ecológicas, com destaque para os recursos hídricos, a organização a ser apresentada desenvolve metodologias de estímulo a novos hábitos e comportamentos, incentivando a participação cidadã na preservação do meio ambiente, por meio de campanhas educativas, cursos e oficinas, seminários, trilhas monitoradas em parques urbanos e produção de materiais de apoio. Trata-se do Instituto 5 Elementos, entidade civil sem fins lucrativos que está completando dez anos de existência. Tem como missão oferecer à sociedade programas que priorizam as áreas de educação, saúde e meio ambiente. É princípio e valor do 5 Elementos gerar e difundir formas de conhecimento que contribuam para o desenvolvimento da educação ambiental, através de projetos e materiais didáticos, resultado das pesquisas que embasam os projetos e visam instrumentalizar e possibilitar o aprofundamento dos temas ambientais.

Pensamento estratégico

Assim como empresas, as iniciativas sociais devem levar em consideração o planejamento estratégico. A verdade é que o planejar deve ser parte constante do cérebro da organização, transformando suas decisões em ações coordenadas e sinérgicas. Afinal de contas, os representantes do Terceiro Setor não possuem munição a ser desperdiçada. Insistimos que o intenso e profundo entendimento dos caminhos a seguir aumenta as chances dos tiros serem certos. O Instituto 5 Elementos apre-

5 voluntários em 5 anos

51 escolas concorreram

alunos participaram do concurso em 2002

Os monitores Renata Sanches, Renata Idalgo, Johnny Martins, Patrícia Otero e Mônica Borba



"A água faz parte do patrimônio do planeta.

Cada continente, cada região, cada cidade, cada cidadão é plenamente responsável aos olhos de todos."

Declaração dos Direitos da Água



Oficina realizada com crianças pelo Instituto 5 Elementos em Jacareí

senta uma definição interessante para o item em questão: "Primeiro, tenha um sonho. Em seguida, faça-o acontecer. A isto chamamos de planejamento estratégico". Movido por esta crença, o instituto dá um belo exemplo e apresenta claramente suas linhas de atuação para o intervalo de três anos.

Mais importante do que expor o resultado deste planejamento, vale a dica para os gestores sociais: reflitam intensamente sobre o cenário atual de suas atividades; então, tracem cenários futuros, de curto, médio e longo prazo, imaginando condições otimistas, realistas e pessimistas; o passo seguinte consiste em considerar os esforços e investimentos materiais e humanos necessários para alcançar cada um dos cenários, levando em conta as questões externas, porém pertinentes, para as suas iniciativas; e, durante a jornada, estejam sempre atentos aos possíveis ajustes que possam se fazer necessários.

Atividade voluntária

O voluntariado faz parte da cartilha do Instituto 5 Elementos, uma vez que a organização reconhece nele apoio que enriquece e qualifica suas atuações, sendo um exercício de cidadania participativa e consciente. O trabalho acontece por projetos, ou seja, cada projeto tem sua necessidade e perfil de voluntário.

Dados da organização indicam que cerca de 20 voluntários colaboraram diretamente em um período de cinco anos, em diferentes áreas, como biologia, informática, direito, pedagogia, fotografia e outras atividades.

Captação de recursos

Uma vez que a organização elabora projetos de educação ambiental para públicos diferentes, existe uma busca constante por

parceiros que auxiliem na viabilização das ações. Mais uma vez fica nítida a importância da parceria, do olhar para fora da entidade, identificando potenciais aliados. Outro passo no processo do instituto é o desenvolvimento de pesquisas que levistem instituições ou empresas com o perfil adequado para patrocinarem determinados projetos, fazendo com que exista afinidade entre o apoiador e a causa em questão. Dessa forma, o comprometimento e o senso de participação aumentam muito e fica evidente o real valor da iniciativa, motivando o apoiador a potencializar as suas contribuições financeiras, materiais e humanas.

Concurso em defesa da água

O concurso "Sede de Viver - Água Tratada, Vontade Saciada" é mais uma contribuição que o instituto vem dando. Essa iniciativa visa estimular e reconhecer o empenho das escolas do ensino fundamental do estado de São Paulo que desenvolvem, junto aos alunos, trabalhos de conscientização sobre a importância da água. Além de incentivar as escolas na busca de informações a respeito de poluição e desperdício da água, promove o interesse e a mobilização pela questão da qualidade da água. As escolas vencedoras ganharam um sistema completo de filtração de água de acordo com as suas necessidades.

Certos de que a educação contínua é o caminho, trazemos mais uma parte da Declaração Universal dos Direitos da Água, agora o seu artigo primeiro: "a água faz parte do patrimônio do planeta. Cada continente, cada povo, cada nação, cada região, cada cidade, cada cidadão é plenamente responsável aos olhos de todos."

E você, vai lavar as mãos? 

Concurso Sede de Viver - Água Tratada, Vontade Saciada

Público-alvo: escolas públicas e particulares de ensino fundamental do Estado de São Paulo que desenvolveram em 2002 ou desenvolvam em 2003 projetos sobre o tema "água" de forma multidisciplinar.

Objetivos: motivar as escolas a realizar trabalhos sobre a preservação da água.

Inscrições: até 18/06/03 com Mônica Renard e Ana Amélia.

Informações

(11) 3871-1944

sededevider@5elementos.org.br

VOLUNTARIADO

Áreas: biologia, informática, direito, pedagogia, fotografia e outras atividades administrativas.

Informações

Centro do Voluntariado

(11) 3266-5477

www.voluntariado.org.br

Informações

Instituto 5 Elementos

R. Caio Graco 379 - Lapa - São Paulo/SP
CEP 05044-000- Brasil

(11) 3871-1944

www.5elementos.org.br

APOIO



Por
MARCELO CAVALCANTI

Dia Global do Voluntariado Jovem

Uma vez por ano, milhões de jovens voluntários de todo o mundo se mobilizam simultaneamente para fortalecer ações sociais

“O Dia Global do Voluntariado Jovem celebra os esforços dos mais jovens voluntários, que não são apenas os líderes do amanhã, mas podem desempenhar um papel de liderança no desenvolvimento de suas comunidades”

Kofi Annan
Secretário Geral da ONU

“Eu me emociono quando vejo os jovens do nosso Brasil se organizarem com vontade de transformar as ruas, as praças, as comunidades, as pessoas, as cidades, enfim, toda a nossa sociedade. Isso é o que verdadeiramente move e transforma o futuro de uma nação. Se doar voluntariamente é receber a alegria de perceber a importância de fazer parte da mudança. Parabéns a todos os jovens voluntários do nosso Brasil que se entregam com paixão, alegria e determinação de melhorar nossa sociedade. Congratulo-me com todas as instituições da iniciativa privada socialmente responsável e da sociedade civil organizada, que se articulam para fazer dessa comemoração um sucesso. Seu trabalho inspirador fortalece o nosso povo e mostra o caminho de um futuro brilhante para todos”.

Trecho da carta escrita pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva em função do Dia Global do Voluntariado Jovem.

Com essa mensagem enviada pelo presidente Luís Inácio Lula da Silva a todos os jovens voluntários que participaram do evento em 2003, os jovens brasileiros se sentem motivados e recompensados pelo reconhecimento que ela traz.

Realizado, neste ano, entre os dias 11 e 13 de abril, o Dia Global do Voluntariado Jovem é um evento anual que celebra, reconhece e mobiliza todas as contribuições dos jovens para construir suas comunidades (pública, privada e setores filantrópicos) através de atividades

de serviço, que têm como visão:

- **Mobilizar** jovens e adultos a identificar e a direcionar as necessidades de suas comunidades através do serviço;
- **Recrutar** nova geração de voluntários;
- **Educar** o público sobre o papel dos jovens como líderes comunitários ressaltando as contribuições que eles fazem para suas comunidades durante o ano.

No Brasil, a data foi coordenada pelas agências nacionais Natal Voluntários e Sife Brasil, com a parceria e apoio da Rede Global de Ação Juvenil - Global Youth Action Network (GYAN) para a América Latina, sediada em São Paulo, e do comitê Nacional de Organização, formado pela União Brasileira dos Escoteiros, Grupo Interagir, Portal do Voluntário, Federação de Bandeirantes do Brasil, Rede Jovem, Rotaract e pelo Centro de Ações da Juventude.

Milhares de jovens brasileiros participaram da realização com diversas ações, como a organização da biblioteca de Curitiba; oficinas, debates, palestras e mesas-redonda com temas ligados à juventude, na Bahia; palestras e gincanas educativas envolvendo a ecologia e o meio-ambiente; ações comunitárias em praça pública com apresentações artísticas com o tema sexualidade, prevenção de DST's, no Ceará; e muitas outras em todo o País.

Segundo Mônica Mac Dowell, presidente da Natal Voluntários, grande número de atividades realizadas neste ano terão

Médica voluntária tira pressão de idoso



FOTOS: DIVULGAÇÃO



Jovens voluntários tiram pressão em parque

continuidade após o evento. Alguns, por exemplo, serão implementados como programas pelas escolas e organizações participantes, sendo um deles encaminhado ao Governo Federal que prevê certificação para os alunos voluntários e a implementação de um Dia Nacional do Voluntariado Jovem.

Mais do que a realização de ações feitas por jovens voluntários, o programa tem, segundo a visão da GYAN, a capacidade de transformar o mundo. A idéia é reforçada por Jonah Wittkamper, diretor do Escritório Regional da GYAN, que diz que "o Dia Global

do Voluntariado Jovem é o primeiro passo. Ele ajuda a chegar em um segundo estágio: a formação de redes de colaboração entre jovens, que deve levar a um terceiro nível: a participação efetiva da juventude na tomada de decisões, nos âmbitos local e global".

SOBRE O AUTOR

Marcelo Cavalcanti. Diretor de projetos para a América Latina da GYAN e coordenador de programa de empregabilidade jovem para países do terceiro mundo da Artemisia Foundation.



Voluntário ensina noções de higiene bucal



Saiba mais

O Dia Global do Voluntariado Jovem surgiu em 2000, a partir da parceria entre a Global Youth Action Network (GYAN) - Rede Global de Ação Juvenil - e o Youth Service America (YSA) - Serviço Juvenil da América. Após organizar, por 11 anos, o dia nacional de serviço voluntário juvenil dos Estados Unidos, o YSA resolveu contar com a articulação da GYAN para expandir o projeto em nível global. O movimento cresceu meteoricamente: de 27 países participantes, em 2000, para 151, em 2002.

Para celebrar o Dia Global do Voluntariado Jovem, jovens do mundo planejam projetos sociais em suas comunidades e eventos especiais. No ano passado, foram mais de 4,5 milhões de participantes que tomaram parte em projetos de serviço, fóruns juvenis e celebrações. São realizadas desde mesas-redonda no Afeganistão, distribuição de suprimentos médicos e escolares no Peru, até campanha pública de conscientização na luta contra a AIDS no Togo.

Informações

- Dia Global do Voluntariado Jovem
www.gysd.net (em inglês)
- Global Youth Action Network
www.takingitglobal.org (em inglês)
- Natal Voluntários
www.natalvoluntarios.org.br
- Instituto SIFE do Brasil
www.diaglobalbrasil.org.br

Capte recursos com a Revista Filantropia

Com a proposta de oferecer mais uma alternativa de captação de recursos a entidades do Terceiro Setor, a Revista Filantropia está propondo uma parceria inédita.

A publicação, que já ultrapassa a marca das 3 mil assinaturas e está presente nos mais importantes eventos do Terceiro Setor, está disponibilizando exemplares para que sejam revendidos pelas entidades. Para tanto, a Revista Filantropia fornecerá 40% de desconto sobre a venda das revistas, o que possibilita à entidade arrecadar recursos na revenda das mesmas.

Informações

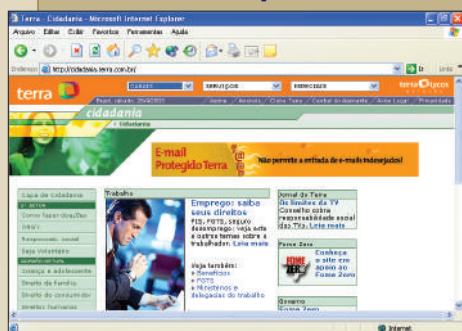
(11) 6978-6686

filantropia@revistafilantropia.com.br



Sites

Terra lança site de informações para o cidadão



Terra Cidadania é o novo site lançado pelo portal Terra, um guia online com informações práticas sobre como fazer valer os seus direitos até orientações para quem deseja doar alguma coisa ou se dedicar a trabalho voluntário. Organizado em três

seções, traz endereços, telefones e links para sites e e-mails das principais entidades. Na seção sobre o Terceiro Setor, há sugestões de locais que recebem doações, uma lista de organizações não-governamentais por setor de interesse, e de entidades que aceitam trabalho voluntário. O portal ainda tem links para as principais leis brasileiras, além de oferecer muitos outros serviços.

Informações

www.cidadania.terra.com.br

Portal Cidadania é mais uma fonte de informações do Terceiro Setor



Lançado em março, o portal Cidadania é uma iniciativa da Rede de Informações do Terceiro Setor (www.rits.org.br) patrocinado pela Petrobrás e pretende reunir informações sobre as atividades das organizações de Terceiro Setor no Brasil e no mundo, além de promover uma reflexão constante sobre a questão da cidadania.

Informações

www.cidadania.org.br

Livros

Instituto Paulo Montenegro lança manual e novo site para orientar professores da rede pública



Nascido de uma parceria entre o IBOPE e a ONG Ação Educativa, o projeto Nossa Escola Pesquisa Sua Opinião, que está em seu terceiro ano de funcionamento, inspirou a criação do manual lançado pelo Instituto Paulo Montenegro (entidade sem fins lucrativos vinculada ao IBOPE) em conjunto com a Ação Educativa e a Unesco. A edição é destinada a capacitar professores da rede pública para a utilização pedagógica

da pesquisa, estimulando o aluno a tornar-se autor de seu próprio aprendizado. O livro é da Global Editora, tem 186 páginas e custa R\$ 39. Outra novidade é o site do Instituto que recebeu novo layout e mais seções, entre elas um clipping diário de notícias sobre educação, que busca servir de ferramenta para educadores e profissionais da área.

Informações

www.ipm.org.br

Guia GIFE sobre Investimento Social Privado em Educação

Lançado pelo GIFE - Grupo de Institutos, Fundações e Empresas, o livro é voltado para empresas que pretendem investir em projetos sociais na área educacional. O objetivo é orientar as empresas a elaborar projetos que permitam a transformação da realidade das comunidades a que se destinam. "Ao investirem em educação, as empresas devem se preocupar em avaliar a relevância e a eficácia do projeto social", diz Lucia Dellagnelo, doutora em educação pela Universidade Harvard e membro do Conselho Editorial do Guia.



Informações

www.gife.org.br

ACJ lança concurso para ONGs

A Associação Caminhando Juntos, abre inscrições para o Concurso ACJ para o Fortalecimento da Capacitação Profissional Não-Formal de Jovens. O objetivo é selecionar organizações voltadas para a capacitação profissional não-formal de jovens que tenham propostas relevantes e inovadoras na área. Serão escolhidas seis organizações que receberão apoio técnico e financeiro no valor de até R\$ 40 mil conforme as necessidades do projeto. Nessa primeira edição serão aceitas propostas de entidades da Grande São Paulo e das regiões de Jundiaí, Campinas e Vale do Paraíba enviadas pelo correio, postadas até 20 de maio deste ano. Para participar é preciso preencher o formulário disponível no site e enviar a proposta em duas vias por carta.

Informações

www.caminhandojuntos.org.br

Avenida Roque Petroni Jr., nº 999, 9º andar - CEP 04707-000 - São Paulo/SP



Clowns da Casa do Zezinho desejam mostrar sua arte

Um grupo de clowns formado nas oficinas de teatro da Casa do Zezinho começa a dar os primeiros passos na área de entretenimento e animação para além dos muros da periferia. Atualmente são cerca de 13 adolescentes de 14 a 17 anos, que estão sendo requisitados para levar alegria e descontração a hospitais, escolas, ambientes de festas e eventos em geral ou ainda para se apresentar em salas de teatro, com espetáculos montados. "Es-

tamos colhendo os frutos de mais de dez anos de trabalho na linha da arte-educação que desenvolvemos na Casa do Zezinho. O clown, com seus movimentos desajeitados e muito bom humor e criatividade, é um personagem repleto de alegria e agrega consigo valores humanos de bondade, solidariedade e ternura", diz Dagmar Garroux, presidente da Casa do Zezinho.

Informações

(11) 5819-4481

info@casadozezinho.org.br

Associação Promocional Oração e Trabalho abre local para eventos



A APOT - Instituição Padre Haroldo, que trabalha na recuperação de dependentes químicos, está abrindo o Centro de Treinamento Inácio de Loyola, um local voltado para convenções, cursos e

encontros, em Campinas. Composto de apartamentos para hospedar os visitantes e refeitório com cozinha industrial, conta com auditório com moderno sistema de áudio e vídeo aparelhado com telão automático, TV 20", vídeo cassete, microfones e sala de comando audiovisual.

Informações

(19) 3794-2500 ou 3254-4088

adm@apot.org.br ou towncountry@uol.com.br

Prêmios

Itaú-Unicef 2003 - Educação & Participação

Em sua 5ª edição, o prêmio Itaú-Unicef busca reconhecer e incentivar ONGs que contribuem para a educação integral de crianças e adolescentes brasileiros. O prêmio é uma das ações do projeto Educação e Participação, desenvolvido pelo CENPEC - Centro de Estudos e Pesquisas em Educação, Cultura e Ação Comunitária.

Informações

www.unicef.org/brazil
www.cenpec.org.br

Prêmio Ethos de Jornalismo

Voltado para profissionais de comunicação que tenham publicado e/ou veiculado trabalhos no período de 01/09/2002 a 10/06/2003, o Prêmio Ethos de Jornalismo - Empresas e Responsabilidade Social, está com inscrições abertas até dia 20 de junho para sua 3ª edição.

www.ethos.org.br

Prêmio Amanco por um Mundo Melhor

Lançado recentemente pela Amanco Brasil, o prêmio busca reconhecer revendas e construtoras brasileiras que investem em projetos e ações de responsabilidade social e que tragam resultados efetivos às comunidades em que atuam. As inscrições poderão ser feitas até 12 de setembro.

Informações

(11) 5531-1755

premioamanco@inkcom.com.br

VII Prêmio Bem Eficiente

Criado em 1997 pelo consultor Stephen Kanitz, o Prêmio Bem Eficiente 2003 indicará as 50 entidades filantrópicas mais bem administradas do País. Neste ano, concorreram 429 entidades, submetidas a 42 critérios diferentes de avaliação. Segundo Kanitz, os resultados provam que há entidades prestadoras de serviços de excelência à comunidade carente, dignas de credibilidade, que podem ser excelentes alternativas para empresas dispostas a investir no Terceiro Setor. A lista das 50 entidades vencedoras estará disponível no site www.melhores.com.br a partir do dia 13 de maio.

Prêmio ECO 2003

Já estão abertas as inscrições para a 21ª edição do Prêmio ECO (Empresa-Comunidade), que vão até 30 de maio. O prêmio, da Amcham-SP (Câmara Americana de Comércio de São Paulo) aceita projetos realizados ou apoiados por empresas privadas de qualquer porte, associações e fundações de empresas de todo o País. São cinco categorias concorrentes: Cultura, Educação, Saúde, Meio Ambiente e Participação Comunitária.

Informações

(11) 5180-3878

www.amcham.com.br/premioeco

VIII Prêmio Banco Real/Universidade Solidária

Universidades que tenham projetos de desenvolvimento sustentável com ênfase em geração de renda podem se inscrever, até 23 de maio, para o Prêmio Banco Real/Universidade Solidária. Serão premiados dez projetos no valor de R\$ 20 mil cada, de caráter educativo, que atendam a demandas reais e que permitam o fortalecimento da comunidade por meio de ações que visem um desenvolvimento local sustentável.

www.unisol.org.br

AGENDA/2003

- 10, 17, 24 e 31/05** Capacitação em Captação de Recursos para Projetos Sociais
Realização: CAPS
Local: Rua México, 90, sala 1001, RJ
Tels. (21) 3683-7409 e 2555-3767
- 10, 17, 24, 31/05 e 7/06** Informática Educacional:
A informática no desenvolvimento global da criança com deficiência
Realização: APAE de São Paulo
Local: APAE/SP – Rua Loefgreen, 2.109, SP
instituto@apaesp.org.br
www.apaesp.org.br
Tels. (11) 5080-7007 e 5080-7061
- 10, 17 e 24/05** Ferramentas para Gestão de Projetos
Local: Rua São José, 40, 4º andar, RJ
www.labore.org.br
atendimento@labore.org.br
Tel. (21) 2429-7506
- 13 e 20/05** Desenvolvimento da Criatividade
Realização: Ferman Consultoria
Local: Núcleo Rotary de Aprendizagem Profissional
- 17 e 24/05** Captação de Recursos
Realização: Senac/SP
www.sp.senac.br/terceirosetor
Tel. (11) 6647-5151
- 19/05 a 4/06** Expressão Verbal e Escrita
Realização: Comunicando com Você
Local: Rua Bela Cintra, 746, conj. 121, SP
www.comunicandocomvoce.com.br
Tel. (11) 6221-3996
- 19 a 23/05** Responsabilidade Social em Ambientes Corporativos: Valores, Estratégias e Programas de Voluntariado
Por Tanya Linda Rothgiesser
Local: CRA
- 20 e 21/05** Fórum de Responsabilidade Social
Local: Universidade Federal do Espírito Santo
Tel. (27) 3345-4050
www.emarketgroup.com.br/frse
- 20 e 21/05** Adaptações Curriculares: características, relevância e aplicabilidade educacional diante das necessidades educacionais especiais
Realização: APAE de São Paulo
Local: APAE de São Paulo
- 22/05** Palestra: A morte no seu devido lugar
Realização: Associação Viva e Deixe Viver
Local: Hospital Sírio Libanês - Rua Adma Jafet, nº 91, 2º andar - Auditório "A", SP
voluntario@vivaedeixeiviver.org.br
Tel. (11) 3865-2613
- 26/05** Palestra gratuita Voluntariado: Gestão e Profissionalização
Realização: APAE de São Paulo
Local: APAE de São Paulo
- 06/2003** Congresso "Direito do Terceiro Setor"
Realização: Econômica
Tel. (11) 3161-5286
consultoria@economica.com.br
- 2 a 4/06** Marketing Aplicado a Causa Social
Realização: Centro de Tecnologia e Gestão do Terceiro Setor – Senac/SP
www.sp.senac.br/terceirosetor
Tel. (11) 6647-5151
- 2 a 6/06** Organização e Gestão de Equipes Voluntárias em Empresas e ONGs
Por Tanya Linda Rothgiesser
Local: CRA
- 7/06** Planejamento Estratégico Pessoal e Gerenciamento de Tempo
Realização: Ferman Consultoria
Local: Centro Nosso Lar de Educação Profissional
- 09/06 a 14/07** Responsabilidade Social e Gestão Integrada da Qualidade, Segurança, Meio Ambiente e Saúde
Realização: Instituto Ecológico Aqualung
Local: Rua do Russel, 300 / 401, Glória, RJ
Tels. (21) 2558-3428 e 2558-3429
instaqua@vol.com.br
- 10/06** Palestra aberta "A mídia e a criança"
Realização: Associação Viva e Deixe Viver
Local: Instituto da Criança - Rua Dr. Enéas de Carvalho Aguiar, 647, SP
voluntario@vivaedeixeiviver.org.br
Tel. (11) 3865-2613
- 10 a 13/06** Conferência Nacional 2003: Empresas e Responsabilidade Social
Realização: Instituto Ethos
Local: Novotel Center Norte - Avenida Zaki Narchi, 500, SP
www.ethos.org.br
Tel. (11) 4193-1018
- 12 e 13/06** Iniciação na Administração, Contabilidade e Direito para Obras Sociais
Realização: Grupo Sérgio Monello e CRB
Local: Faculdade Santa Marcelina
- 16/06** Mesa redonda Parcerias Intersectoriais: Compartilhando Interesses pela Inclusão Social da Pessoa com Deficiência
Realização: APAE de São Paulo
Local: APAE de São Paulo
- 17 e 24/06** Desenvolvimento Institucional de Organizações Sociais
Realização: Ferman Consultoria
Local: Núcleo Rotary de Aprendizagem Profissional
- 25 a 27/06** Marco Legal do Terceiro Setor, Ética e Cidadania, Responsabilidade Social, Captação de Recursos
Realização: Centro de Apoio ao Terceiro Setor do Ministério Público MG e Grupo de Discussão do Terceiro Setor MG
Local: Belo Horizonte-MG
scuo@terra.com.br
- 25 a 27/06** Jogos Cooperativos
Consultor: Marta Regina Medeiros
Realização: Centro de Tecnologia e Gestão do Terceiro Setor – Senac/SP
www.sp.senac.br/terceirosetor
Tel. (11) 6647-5151
- 24 e 25/07** VIII Congresso Estadual das Santas Casas e Hospitais Filantrópicos do RS
Realização: Federação das Santas Casas e Hospitais Filantrópicos do RS
Local: Centro de Eventos-Hotel Continental, Porto Alegre-RS
abevents@abevents.com.br
Tel. (51) 3212-7426
- 24 a 26/07** Filantropia e Gestão
Realização: Tiellet, Schmitt & Associados
Local: APOT, Campinas – SP
Tel. (51) 3325-1129
tsa@tsa.com.br - www.tsa.com.br
- 09/2003** A Contabilidade do Terceiro Setor
Realização: Econômica Desenvolvimento Empresarial
Tel. (11) 3161-5286 com Gabriel
consultoria@economica.com.br



Benedita com Custódio Pereira (centro), presidente do Mackenzie

Benedita da Silva assina convênio com Mackenzie

A ministra da Assistência e Promoção Social esteve no Instituto Presbiteriano Mackenzie para assinar um acordo de cooperação entre a Universidade e o Ministério. O documento prevê a mobilização de todo o corpo de alunos e professores que disponibilizará pesquisas, know-how, projetos e programas de transferência da competência acadêmica para o Ministério. "Pretendemos integrar as políticas sociais do Mackenzie à rede de ações promovidas pelo governo federal através do Programa de Atendimento Integral à Família e até mesmo o Fome Zero", disse a ministra. Após a assinatura, Benedita da Silva ainda palestrou no salão nobre da universidade sobre a "Conjuntura Nacional e o Papel Social da Universidade", tema que faz parte do projeto ministerial "Universidade Cidadã". Paralelamente, o Mackenzie entregou aos 55 melhores alunos da rede pública de ensino uma bolsa de estudos em um dos 11 cursos do Mackenzie.

Projeto Arrastão é beneficiado com ação de pizzaria

Com o intuito de fortalecer as ações do Projeto Arrastão, a Grappa Pizza-Bar criou um evento que será realizado todas as primeiras terças-feiras de cada mês em que 50% do lucro obtido com o consumo da pizza Arrastão, criada especialmente para a noite, será destinado para o projeto. A iniciativa também inclui estágios com adolescentes atendidos pelo Arrastão com o objetivo de incentivar a inclusão social e oferecer maiores chances de inserção no mercado de trabalho.



Pizza com o formato do logo do Arrastão.

 www.arrastao.org.br

Lançamento do Projeto Casulo em São Paulo

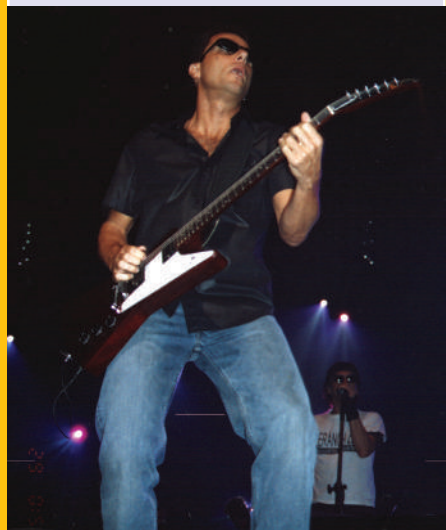
Cerca de 5 mil moradores do Conjunto Habitacional e Comunidade Real Parque e Jardim Panorama, no Morumbi (zona sudoeste de São Paulo), serão beneficiados pelo projeto inaugurado pela Prefeitura de São Paulo e o Instituto de Cidadania Empresarial (ICE). O objetivo é contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos moradores por meio de ações nas áreas de educação, saúde, cultura, lazer e desenvolvimento comunitário. Para isso, o ICE – organização criada por 37 empresários de São Paulo – busca a implantação de um novo acordo ético-político, que requer a participação do poder público, da iniciativa privada e da sociedade civil. Firmado esse compromisso, a organização pretende que, em cinco anos, a própria comunidade administre tecnicamente o projeto.



Show pelo Fome Zero

Alunos da FAAP – Fundação Armando Álvares Penteado – realizaram o evento Show pela Vida, com a participação da banda Titãs e dos DJs Rodrigo Leal, Claudinho I. e Santiago, que teve a renda revertida para o programa Fome Zero. Em sua primeira edição, no ano anterior, o evento reuniu cerca de 6 mil pessoas e arrecadou mais de 16 toneladas de alimentos não-perecíveis para a entidade participante. Nesta segunda edição, a FAAP espera arrecadar R\$ 50 mil com a venda de ingressos. O Show Pela Vida é realizado pela Empresa Junior FAAP, uma associação sem fins lucrativos que presta serviços e desenvolve projetos para empresas, entidades e sociedade em geral nas áreas de administração e finanças, marketing e comunicação, parcerias e desenvolvimento social, sob a supervisão de professores e profissionais especializados, sendo constituída e dirigida por alunos de graduação da FAAP.

Titãs: "É uma obrigação nossa participar de uma iniciativa dessas".





O ministro da Casa Civil, José Dirceu, fala no evento.

Fórum debate 100 dias do Governo Lula

A revista Exame realizou um fórum com a proposta de apresentar um balanço do que foi feito até agora pelo novo governo e debater alternativas para a retomada do crescimento em um cenário de crise internacional. O evento, que teve como principal convidado o ministro da Casa Civil, José Dirceu, reuniu o secretário de política econômica do Ministério da Fazenda, Marcos Lisboa; o economista-chefe do Unibanco, Alexandre Schwartzman; o ex-ministro das Comunicações do governo FHC, Luiz Carlos Mendonça de Barros, o presidente da Perdigão, Nildemar Secches; o presidente da Vale do Rio Doce, Roger Agnelli; e José Arthur Giannotti, professor emérito da USP e coordenador da área de filosofia e política do Cebrap. Voltado a empresários, economistas e cientistas políticos, o fórum abordou as medidas já adotadas pela equipe econômica em assuntos como política fiscal e monetária, reformas tributária e previdenciária e outros temas. Na ocasião, José Dirceu, que ao mesmo tempo recebeu muitos elogios e críticas pelas decisões do governo petista principalmente nas áreas econômica e política, enfatizou "a obsessão do governo de que não há desenvolvimento nacional se não houver, primeiro, desenvolvimento social". Para tanto, o Ministro propõe um "pacto social" entre governo, empresas e sociedade civil, de forma a resolver, inclusive, o problema da exclusão social no Brasil.



Projeto Carmim inaugura Carmim Escola Social de Arte

Eduardo Valarelli, fundador e coordenador do projeto Carmim e a artista plástica Minidi Pedroso abriram uma escola que vai capacitar profissionais para desenvolver projetos sociais ligados às artes plásticas. As aulas práticas e teóricas consistem em análise, produção e discussão de textos, seminários, visita a espaços culturais e estágio monitorado nos hospitais onde o Carmim atua. Fundado há 7 anos, o Projeto Carmim tem como missão levar as artes plásticas a adultos e crianças internados em hospitais de São Paulo, estimulando e educando sensibilidades potenciais. A Carmim Escola Social de Arte fica na Rua Antônio Borba, 59, Alto da Lapa (SP) e as matrículas já estão abertas.



(11) 3285-6601 e 3022-2856
www.projetcarmim.org.br

Projetos promovem inserção social e geração de renda

Mantidos pelo Colégio Assunção, os projetos Esperança e Belém atendem semanalmente a 114 menores da periferia oferecendo alimentação, atividades de lazer, reforço escolar e oficinas para crianças e adolescentes da periferia, resgatando a auto-estima e oferecendo-lhes a possibilidade de entrar no mercado de trabalho.



(11) 3887-3433 e 3887-2912

www.assuncao.com.br

Brazil Foundation inaugura escritório em São Paulo

A agência internacional financiadora de projetos sociais está ampliando seus trabalhos no Estado com a abertura do escritório na capital paulista, em parceria com a HQ Global Workplaces. A Brazil Foundation já apóia vários projetos no Estado, como a Geledês - Instituto da Mulher Negra; os institutos Carpe Diem e Sou da Paz e a ACTC - Associação de Assistência à Criança Cardíaca e à Transplantada do Coração.



(11) 5095-3430 e (11) 5095-3499

Av. Churri Zaidan, 940, 16º andar, Morumbi

www.brazilfoundation.org

Segurança Pública e Cidadania – Propostas de Ação

Esse foi o nome do evento organizado pela Young Presidents Organization (YPO) de São Paulo, que contou com a participação do empresário e presidente do Instituto São Paulo Contra a Violência, Eduardo Capobianco. O encontro também teve a presença do secretário da Segurança Pública do Estado de São Paulo, Saulo de Castro Abreu Filho e do coordenador do Instituto Sou da Paz, Denis Mizne. Durante a palestra foram apresentadas estatísticas sobre a violência em São Paulo e resultados do trabalho desenvolvido pelo instituto, além de ter sido discutido o desenvolvimento de parcerias entre sociedade e autoridades governamentais para implantar projetos de prevenção e combate à violência.



www.spcv.org.br

www.ypo.org



O presidente do IDIS, Marcos Iasili

IDIS debate pacto social e investimento social privado

III seminário internacional realizado pelo instituto teve como objetivo incentivar a busca de soluções alternativas e inovadoras para o desenvolvimento da comunidade



Horácio Lafer Piva, presidente da Fiesp



Vânia Maria Ferro, diretora da Care Brasil



Léo Voigt, presidente do GIFE

Com o intuito de levantar a questão do pacto social proposto pelo governo Lula, o IDIS – Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social – reuniu grandes investidores sociais brasileiros, como fundações e institutos de empresas privadas, além de membros do governo e lideranças do Terceiro Setor para discutir o tema “Pacto Social e o Papel do Investimento Social Privado na Comunidade: Desafios e Tendências”.

O debate, ao reunir representantes do governo, sociedade civil e investidores/empresários, procuram incentivar a articulação dos três setores da sociedade em prol da eficiência e eficácia dos investimentos na comunidade, tendo como consequência maior justiça e equidade social.

Abrindo o encontro, o presidente da Fiesp, Horácio Lafer Piva, disse que o tema do pacto social, que já está fazendo parte das discussões no Brasil, começa a entrar em vigoroso crescimento, principalmente a partir da entrada de um presidente mais preocupado com a área social. “O Fome Zero veio reforçar a idéia de uma atitude socialmente responsável”, disse. Piva, que é membro do Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social, criado pelo governo para debater as propostas do planalto, também ressaltou a crescente participação do empresariado em iniciativas de desenvolvimento social. “As elites estão hoje convencidas da urgência do tema”.

Vânia Maria Ferro, Diretora Executiva da Care Brasil, ONG internacional recém-chegada no País, defendeu que as ONGs têm papel importante na interlocução entre governo, setor privado e comunidades, porém “não devem ser dependentes dos recursos públicos, mas ser capazes, técnica e politicamente, de exercer esse papel”.

Na mesa que discutiu a relação Estado-Sociedade, sob a ótica do papel do empresariado,

o presidente do GIFE – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas, Léo Voigt, disse que cada vez mais ONGs e empresariado vêm se aproximando pelo fortalecimento da gestão e sustentabilidade das ações sociais. “O modelo de gestão e gerenciamento da empresa privada está sendo cobçado pelas ONGs, enquanto que estas estão ensinando o empresariado um modelo de organização baseado na idéia de mobilização de pessoas”, disse.

Já para falar do posicionamento do Estado frente à sociedade, Cláudia Costin, secretária da Cultura do Governo do Estado de São Paulo, acredita que, dada as crises em que o Estado vive (fiscal, política, do modelo de gestão e do modelo de intervenção na economia), é preciso, entre outros fatores, “descentralizar a implementação das políticas sociais, com uso de instrumentos efetivos de coordenação nacional e controle cidadão; e focalizar melhor os gastos sociais, fazendo os recursos chegarem realmente aos mais pobres”.

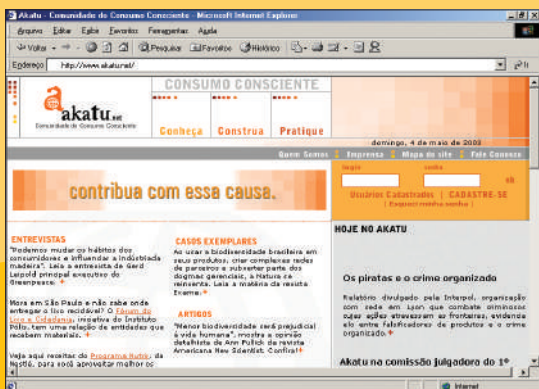
Entre os convidados internacionais, David Valenzuela, presidente da Inter-American Foundation (IAF) nos Estados Unidos, comentou os 32 anos de trabalho da entidade, responsável pelo financiamento, através de recursos internacionais, de projetos voltados para o desenvolvimento de comunidades a partir da mobilização de organizações e empresas locais.

No debate sobre marketing relacionado a causas, um dos destaques foi a apresentação da presidente da Avon e presidente do Conselho do recém-criado Instituto Avon, Eneida Bini, que falou, principalmente, dos projetos da empresa no combate ao câncer de mama em todo o mundo, cujos recursos chegam à ordem de US\$ 250 milhões. No Brasil, assim como nos outros países onde a Avon atua, a missão do instituto é promover a saúde e o bem estar da mulher, a partir de um trabalho de informação contínua junto à sociedade.

Instituto Akatu e portal IG fecham parceria

Até meados de junho, o Instituto Akatu pelo Consumo Consciente e o portal IG estarão realizando diversas ações através de uma parceria que consiste, por exemplo, na participação dos 385 funcionários do site na campanha "Faça Parte da Comunidade do Consumo Consciente". Além da campanha, o Akatu vai desenvolver e fornecer conteúdo para atividades educativas junto ao público interno do portal. Em contrapartida, o site (em IG Cidadania) irá disponibilizar o conteúdo do programa *Sou Mais Nós*, criado pela entidade,

com um link para o portal Akatu. Net, além de informações sobre o instituto e a possibilidade de downloads de diversos conteúdos do Akatu. Segundo Sérgio Rivas, gerente de Gente do portal, "esse tipo de postura não é moda, é realidade da qual as empresas que não se sensibilizam com questões sociais estarão totalmente por fora do mercado".



CDI-SP realiza Dia da Inclusão Digital

No dia 29 de março, computadores foram instalados em terminais de ônibus de São Paulo para serem utilizados por aqueles que nunca mexeram antes numa máquina. A iniciativa é do Comitê para Democratização da Informática, a maior ONG do mundo em inclusão digital, que disponibilizou voluntários e colaboradores para ensinar noções básicas de computação e Internet. O evento ocorreu simultaneamente em 27 cidades brasileiras e na Argentina, Uruguai, Chile, México e Angola.

ONGs debatem Reforma da Previdência

A Inter Redes e o Instituto Ethos foram algumas das organizações sociais que abriram o debate em torno da reforma previdenciária. No evento da Inter Redes, realizado no auditório da Abong, em São Paulo, Delúbio Gomes, do Ministério da Previdência, disse, em relação às filantrópicas, que existe uma soma de quase R\$ 4 bilhões de renúncia fiscal do INSS. "Há entidades que não deveriam ser enquadradas como filantrópicas, como as universidades católicas que, pelo que cobram dos alunos, estão longe da filantropia", diz. Segundo Vicente Faleiros, conselheiro do CNAS, "a Previdência não tem que financiar a filantropia, mas sim a sociedade, estimulada pela isenção no Imposto de Renda". Já na mesa de debates do Instituto Ethos, Ricardo Young, presidente do Conselho Deliberativo do instituto disse que "a intenção do Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social é que os fundos da Previdência sejam fundamentados na responsabilidade social".

Selo do Senac/SP reconhece trabalho de empresas

Cerca de 1.200 empresas de todo o Estado de São Paulo foram contempladas com o selo Empresa que Educa, criado pelo Senac São Paulo como forma de reconhecer os investimentos e apoios, durante o ano de 2002, relacionados ao Programa Educação para o Trabalho, oferecido pelo Senac a jovens economicamente desfavorecidos. O selo também tem o objetivo de estimular a iniciativa privada a promover atividades culturais e sócio-educativas, agregando valor à imagem das empresas.



Instituto Telemar anuncia projetos

O Instituto Telemar, organização que atua na área de Responsabilidade Social, irá apoiar 11 projetos de cinco estados brasileiros que trabalham com aproximação, capacitação e desenvolvimento de comunidades por meio de tecnologias de comunicação. O instituto irá destinar R\$ 1,5 milhão para esses projetos, selecionados entre janeiro e março deste ano.



www.institutotelemar.org.br

Exposição no INCA

Para a pequena Ariela Carvalho, 8 anos, paciente do Instituto Nacional de Câncer (INCA), a alegria está em pequenas coisas. Uma delas é o brinquedo que criou com palitos de sorvete doados pela fábrica Kibon, em exposição de esculturas produzidas pelas crianças em tratamento, realizada na sede do instituto.



www.inca.org.br

IV Pesquisa Nacional sobre Responsabilidade Social nas Empresas

Segundo os resultados da pesquisa anunciada pelo Instituto ADVB de Responsabilidade Social, feita com 4.195 empresas de todo o País, 91% do total das empresas desenvolveram projetos de ações sociais voltadas para a comunidade; 70% dessas empresas incentivam a participação de funcionários-voluntários nesses projetos (um aumento de 5% em relação à pesquisa de 2002); 98% das empresas responderam que a responsabilidade social é parte da visão estratégica nas suas decisões; 53% pretendem implementar novos projetos sociais neste ano e aumentar os recursos em média 15%, em relação ao investimento atual. Confira o resultado completo da pesquisa no site da ADVB:



www.advbfbm.org.br

Captação de Recursos é tema de debates de dois grandes eventos

Econômica
Desenvolvimento
Empresarial reúne mais
de 400 pessoas em
seu 4º Simpósio.
No Mackenzie,
o I Congresso de
Captação de Recursos
e Sustentabilidade
foi encerrado com a
presença da ministra
Benedita da Silva

A Igreja Presbiteriana do Brasil, com o intuito de debater a captação de recursos para entidades ligadas a instituições religiosas lançou, em março, o I Congresso de Captação de Recursos e Sustentabilidade, realizado no Instituto Presbiteriano Mackenzie.

O objetivo era proporcionar o encontro e o intercâmbio de experiências e informações sobre sustentabilidade, mobilização e captação de recursos; agregar conhecimentos e técnicas para que as organizações não governamentais, agências missionárias, escolas, hospitais e igrejas evangélicas levantem mais recursos para as suas causas. Além disso, o congresso buscou "apresentar e compartilhar experiências bem sucedidas no Brasil e no exterior em captação e mobilização de recursos e sustentabilidade bem como conhecer fontes alternativas de recursos e financiamento", diz Custódio Pereira, recém-empossado presidente do Instituto Presbiteriano Mackenzie e presidente da ABCR (Associação Brasileira de Captores de Recursos).

O evento teve a participação, entre outros, de Antonio Brito, presidente do CNAS (Conselho Nacional de Assistência Social), do americano Robert Crandall, do Associate General Secretary World Mission Support e da Association of Fund Raising Professionals, de membros da ABCR e Célia Cruz, diretora da Ashoka Brasil e

Paraguai. Na ocasião, Antonio Brito fez breve explicação da atuação do CNAS e de como ele processa os certificados de filantropia, que são instrumentos fornecidos pelo governo a fim de beneficiar as entidades sociais com isenções fiscais.

O congresso foi finalizado com a participação da ministra Benedita da Silva, que defendeu a idéia da parceria entre governo, organizações sociais e empresas. "Só vai haver desenvolvimento social no Brasil quando toda a sociedade se sentir co-responsável pela miséria, pela fome e pela exclusão social", alerta.

Sobre os projetos de seu ministério, Benedita da Silva disse que vai trabalhar principalmente a questão do desenvolvimento local de famílias. "Nosso objetivo, hoje, é realizar um plano nacional de atendimento integral à família, pois os principais problemas sociais atingem o núcleo familiar e não só os indivíduos".

Em março também foi realizado o 4º Simpósio Nacional sobre Captação de Recursos para o Terceiro Setor, no Sheraton Mofarrej Hotel, em São Paulo. Organizado pela Econômica Desenvolvimento Empresarial, por Marcos Biasoli, assessor jurídico de inúmeras entidades beneficentes e diretor técnico da Revista Filantropia, o objetivo foi orientar as entidades beneficentes e os operadores da filantropia nacional e apre-



A ministra (centro) fechou o evento no Mackenzie, ao lado de Custódio Pereira (direita), presidente do Instituto.



Antonio Brito, presidente do CNAS explica o funcionamento do conselho

Eventos do Mackenzie e Econômica: Auditórios Lotados.

sentar as formas e as técnicas de captação de recursos públicos e privados. “Como advogado procurei, inclusive, municiar as entidades de argumentos legais para estimular os empresários a financiar projetos sociais”, diz Biasioli.

Nomes como Fernando Credidio, presidente da organização não-governamental Parceiros da Vida; Vivianne Naigeborin, diretora do Centro de Competência para Empreendedores Sociais Ashoka-McKinsey e Ricardo Falcão, consultor de entidades sociais na área de gestão estratégica, foram alguns dos palestrantes.

A importância da comunicação e sua utilização como ferramenta para a mobilização de recursos no Terceiro Setor foi o tema desenvolvido por Credidio. “Trabalhar bem a comunicação de uma organização é estar à frente de outras que vivem na sombra. E isso é fundamental para a sustentabilidade de uma entidade”, explica.

Outro destaque foi Vivianne Naigeborin que falou acerca das parcerias com os setores público e privado. “É preciso que as entidades busquem com qualidade forças que possam complementar seu trabalho, ou seja, procurando parceiros com mesmos valores”.

No que diz respeito à formalização das parcerias, ela ainda enfatizou a necessidade de



deixarem claras e transparentes as responsabilidades de cada parte no processo. “As organizações devem ter o cuidado de realizar um termo de parceria muito detalhado, incluindo estratégias, atividades, cronogramas dos projetos sociais para que não haja divergências ou equívocos sobre o papel dos parceiros”.

Para apresentar os instrumentos legais de que as entidades podem dispor na obtenção de incentivos fiscais, Marcos Biasioli explicou como se dá a criação de uma entidade, desde a realização do estatuto até o pleiteamento

dos títulos que concedem o não pagamento de tributos. Ele falou, inclusive, das vantagens e desvantagens de uma organização se definir como OSCIP – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público, cuja decisão deve ser feita até o dia 20 de março de 2004. “Ao se transformar em OSCIP, uma entidade terá 40% do seu controle administrativo nas mãos do governo”.

O evento ainda contou com uma apresentação emocionante do grupo de balé das Casas André Luiz, que, através da dança, busca estimular e inserir socialmente o portador de deficiência.



Viviane Naigeborin “É preciso procurar parceiros com os mesmos valores”



Fernando Credidio “A comunicação é fundamental para a sustentabilidade”



Marcos Biasioli: “40% do controle de uma OSCIP fica com o governo”

1 É permitido o estabelecimento de uma associação estrangeira no Brasil?

Sim. Basta que tenha sido regularmente constituída em seu país de origem, devendo obedecer à lei do Estado em que se constituírem, segundo o art. 11, da Lei de Introdução ao Código Civil.

2 As associações estrangeiras precisam de autorização do governo brasileiro e estão sujeitas ao cumprimento de nossas leis?

Depende. Se a intenção dessa associação for estabelecer sua sede ou filial no Brasil, precisará, antes de tudo, que seus atos constitutivos sejam aprovados pelo nosso governo, ficando ela sujeita à lei brasileira. Entretanto, se exercer atividade no Brasil, sem se estabelecer, não precisa de autorização do governo brasileiro, apenas não poderá contrariar a ordem pública.

3 Como deve proceder a associação estrangeira que queira estabelecer uma filial no Brasil?

Deverá encaminhar um requerimento ao presidente da República e anexar documento que comprove sua regularidade no país de origem, seu estatuto social, relação dos membros, ata de assembléia que autorizou seu funcionamento no Brasil, procuração nomeando um representante no Brasil e último balanço. Toda a documentação deverá ser autenticada e traduzida por tradutor juramentado. Antes da remessa para o Brasil, os documentos deverão ser legalizados frente ao nosso consulado no país de origem da associação.

4 A associação criada sob a forma de Organização da Sociedade de Interesse Público (OSCI) pode livremente alienar seus bens?

Caso a aquisição do bem derive dos frutos do Termo de Parceria com o Estado, não poderá ser alienado, exceto se for para atender outra OSIP. Do contrário, é pleno o direito da mutação patrimonial, porém recomenda-se que a contabilidade reflita com acurácia, a origem do capital que proporcionou a compra do bem, visando não macular sua idoneidade e sofrer a perda do título de OSIP.

5 A entidade beneficente pode contratar estagiário mediante auxílio mensal?

Sim, o tratamento a ser dado é igual ao das demais empresas, isto é, ela poderá livremente contratar um estagiário e promover um pagamento mensal a título de custeamento para a bolsa de seu estudo. É necessária a contratação formal e clareza no ofício a ser desempenhado, além de recibo específico, tudo para evitar a consumação de um vínculo trabalhista.

6 Qual é o quorum necessário de associados para a convocação de uma assembléia geral extraordinária, em uma fundação ou associação?

Deve ocorrer da forma que estiver prescrito no estatuto social. Entretanto, o novo Código Civil atribuiu que, quando houver consenso de, no mínimo, 1/5 dos associados, ela poderá ser por eles convocada.

7 É obrigatória a existência da Assembléia Geral, como órgão de direção de uma associação?

Sim, pois a Assembléia Geral recebeu pela lei funções especiais e, assim, tornou-se obrigatória.

8 Qual a competência da Assembléia Geral?

A Assembléia Geral tem competência exclusiva para: eleger ou destituir administradores, aprovar as contas e alterar o estatuto, segundo o art. 59, do novo Código Civil.

9 A associação poderá admitir sócio capitalista?

A associação não possui sócio, mas associado. Contudo, nada impede que ela agregue no seu quadro associativo um investidor para as causas sociais, firmando com ele, condição de ressarcir-lo, na hipótese de encerramento das atividades da associação. É uma grande alternativa para captação de recursos.

10 A qualidade de associado pode ser transferida aos filhos, pais ou terceiros em geral?

Somente é transferível se o estatuto assim autorizar, pois do contrário, não há sucessão de direitos de associado, nem que seja por morte.

Os ovos do druida

Era uma vez, num passado longínquo, um velho druida que fazia uma peregrinação mística, em busca de esclarecimento para os sentidos da vida. Numa caverna rasa da Galícia, ele se preparou para dormir ao cair de mais uma noite em sua jornada. Acendeu a fogueira para manter os animais da floresta afastados e seu corpo aquecido durante a noite toda e se aconchegou para repousar.

Ficou olhando para a fogueira, para o leste. Com uma pontinha de desânimo começou a pensar na longa caminhada que ainda teria pela frente no dia seguinte.

Aos poucos foi ficando mais e mais sonolento, até que dormiu e sonhou com uma montanha imensa, alta e escarpada. Lá em cima dessa montanha havia um ninho e, nele, uma majestosa águia de cara prateada se preparava para alçar vôo.

Ela mergulhou no céu, deu duas voltas e partiu, deixando dois ovos no ninho.

- Esfriou, né?
- É...
- Assim a gente não vai chocar nunca!
- Relaxa!
- Será que é só isso que existe na vida? Esquenta e esfria, esquenta e esfria. A mãe vai e volta, vai e volta. E nós aqui, no escuro, dentro da casca, sem visão nenhuma... o que será que acontece depois?
- Depois do quê?
- Depois que a gente choca. Como será a vida além da casca?
- Como assim?
- Só o que eu sei é que eu sempre fui ovo. Desde que o ninho é ninho, sempre fomos ovo e ovo seremos até chocar. Mas e daí? E além da casca? Sei lá o que tem além da casca! Nunca ninguém que saiu voltou para contar como é. É um lance muito louco... Você está me entendendo?
- Não.

- Eu queria uma prova de que a gente é mais do que isso, sabe? Mais do que somente dois ovos que estão chocando num ninho... Que somos realmente a imagem e semelhança da mãe. Só que, quando ela está aqui, nos sentimos tão aquecidos, tão protegidos. Ela é tão grandiosa, tão poderosa! Eu custo a acreditar que duas bolinhas brancas sem graça possam sequer chegar a se parecer com ela...
- Tenha fé.
- Fé eu tenho, mas eu queria mais! Queria ter olhos adequados para poder ver o que existe do lado de fora da casca.
- Em terra de ovo, quem tem olho é choco!
- Mas um dia seremos chocos mesmo. Um dia tudo choca e... O que é isso? Que luz é essa? Acho que minha casca quebrou... Quebrou sim! Que linda a luz!

O velho druida acordou com a luz do dia esquentando sua face, por cima do montinho de cinzas. Ele juntou suas coisas, chutou os restos da fogueira, respirou fundo e mirou o horizonte na direção em que seguiria sua viagem.

Mil pés acima de sua cabeça uma águia de cabeça branca grita, chamando sua atenção. O velho apruma seu cajado e continua sua peregrinação com mais uma lição na bagagem: um passo de cada vez e tudo a seu tempo, para vencer qualquer distância e qualquer dificuldade.

