



Edição especial de aniversário

BRASIL
Edição 07 - ano II
julho/agosto de 2003



filantropia[®]

Voluntariado & Terceiro Setor

O bem internacional

Care, WWF e Ashoka espalham *know-how* pelo Brasil

Case de captação de recursos

Projeto ensina a mobilizar recursos com eventos

Adoção tardia

Saiba como, e porque é importante adotar uma criança

Teia Social

A grande rede que desenvolve o cenário social brasileiro



Exemplar avulso: R\$ 7,50
ISSN 1677-1362

Entrevista

Luiz Carlos Dutra

Presidente da Associação Brasileira de Anunciantes fala de marcas social e ambientalmente responsáveis

PODE CHAMAR A LIÇÃO DE CASA DE LIÇÃO DE VIDA.

Curso Superior de Gestão do Terceiro Setor, na Anhembi Morumbi.
Em apenas 2 anos, você recebe o diploma e sai pronto para gerir uma ONG.
Desconto especial para quem já trabalha no setor. Provas agendadas.

www.anhembi.br 0800-159020



A mais preparada para preparar você.

Se a sua entidade precisa

- ✓ Renovar o **CEAS**
(Certificado de Filantropia) em 2003
- ✓ Gestão de **Gratuidades**
- ✓ Credibilidade e Transparência para a Captação e Manutenção de Recursos
- ✓ **Auditoria Independente**
- ✓ Apoio Permanente ao Gestor
- ✓ Desenvolvimento dos Controles Internos
- ✓ Desenvolvimento do **Balanço Social**
- ✓ Segurança e Tranquilidade da **Gestão** frente às novas **normas legais**.
- ✓ Profissionais com
larga experiência junto
às Filantrópicas e o 3º Setor



Sua entidade pode contar com a
AUDITUS

**Consultoria &
Auditoria Independente**

www.
auditus
.com.br

Fone
(11) 3661-9933

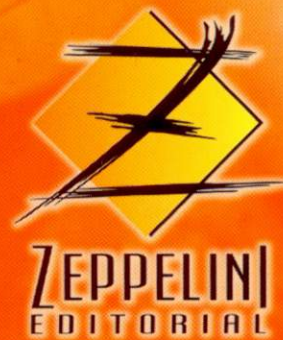
Existem várias maneiras de pedir ajuda

Seja qual for a forma que você escolher,
é necessário que o doador conheça sua entidade
e os projetos assistenciais desenvolvidos por ela.
A divulgação desse trabalho terá maior amplitude se alavancada
com meios de comunicação impressos ou via internet.

Uma revista ou um website de sua instituição
mostrará sua cara a quem quer ajudar.

E eles te ajudarão.

Consulte-nos sobre soluções
em produção editorial
e multimídia.



Zeppelini Editorial
(11) 6978-6686
www.zeppelini.com.br

Editor **Marcio Zeppelini**

Diretor Técnico **Marcos Biasioli**

Diretor Adm./Financeiro **Mauro Zeppelini**

Diretor de Arte **Ricardo Marcelo de Oliveira**

Coordenação Geral **Cláudia Ramos**

Jornalista **Daniela Tcherniowski** (MTB 29.725/SP)

Diagramação **Douglas Deschauer Rejowski**

Revisão **Vivien Hermes**

Assinaturas **Elis Cavalcante**

Atendimento **Priscila Leite Golm**

A REVISTA FILANTROPIA (ISSN 1677-1362) é uma publicação da Zeppelini Editorial Ltda., em conjunto com a Econômica Desenvolvimento e Consultoria Empresarial S/C Ltda., dirigida a entidades, institutos, associações e outros órgãos relacionados ao Terceiro Setor.

Redação - Publicidade - Assinaturas

Rua Doutor César, 530 - Cjto. 1.308 - Santana
São Paulo/SP - CEP 02013-002 - Brasil
PABX (11) 6978-6686

Sugestões de pauta/press-releases:

imprensa@revistafilantropia.com.br

Publicidade

filantropia@revistafilantropia.com.br

Assinaturas

assinaturas@revistafilantropia.com.br

Os artigos assinados são de responsabilidade do autor, não caracterizando necessariamente a filosofia da revista. Direitos autorais reservados à Zeppelini Editorial Ltda e Econômica Desenvolvimento e Consultoria Empresarial. A publicação de parte ou íntegra de qualquer texto desta revista em outra mídia impressa, eletrônica ou qualquer outro meio só será permitida mediante autorização por escrito da editora.

Econômica Desenv. e Consult. Empresarial



R. Dr. Renato Paes de Barros, 714 - cj. 21 - Itaim
São Paulo/SP - CEP 04530-001 - Brasil
PABX (11) 3161-5286
www.economica.com.br
economica@economica.com.br

Diretor Geral

Marcos Biasioli

Assessor Técnico

Orlando Galtarosa Jr.

Zeppelini Editorial



Rua Doutor César, 530 - cjto. 1308 - Santana
São Paulo/SP - CEP 02013-002 - Brasil
PABX (11) 6978-6686
www.zeppelini.com.br
zeppelini@zeppelini.com.br

Dir. Executivo

Marcio Zeppelini

Dir. Administrativo

Mauro Zeppelini

Visite-nos na internet
www.revistafilantropia.com.br

CARTAS

Renovação da revista

Gostaríamos de saber como fazer para renovar a assinatura da Revista Filantropia.
APMIT - Casa da Criança
apmitambau@netsite.com.br

Ficamos gratos pelo seu interesse na Revista Filantropia e por sua companhia nos últimos 12 meses. A renovação de sua assinatura acontecerá automaticamente após o pagamento do boleto bancário que enviaremos sempre com um mês de antecedência ao final da assinatura para que não haja interrupção na entrega.

Números anteriores

Gostaríamos de adquirir números anteriores da Revista Filantropia, porém, em nossa cidade não há Banco Itaú. Pode ser outro?
Sheila - APAE de Mairiporã
apaemairipora@ig.com.br

Informamos que, para pagamentos via banco, podemos gerar um boleto no valor de sua compra. O mesmo poderá ser pago em qualquer banco até a data de vencimento, lembrando que as edições 01 e 02 estão esgotadas.

Mestrado em Terceiro Setor

Estou desenvolvendo um projeto de mestrado sobre o Terceiro Setor e gostaria de algumas informações a respeito da Revista Filantropia: quando surgiu a revista e qual sua periodicidade?

Eliane Isabel de Castro Meira
palmital@terra.com.br

A Revista Filantropia é um veículo impresso, bimestral, voltado ao Terceiro Setor, e ao voluntariado. Lançada em junho de 2002, é uma parceria entre a Zeppelini Editorial e a Econômica Desenvolvimento

Empresarial - empresas especializadas em comunicação e assessoria ao Terceiro Setor, respectivamente.

Conta com três mil assinantes em todo Brasil, além de distribuição dirigida em eventos específicos do Terceiro Setor e em entidades.

Conselho Comunitário

Sou assinante e tenho certeza que foi uma das melhores opções que fiz até hoje. Desenvolvo diversos trabalhos sociais em minha cidade e gostaria de obter ajuda de vocês para o esclarecimento de uma dúvida indagada por duas comunidades. Elas gostariam de saber como montar o conselho comunitário de seus bairros, formas de estatuto, campos de atuação etc.

Enéas Vieira de Souza
evieira@leopoldina.com.br

O conselho que você pretende montar deve ser revestido da formatação de uma associação, que se inicia da seguinte forma:

- a) reunião dos envolvidos;
- b) escolha da vocação social;
- c) capital inicial para edificação da mínima estrutura;
- d) fragmentam-se as responsabilidades e limites dos associados;
- e) elabora-se ata de constituição;
- f) a minuta do estatuto social deverá seguir os preâmbulos dos arts. 53 a 61, do novo Código Civil;
- g) registro do estatuto;
- h) inscrição nos órgãos públicos;
- i) início das atividades sociais.

Dicas e orientações para a gestão dessa associação, você encontrará nos diversos artigos da Revista Filantropia.

Cartas para: Rua Dr. César, 530 cjto. 1308 - Santana - São Paulo/SP
CEP 02013-002 - Brasil ou filantropia@revistafilantropia.com.br

ERRATA

- Na edição 6, maio/junho, os nomes de Marcos Kisil (pág. 8) e de Vivianne Naigeborin (pág. 11) foram incorretamente grafados em suas respectivas legendas.
- Na página de Serviços, na Agenda/2003, o telefone correto do evento Filantropia e Gestão, que ocorre de 24 a 26/07, é (51) 3325-2080.

“Embora ninguém possa voltar atrás e fazer um novo começo, qualquer um pode começar agora e fazer um novo fim.”

Chico Xavier

Em time que está ganhando também se mexe!

O Terceiro Setor no Brasil tem ganhado força e novos talentos a cada dia e, em poucos anos, passou a ter relevante conotação nos meios político, comunitário, empresarial, educacional e da própria mídia. Basta notar que o número de eventos voltados exclusivamente ao setor social deu um pulo de mais de 500% nos últimos cinco anos. Profissionais liberais se especializaram para atender àqueles que se dedicam à prática do bem e empresas de consultoria e assessoria foram montadas. Tudo isso é reflexo do processo de profissionalização pelo qual a filantropia vem passando.

Para suprir a deficiência e a escassez de informação sobre gestão de entidades, lançamos em junho de 2002 a **Revista Filantropia** – único veículo dedicado à administração e controle de instituições sem fins lucrativos, abordando temas como legislação, contabilidade, auditoria e captação de recursos entre outros assuntos direcionados à prática social.

A bola estava rolando bem, torcida e placar a nosso favor, mas achávamos que ainda faltava uma peça fundamental que pudesse fazer parte do corpo editorial da revista – um profissional da área contábil.

Foi então que, para o fortalecimento do Terceiro Setor no país, Marcelo e Ricardo Monello aceitaram o convite de vestir a camisa da equipe e integrar o conselho editorial da **Revista Filantropia**. Por certo, o sobrenome Monello evidencia fundamental peso em nosso expediente e faz com que a Revista ganhe ainda mais credibilidade, conteúdo e qualidade de informação, especialmente no campo da contabilidade, plenamente dominado pelos novos “jogadores”.

Com esse incremento, reiteramos nosso objetivo de ajudar a quem ajuda, trazendo novas e importantes matérias a fim de profissionalizar o Terceiro Setor e fortificar este que, sem sombra de dúvida, é a porta de entrada ao crescimento e maior agente da paridade social do Brasil.

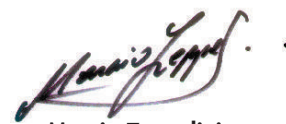
E é fato que, apesar de estarmos diante do primeiro governo de esquerda de nossa história, pouco tem sido feito pelo social no âmbito governamental e esse pouco ainda é moroso, burocrático e com nítido intuito político. O Primeiro Setor está comprovando (o que já tínhamos certeza em outros governos), no Governo Lula, que não tem força suficiente para mudar o país – e não é por falta de competência ou de vontade. É devido ao tamanho do problema.

Em outra esfera, nós, da equipe de produção da **Revista Filantropia**, observamos diariamente dezenas de projetos bem sucedidos e que vêm exibindo resultados positivos que fazem diferenças reais nos números sociais do Brasil.

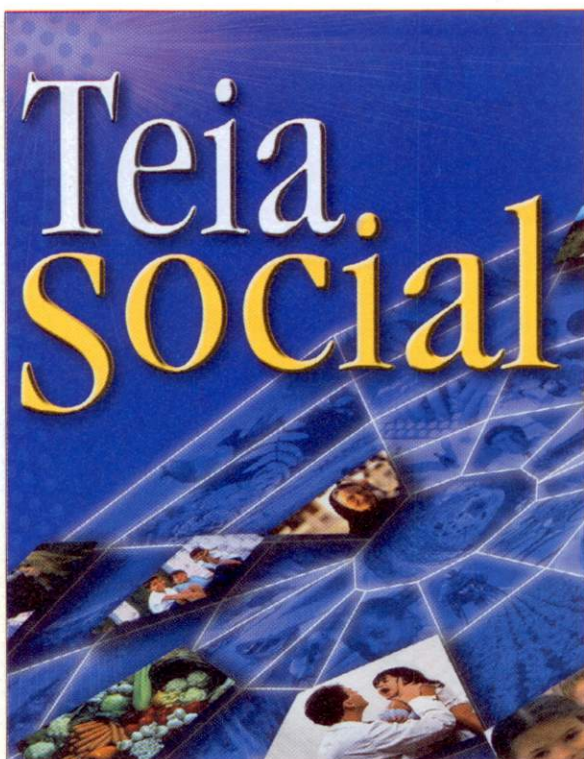
São esses projetos que fazem o nosso país diferente e que certamente farão um país melhor de se viver. São esses programas que auxiliam comunidades inteiras e proporcionam melhor qualidade de vida à população. E é por esses projetos que nossa equipe se fortalece e trabalha: para que eles jamais se enfraqueçam.

Com nosso Terceiro Setor forte, teremos um país forte. Um país mais humano, justo e satisfeito.




Marcio Zeppelini
 Editor Geral

Marcelo Monello, Marcio Zeppelini,
 Marcos Biasioli, Ricardo Monello e Mauro Zeppelini:
 time fortalecido para vencer!



Teia Social

23

Para comemorar seu 1º ano de vida, a Revista Filantropia lança a primeira de uma série de matérias especiais sobre a teia social que trabalha pelo desenvolvimento social do Brasil.

Entrevista

20

Luiz Carlos Dutra, presidente da ABA - Associação Brasileira de Anunciantes - fala sobre as mudanças no pensamento dos empresários na "era do bem"



Acontece

- Cartas 02
- Fatos que marcaram o Terceiro Setor 06
- Entrevista com Oded Grajew 09
- Evento discute o Direito do Terceiro Setor 10

Legal

- A responsabilidade social do Governo 11
- Rápidas legais 14

Gestão

- 10 princípios para organizar-se – quinta parte 15
- Imagem é diferente de reputação 16
- A importância da auditoria 18

Captação de recursos

- Projeto Velho Amigo mobiliza recursos para idosos carentes 30

Serviços

- Livros, sites e prêmios 44
- Agenda de eventos 46
- Perguntas do Terceiro Setor 47

Crônica

- Bravo Mundo Novo 48

Projetos Sociais

32

Entidades internacionais - WWF, Ashoka e Care - transferem ao Brasil modelos de sucesso em projetos consagrados no mundo todo



Voluntariado

38

Adoção de crianças maiores de três anos são margeadas de preconceitos. Confira uma entidade que apóia a adoção tardia e mostra mitos e verdades dessa prática



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!

CAJEC – Casa José Eduardo Cavichio

- Alimentos
- Produtos de limpeza
- Produtos de higiene pessoal

Rua Preciosa, 86, Pq. Monte Alegre, Taboão da Serra-SP. Tels. (11) 4701-4194 e 4787-7149, CEP 06756-170
www.cajec.org.br
apoio@cajec.org.br
CNPJ: 01.378.697/0001-00
CNAS: 44006.003543/98-36



Centro Espírita Amor e Caridade Lar Escola Monteiro Lobato

- Fraldas
- Material de higiene pessoal (sabonete, pasta de dente e papel higiênico)
- Gêneros alimentícios diversos (balas, doces, arroz, carne)
- Brinquedos

Rua dos Estudantes, 540, Cordenosi, Americana-SP, CEP 13472-510
Tel. (19) 3468-1709.
www.agendel.com.br/amorecaridade
amorecaridade@terra.com.br
CNPJ: 43.266.774/0001-71
CNAS: 44006.002304/2000-46



Instituto Casa da Gente

- Instrumentos de percussão
- Flautas Prelei
- Camisetas brancas de manga curta nos tamanhos P/M/G
- Material de escritório em geral
- Material de limpeza
- CD com histórias infantis e músicas instrumentais
- Bolas para futebol de campo e salão, basquete e handball

Rua Manoel Grandini Casquel, 20, Parque Ipê, São Paulo-SP.
Tels. (11) 5844-6258 e 3063 2929.
CEP 05762-060
CNPJ: 02.703.527/0001-08

ACOM – Associação Comunitária de Milagres Hospital e Maternidade Madre Rosa Gattorno Sítio

- 6 computadores
- 3 impressoras
- 3 nobreaks
- 1 respirador artificial

Benedito km 01, Zona Rural, Milagres – CE
CEP 63250-000
Tel. (88) 553-5110
www.baydejb.com.br/~acom
acom@baydejb.com.br
CNPJ: 05.455.555/0001-41
CNAS: 44006.000278/2001-48

Lar Nossa Senhora da Consolação

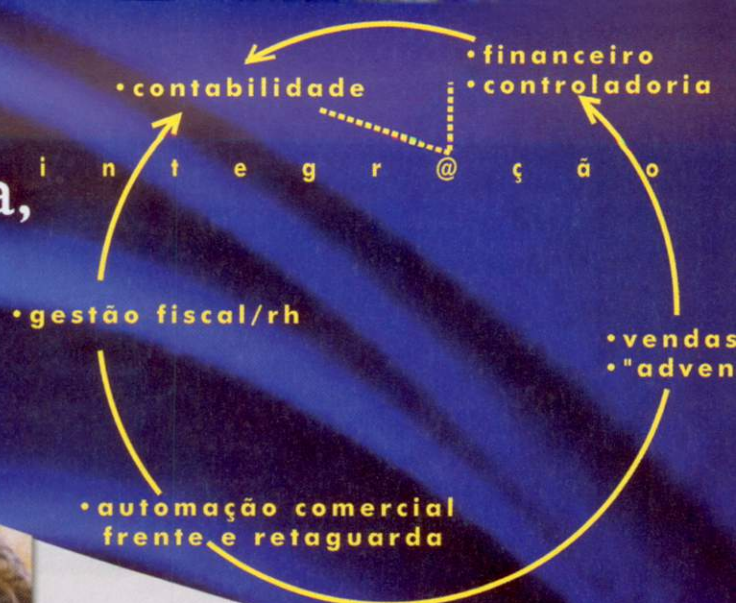
- Veículo Kombi
- Material de limpeza
- Material escolar
- Material de escritório e informática
- Doações diversas para bazares

Rua Gravataí, 54/111, Consolação, São Paulo/SP, CEP 01303-040
Tels. (11) 3256-6311, 3151-4344 e 3106-5860
asvpcrche@uol.com.br
CNPJ: 44.002.939/0001-60
CNAS: 23002.002856/89-28



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

A **Asplan** é a solução especializada para a gestão de sua empresa, quer ela tenha fins lucrativos ou **sociais**.



Use a solução
de quem é especializado
no **Terceiro setor**

Alguns de nossos clientes

- Fundação Abrinq
- Fundação Bional
- Instituto Ethos
- Ibracon – SP
- Sindcont – SP
- Sinfar
- Simpi

SISTEMAS DE GESTÃO INTEGRADOS E MODULARES

asplan
SOFTWARE DE GESTÃO
CORPORATIVA E CONTÁBIL

www.asplan.com.br
comercial@asplan.com.br
tel || 5081-9800
fax || 5081-9804
rua loefgreen 1365
04040-031
são paulo • sp

RS debate

responsabilidade social

A cidade de Santa Cruz do Sul, no Rio Grande do Sul, sediou o 2º Fórum de Responsabilidade Social e Cultural, com o tema "Comunicação: estratégia para o desenvolvimento da cultura de Responsabilidade Social". O evento contou, entre outras pessoas, com a participação do editor da **Revista Filantropia**, Marcio Zeppelini, que abordou os meios de comunicação como forma de captar recursos e visibilidade. O fórum ainda teve como palestrantes Léo Brandt, presidente do Instituto Pensarte e Fernando Credidio, colaborador da **Revista Filantropia** e presidente da ONG Parceiros da Vida, que falou sobre a comunicação de marketing para o Terceiro Setor e a gestão da área de responsabilidade social de empresas.



"Adote um Líder Social"

O consultor Stephen Kanitz, idealizador do Prêmio Bem Eficiente, lançou recentemente o projeto Adote um Líder Social. O intuito é que as empresas possam fazer doações de forma a oferecer bolsas de estudos, vale-supermercado, plano de aposentadoria ou de previdência e seguro-saúde, entre outros benefícios, para um líder de uma das entidades brasileiras. A idéia é melhorar a condição de vida dessas pessoas que ajudam os outros. "Esse projeto deverá ser uma porta de entrada para as empresas que pretendem se iniciar no Terceiro Setor", afirma Kanitz.

Empresas gaúchas realizam III Fórum de Responsabilidade Social

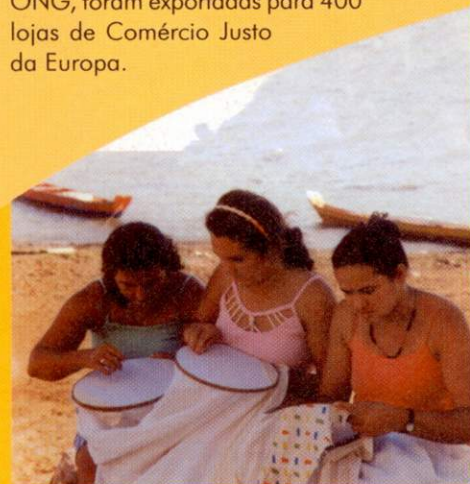
Promovido pela Azaléia e Copesul, o evento contou com a presença do ministro da Educação, Cristovam Buarque, além de grandes empresas, ONGs e profissionais liberais. Nesta edição, a proposta foi criar um espaço para discussão e entendimento entre o Primeiro, Segundo e Terceiro setores, na busca de eficiência e ação conjunta. Empresas e sociedade estão refletindo, cada vez mais, sobre sua responsabilidade como agentes sociais, chegando a um consenso de que o bem-estar social e qualidade de vida só serão alcançados através da participação e do envolvimento de todos os grupos. "responsabilidade social é ter a visão, o sentimento e o objetivo de fazer com que a pessoa, independentemente do envolvimento que tenha na organização, seja considerada como ser humano", diz Darcy Berlitz, gerente de comunicação de recursos humanos da Azaléia.



(da esquerda para direita) o diretor da Copesul, Henrique Leopoldo Schulz, o ministro da Educação, Cristovam Buarque e o gerente de comunicação de recursos humanos da Azaléia, Darcy Berlitz

Mostra de artesanato solidário em Recife

A Mostra de Artesanato para o Mercado Justo Europeu aconteceu no Hotel Marante, onde foram expostos trabalhos resultantes das atividades de mobilização comunitária propostas pela ONG Visão Mundial. O objetivo foi difundir a temática de comércio solidário e mostrar como funciona o mercado do artesanato para este segmento por meio de palestra com o importador. Para se ter idéia, somente em março deste ano, quase 7 mil peças produzidas nos Projetos de Desenvolvimento de Área, apoiados pela ONG, foram exportadas para 400 lojas de Comércio Justo da Europa.



FOTOS DIVULGAÇÃO

Bordados da Associação Art Ilha, de Alagoas

Contribuição das universidades no combate à fome

Os ministros Cristovam Buarque, e José Graziano da Silva, além de Oded Grajew, assessor especial do presidente da República, lançaram o manual "Segurança Alimentar: a contribuição das universidades". Resultado de parceria entre várias entidades, como o Instituto Ethos, o manual apresenta, de forma didática, conceitos sobre segurança alimentar, a legislação existente e as possibilidades de atuação e contribuição da comunidade universitária e das instituições de ensino superior no combate à fome. "As universidades podem cumprir com sua responsabilidade social, colocando recursos materiais e intelectuais à serviço da sociedade", afirma Paulo Itacarambi, diretor-executivo do Instituto Ethos.

Inaugurado primeiro centro de documentação sobre convivência familiar do País

Aberto pela Fundação Orsa e CeCIF, o Centro de Documentação e Estudos Roberto da Silva leva o nome do professor, mestre e doutor pela USP, considerado um dos principais estudiosos sobre as condições de crianças e adolescentes brasileiros. O espaço criado em sua homenagem é aberto ao público para disseminar informações sobre crianças e adolescentes, especialmente cujos direitos não estão sendo contemplados ou foram violados. O objetivo é estimular o aprofundamento teórico, técnico e científico de pessoas e profissionais que tenham interesse em temas relativos à convivência familiar. Entre os principais materiais catalogados, o acervo dispõe de livros, teses, artigos, periódicos, anais, vídeos e CD-ROMs. Além da consulta física, é possível fazer pesquisa on-line no endereço www.cde-robertodasilva.org.br. O Centro de Documentação fica localizado na Rua Frei Caneca, 322, 3º, São Paulo, e funciona de segunda a quinta-feira, das 9 às 18 horas.

1º Seminário Criança Esperança

Em Brasília, a Unicef e a Rede Globo uniram cerca de 280 pessoas, entre pesquisadores, representantes de ONGs, técnicos de governos e de organismos internacionais para debater as desigualdades no Brasil sob a ótica dos direitos das meninas e meninos brasileiros. Estiveram presentes, entre outros, Reiko Niimi, representante do UNICEF no Brasil; Rigoberta Menchú, Prêmio Nobel da Paz em 1992; Albert Alcoulombre Jr., diretor de Planejamento e Projetos Sociais da TV Globo; Carlos Lopes, coordenador do Sistema das Nações Unidas no Brasil; Maria Eliane Menezes de Farias, procuradora federal dos Direitos do Cidadão; Benedita da Silva, ministra da Assistência e Promoção Social e Geraldo Brindeiro, procurador geral da República.



Doutores Cidadãos é finalista do I Prêmio UNICSUL de Intervenção Social

Iniciativa da organização Canto Cidadão, o projeto "Doutores Cidadãos na rede hospitalar de São Paulo" é um grupo de voluntários que visita hospitais públicos com o propósito de levar alegria a hospitalizados adultos e idosos, amenizando o desconforto causado pela internação. Criado há quatro anos por Roberto Ravagnani, colaborador da **Revista Filantropia**, o projeto ficou entre os cinco finalistas do I Prêmio UNICSUL de Intervenção Social, promovido pela Universidade Cruzeiro do Sul. Outra novidade é que a equipe acaba de fechar mais uma parceria, desta vez com o Hospital Estadual Mário Covas, de Santo André. Quem estiver interessado em participar do projeto, o Canto Cidadão oferece cursos de capacitação.



www.cantocidadao.org.br

(11) 3704-7201

Doutores Cidadãos amenizam
desconforto de adultos
hospitalizados



Ato pela paz

Mais de mil pessoas entre alunos da rede pública de ensino e líderes religiosos reuniram-se em São Paulo para um ato em favor da paz entre Israel e Palestina. A manifestação teve a participação do rabino Henry Sobel, do sheik Ali Abnune, do padre Valério Lopes e outros.

Volta ao mundo contra a violência infantil

O franco-canadense Jean Béliveau está atravessando o mundo a pé para chamar a atenção para a paz e a não-violência. Ele visitou a Fundação Abrinq onde conversou com crianças e adolescentes para saber da atuação do grupo na comunidade. Em suas andanças, Jean visitou diversas organizações que defendem os direitos de crianças e adolescentes.

3ª Plenária Nacional de Economia Solidária

Realizada em Brasília, a plenária antecede as estratégias para a instalação do Fórum Brasileiro de Economia Solidária, que será o instrumento de articulação e mobilização das mais diversas práticas existentes em todo o País.

MG sedia

I Encontro do Terceiro Setor

Em junho, a UNI-BH recebeu inúmeros participantes para ampliar os debates em torno do Marco Legal do Terceiro Setor. Assuntos relevantes como captação, gestão e aplicação de recursos financeiros, ética, responsabilidade social, empreendedorismo e capacitação profissional também foram abordados no encontro.

Faculdade para negros

Foi aberta a primeira faculdade do Brasil voltada para negros, chamada Zumbi dos Palmares. A iniciativa é da ONG Afobras, que prevê a destinação de pelo menos 50% das vagas a negros e afro-descendentes. A sede provisória da universidade será o antigo prédio do Fórum de São Bernardo do Campo, em São Paulo. O vestibular começa em novembro deste ano e oferecerá, numa primeira etapa, apenas o curso de Administração de Empresas.

Acontece

Ashoka indica 13 novos empreendedores sociais

Selecionados entre 300 lideranças de todo País, treze novos empreendedores sociais brasileiros passarão a receber da Ashoka uma bolsa mensal de até R\$ 4 mil, além de integrar a maior rede mundial de empreendedores sociais. O principal critério para a eleição de um novo empreendedor social é o caráter inovador do projeto e o seu potencial de impacto. Os treze selecionados são:

- Alexandre Silva Chaves (Itanhém-BA)
- Amália Ficher (RJ)
- Elie Guimarães Jr (SP)
- Guilherme Souza (Itaocara-RJ)
- Herivelto Silva Teixeira (Fortaleza-CE)
- Karla Emmanuela Hora (Goiânia-GO)

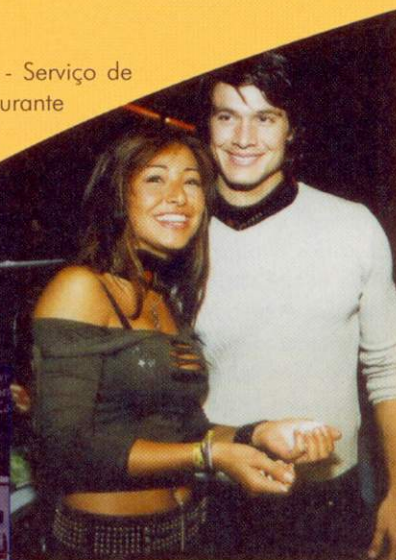


- Laury Cullen Jr (Teodoro Sampaio-SP)
- Marluze dos Santos (São Luis-MA)
- Miriam Assumpção e Lima (Belo Horizonte-MG)
- Paulo Célio Figueiredo (Governador Valadares-MG)
- Rubens Pereira Gomes (Manaus-AM)
- Socorro Guterres (São Luis-MA)
- Valdecir do Nascimento (Salvador-BA).

Jantares beneficentes aguçam doações a entidades

Para arrecadar recursos para suas obras e divulgar seus trabalhos, as ONGs Care Brasil e SIC - Serviço de Informação da Carne, ofereceram um jantar beneficente de degustação de carnes. Realizado no restaurante Rubaiyat Figueira, em São Paulo, foram servidos pratos de picanha, bife de chouriço e baby beef. A verba captada, de aproximadamente R\$ 12 mil, será revertida para as ações de combate à pobreza da Care Brasil e para os serviços de informação que o SIC promove. A AACCC - Associação de Apoio à Criança com Câncer - também recebeu apoio do restaurante Yabany que, durante uma semana, reverteu 5% do consumo do almoço e jantar para a entidade. A ação ainda contou com o evento Loucos por Sushi, com a participação de diversas personalidades, entre elas, Sabrina do 3º Big Brother Brasil.

Participantes do jantar da Care degustam carne. Ao lado Sabrina Sato e Flávio Mendonça preparam sushis



Perda do certificado de filantropia abre polêmica

No mesmo dia do 1º Congresso Brasileiro de Direito do Terceiro Setor, 27 de junho, a informação divulgada pelo jornal O Estado de S. Paulo sobre a perda do certificado de filantropia de algumas universidades, dentre elas o Mackenzie, fez levantar polêmica sobre a atuação do CNAS e do Ministério da Previdência no processo de certificação.

Ocorre que, em maio deste ano, o governo transferiu ao ministério o parecer final sobre os certificados, o que tem gerado inúmeras discussões, inclusive na esfera jurídica.

No caso do Mackenzie, a renovação do certificado, que havia sido deferida pelo CNAS, foi cassada pelo Ministério da Previdência, após auditoria na universidade.

Presente ao congresso, o diretor-presidente do Instituto Presbiteriano Mackenzie, Custódio Pereira, falou à *Revista Filantropia* de como recebeu a notícia sobre sua instituição. "O Mackenzie tem 133 anos e desde sua origem já fazia filantropia, muito antes de existir um certificado".

De acordo com o secretário-executivo do Ministério da Previdência, Álvaro Sólón, a universidade não estava cumprindo a lei, que prevê a aplicação de 20% da receita bruta anual de instituições de ensino em gratuidade para alunos carentes. "Além disso, tradição não é requisito para isenção", afirma.

Para tentar reaver o certificado, Custódio diz que a universidade está entrando em vias administrativas para pedir que o ministro reconsidere a decisão.



Custódio Pereira, diretor-presidente do Mackenzie: "já fazíamos filantropia muito antes de existir um certificado"

Evento reúne empresários e governo no combate à fome

Painéis apresentados em seminário mostram como a iniciativa privada pode ajudar o programa Fome Zero

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social promoveu, em conjunto com o jornal Valor Econômico, em São Paulo, o painel "O papel da Iniciativa Privada no Combate à Fome".

O seminário, que contou com a presença, entre outros, do ministro da Segurança Alimentar e Combate à Fome, José Graziano, e do assessor especial do presidente da República, Oded Grajew, foi voltado principalmente a empresas, orientando-as em como atuar no programa social criado pelo governo Lula.

Na ocasião, Oded Grajew concedeu entrevista especial à **Revista Filantropia**, na qual conta mais detalhes sobre os próximos planos do governo a respeito do Fome Zero e sobre a responsabilidade social das empresas.

Por
DANIELA TCHERNIACOWSKI

Filantropia: *Por que o presidente Lula colocou a fome como principal ponto de partida para seu governo?*

Grajew: A fome sempre existiu. Por isso, o presidente colocou o tema na agenda nacional como a grande prioridade, transferindo-a para as ações governamentais e a mobilização da sociedade.

Filantropia: *Qual é o peso da participação das empresas privadas no programa?*

Grajew: Hoje, o setor empresarial é o mais poderoso da sociedade. É o que detém recursos financeiros, econômicos, tecnológicos e de conhecimento. A participação das empresas é quase vital para eliminar a pobreza no País. Temos falado para as empresas que as ações, em sinergia com o Governo, têm de ser feitas junto com as comunidades. Para orientar melhor as empresas, criamos uma ONG com dezenas de grandes empresários brasileiros que vai ajudar a estruturar e ampliar as ações do Fome Zero no Brasil.

Filantropia: *Fale mais sobre essa ONG.*

Grajew: Ela foi criada para dar uma estruturação maior dessa mobilização empresarial. Entre os empresários, estão Antônio Ermírio de Moraes, Abílio Diniz, José Pessoa Queiroz, Horácio Lafer Piva e muitos outros. Estamos fazendo algumas ações como a realização de um informativo dirigido a entidades empresariais e a Expo Fome Zero que vai ser feita em fevereiro de 2004, para mobilizar outras empresas a se engajar.

Filantropia: *Partindo dessa transparência, o governo pretende angariar cada vez mais fundos e ter maior participação da iniciativa privada?*

Grajew: Existem estudos que comprovam existir recursos suficientes no Brasil para fazer a inclusão daqueles que estão excluídos da sociedade. Basta vontade política e competência para mapear os recursos e as carências e fazer o casamento entre eles. Esse é o grande desafio do Fome Zero. Se cada empresa brasileira pensasse em quantas pessoas poderia alfabetizar em cerca de três anos, acabaríamos com o analfabetismo no Brasil, por exemplo.

Filantropia: *Existe uma preocupação de muitas entidades e empresas que já trabalham com inclusão social de esse programa ser assistencialista. Isso não prejudica o trabalho?*

Grajew: Temos registrado que todas as entidades não só continuam sendo apoiadas pelas empresas, como ganharam maior suporte. Além disso, novas entidades sociais têm sido beneficiadas pelas empresas. A direção que está sendo tomada pelas empresas para se chegar à população é através de parcerias com entidades sociais. O Programa Fome Zero não quer ser meramente

assistencialista. Ele inclui a educação, alfabetização e o emprego, sempre dando o peixe e ensinando a pescar ao mesmo tempo. E sempre em parceria com entidades sociais.

Filantropia: *As empresas parceiras têm algum tipo de retorno governamental, como isenção de impostos?*

Grajew: Apoiar iniciativas de inserção social ou de combate à pobreza faz parte da gestão de responsabilidade social das empresas. Aquelas mais socialmente responsáveis são as que têm funcionários mais comprometidos, engajados. No mundo todo, o movimento da responsabilidade social empresarial hoje está tendo maior adesão porque elas perceberam que esse é um grande fator de competitividade. O governo não está dando nenhum incentivo fiscal, tributário ou monetário. As empresas estão fazendo porque querem participar, faz bem a elas e à sociedade. Cada vez mais é difícil imaginar uma empresa próspera numa sociedade deteriorada.

Filantropia: *Se a empresa deve ao governo federal, por exemplo, ela não pode ser parceira?*

Grajew: Há um cadastro de inadimplentes com o Governo, sendo que um dos critérios para a empresa ser parceira é não estar nesse cadastro.

Filantropia: *Como o presidente pretende convencer o mundo da importância do combate à fome?*

Grajew: Colocando o tema como prioritário, da mesma forma que fez no Brasil. Assim como em Davos, durante o Fórum Econômico Mundial, também irá argumentar na ONU, em setembro, e na FAO, em outubro. Não só através de discurso, mas de propostas e no monitoramento das ações que estão sendo efetuadas. Em 1995, em Copenhague, mais de 140 chefes de estado se comprometeram com uma série de ações para combater a pobreza no mundo. Porém, praticamente nenhuma das propostas foram cumpridas. Para que isso não aconteça, acreditamos que a sociedade deve cobrar promessas e resultados.

Filantropia: *O governo também tem falado na criação de um fundo mundial de combate à pobreza.*

Grajew: Sim. Os recursos seriam exatamente iguais ao que cada país gasta em armamentos. Hoje, o orçamento mundial para o desenvolvimento de armamentos é de US\$ 850 bilhões, sendo metade só dos Estados Unidos. Ou seja, acreditamos que o fim da fome e da pobreza não se deve à falta de recursos, mas de prioridades. Tanto que o presidente Lula tem dito que se a porcentagem do que é destinada a matar pessoas fosse para salvar vidas, seria um grande avanço da civilização.

Acontece

Congresso discute questões jurídicas do Terceiro Setor

Aspectos sobre as certificações públicas e o Novo Código Civil foram alguns dos destaques do I Congresso Brasileiro de Direito do Terceiro Setor

Por
DANIELA TCHERNIACOWSKI



O presidente da OAB/SP (esquerda) cumprimenta Marcos Biasoli



Público lota auditório do Gran Meliá Morrafeij

Realizado pela Econômica Desenvolvimento Empresarial, o I Congresso Brasileiro de Direito do Terceiro Setor reuniu mais de 400 pessoas no Hotel Gran Meliá Morrafeij, em São Paulo, onde foram discutidos diversos assuntos de enfoque jurídico relativos ao Terceiro Setor.

O evento foi aberto pelo presidente da OAB de São Paulo, Carlos Miguel Castex Aidar, que falou da importância das leis criadas para regulamentar as atividades de entidades e organizações sem fins lucrativos e do crescimento cada vez maior de profissionais do Direito interessados em contribuir para o desenvolvimento do Terceiro Setor. "É um mercado de trabalho que vem se ampliando e se especializando. Por isso que, muito em breve, o Direito do Terceiro Setor já deverá estar integrado à grade curricular das faculdades no Brasil", afirma Aidar.

O Novo Código Civil também foi colocado em pauta pelo Procurador Geral de Justiça de Brasília, José Eduardo Sabo Paes, que tratou das mudanças que impactam na constituição e manutenção das entidades, considerando processos como a eleição da vocação e da estrutura jurídica e o estatuto social. Outro ponto abordado foi o papel do Ministério Público no monitoramento das entidades. Sobre isso, ele afirmou que "cabe ao ministério acompanhar o trabalho das entidades para fazer com que elas cumpram suas finalidades. Nesse sentido, o MP pode trabalhar junto com os órgãos responsáveis pela área social, como o CNAS e mesmo a Previdência Social, contribuindo na avaliação das organizações".

O congresso ainda contou com a presença do contador e advogado Sérgio Roberto Monello, que palestrou sobre as certificações públicas do Terceiro Setor, na área de Direito Administrativo.

Em passagem por São Paulo, o presidente do CNAS, Antônio Brito, fez um breve balanço de seu mandato (que termina dia 14 de agosto) a partir de alguns aspectos que verificou durante seu trabalho no Conselho.

Um deles é quanto à decisão do Governo Federal de incumbir o Ministério da Previdência a dar a posição final sobre os certificados de filantropia.

Desde que essa medida foi tomada, o CNAS vem "concorrendo" com o Ministério pela avaliação das atividades das entidades filantrópicas.

"Houve uma inversão do qualitativo para o quantitativo. Ou seja, a certificação hoje está muito mais dependente dos fatos contábeis pela Previdência, do que do próprio contexto social em que as entidades estão inseridas. Amarrar o certificado de filantropia apenas a um mero aspecto de contabilidade é definitivamente acabar com a história de toda a conquista da Assistência Social", diz Brito.

O presidente do CNAS também comentou sobre os atrasos nas certificações. "Levamos, em média, dois anos para dar o certificado, sendo que todo dia recebemos de 20 a 30 pedidos novos de certificação e, até o final deste ano, quase quatro mil entidades entrarão com a renovação do documento".

Nesse sentido, Antônio Brito propõe estender, de três para cinco anos, o prazo de reconhecimento dos certificados para diminuir o processo burocrático. "Durante esse período, o CNAS continuará realizando fiscalizações rigorosas para garantir o uso correto dos recursos públicos passados pelas entidades via benefícios fiscais", explica.

Antônio Brito: "Amarrar o certificado de filantropia apenas a um aspecto de contabilidade é acabar com a história da Assistência Social"



O governo e sua responsabilidade social

Segundo a Constituição de 1988, é dever do governo construir uma sociedade livre, justa e solidária; garantir o desenvolvimento nacional; erradicar a pobreza e marginalização; reduzir as desigualdades sociais e regionais e promover o bem de todos

Por
MARCOS BIASIOLI

O tema dessa matéria visa mensurar a extensão da responsabilidade do governante no que se refere às questões sociais impostas a ele por conta do encargo político que assumiu para governar. Não há aqui, então, a pretensão de analisar o governo como instituto de direito público, mas sim o representante do Poder Executivo (presidente da República, governador do Estado e o prefeito do Município).

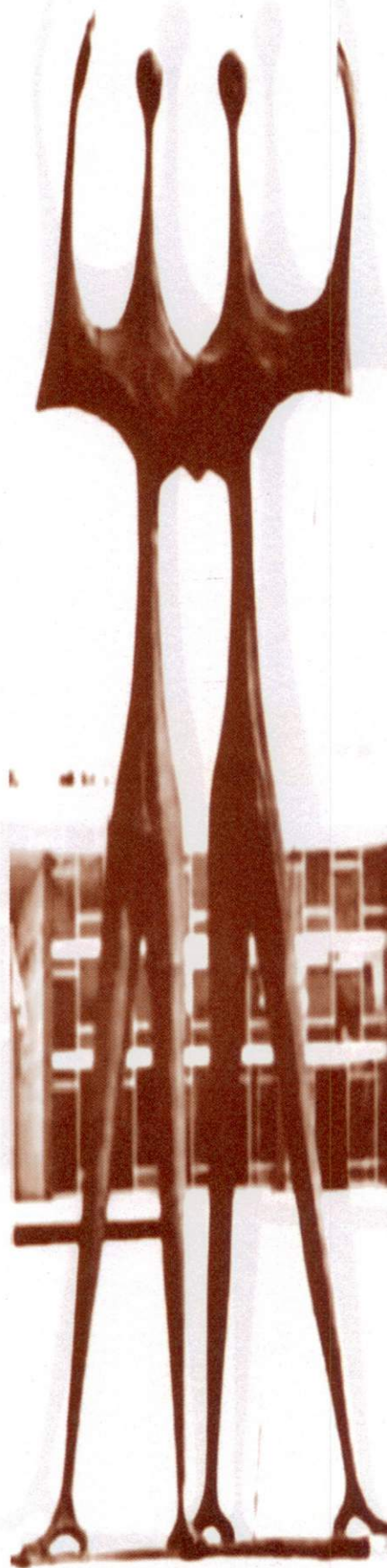
Não há como analisar a responsabilidade pessoal do governante sem que antes analisemos a estrutura da forma de governo adotada por nosso País, pois dela é que partem os limites dos representantes políticos.

Sob esse prisma, o Brasil, como sabemos, adotou o sistema de República que representa um regime político de igualdade formal entre as pessoas, o qual foi adotado desde 1889 e regulamentado através da Constituição Federal de 24/2/1891, que assim dispunha: "Todos são iguais perante a lei. A República não admite privilégio de nascimento, desconhece foros de nobreza e extingue as ordens honoríficas existentes e todas as suas prerrogativas e regalias, bem como os títulos nobiliárquicos e de conselho."¹

Com a simples leitura da cártula constitucional da época, logo deduzimos que a intenção do legislador foi imprimir um caráter isonômico de tratamento a todos os brasileiros, sem qualquer tipo de discriminação, por meio de uma república.

O professor e jurista Geraldo Ataliba, com muita propriedade e clareza, externou sua posição quanto à forma republicana de governar: "Não teria sentido se os cidadãos se reunissem em república, erigissem um estado e outorgassem a si mesmos uma constituição em termos republicanos, para consagrar instituições que tolerassem ou permitissem, seja de modo direto, seja indireto, a violação da igualdade fundamental, que foi o próprio postulado básico, condicional, da ereção do regime. Que dessem ao Estado – que criaram em rigorosa isonomia cidadã – poderes para serem usados criando privilégios, engendrando desigualdades, favorecendo grupos ou pessoas, ou atuando em detrimento de quem que seja. A *res publica* é de todos e para todos. Os poderes que de todos recebe devem traduzir-se em benefícios e encargos iguais para todos os cidadãos. De nada valeria a legalidade, se não fosse marcada pela igualdade."²

Aproveitando-se do ensinamento do mestre Ataliba, e complementando-o com a análise conjunta de nossa lei maior,



podemos afirmar que a forma republicana de governar possui na alma a democracia, que permite igual direito a seu povo, inclusive eletivo, e somente através dela é que se encontra a real legitimidade para se dirigir uma nação constituída como República. A atual constituição prevê que "todo o poder emana do povo, que o exerce por meio de representantes eleitos (...)"³.

Em síntese, o presidente da República, os governadores e os prefeitos, sem adentrar na seara do legislativo, são representantes do povo e agem através de um mandato (procuração) outorgado pelo povo, com prazo determinado, e mediante limites para o exercício das atribuições por ele conferidas, ora tiradas da própria constituição⁴.

Para que possamos tirar uma linha conceitual de responsabilidade governamental, teremos que nos aprofundar no exame das referidas atribuições que o povo outorgou aos seus representantes por meio da constituição.

A Constituição, no artigo terceiro, diz que constituem objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil alguns itens como:

"I – Construir uma sociedade livre, justa e solidária"

Nossa atual sociedade já nasce livre e independe da vontade ou iniciativa do governo, que não pode, sob pena de ferir princípios constitucionais, retirar de nós tal direito vitalício.

A solidariedade prevista na lei é empírica e subjetiva, e representa, segundo nossa interpretação, o espírito de igualdade social a ser seguido pelos integrantes da República, especialmente o governo.

Sociedade Justa

Neste tópico, acredita-se que dependa muito mais do governo que do povo, pois ele possui a ferramenta legislativa que permite balizar a economia para evitar a desigualdade social, que se dá por meio da cobrança de tributos e sua simultânea repartição.

A cobrança de tributos não desbanca o princípio republicano, que traz no âmago a igualdade entre as pessoas, desde que não afronte outro princípio, o da igualdade tributária, ou seja, a lei que trata sobre tributos deve ser igual para todos, sendo vedado atingir uns em detrimentos de outros, o que quebra a isonomia republicana.

O princípio da igualdade tributária não se contrapõe ao princípio da capacidade contributiva que, em termos econômicos, resulta na obrigação governamental de cobrar mais, porém proporcionalmente, de quem tem mais, e cobrar menos, na mesma proporção, de quem tem menos.

De forma resumida, se pode afirmar que uma das responsabilidades sociais do governo é

tornar a sociedade justa por meio de um sistema tributário justo, no qual o pobre contribui com a proporção de sua pobreza e o rico na sua riqueza, e juntos combatem as desigualdades.

"II – Garantir o desenvolvimento nacional"

Cabe ao presidente da República, ora representante da União Federal, criar planos nacionais e regionais de desenvolvimento econômico e social, pois assim determina a lei.⁵

A mera elaboração de um plano não abona a ação do representante do Poder Executivo, pois um dos ingredientes de todo plano é sua viabilidade econômica, prazo para concretização e pronta ação.

Não há exagero em afirmar que integra o rol da responsabilidade social governamental o desenvolvimento do Brasil por meio de consistente planejamento de caráter nacional, o que restringe a possibilidade de eximir-se de agir em Estados da Federação, perante a existência de governo local, da mesma ou distinta ideologia partidária.

"III – Erradicar a pobreza e marginalização e reduzir as desigualdades sociais e regionais"

O povo engana-se quando vota em certo presidente ante ao fato da promessa de campanha trazer consigo plano de erradicação da pobreza, combate à marginalidade e fim das desigualdades sociais.

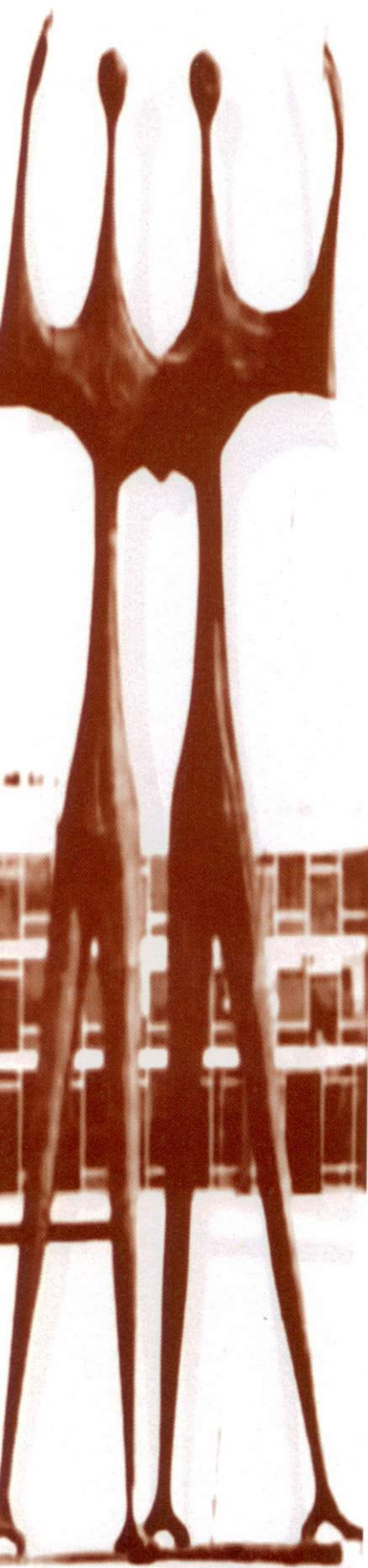
As promessas não são promessas, mas sim ordem legal, constitucional, ou seja, é a atribuição que o povo estará conferindo ao seu mandatário (presidente, governador e prefeito, além dos postulantes ao legislativo) que, querendo ou não, estará obrigado a atender a sua vontade, sob pena de perder o poder para ele representar.

Os programas sociais de autoria governamental soam, portanto, como criações partidárias, que potencializam a popularidade, mas, em verdade, apenas traduzem a vontade do povo, ora escrita na Constituição Federal.

Contudo, assinala-se que a criação de mecanismos para o combate da desigualdade social, que refletirá no embate direto da marginalização, assim como no certo combate à fome e pobreza, representa uma das maiores responsabilidades sociais do governo.

"IV – Promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação"

A responsabilidade social do governo, além de primar pela harmonia do povo lhe conferindo bem-estar, também inibe a prática dos referidos preconceitos por normas específicas, ressalvadas as





Uma das responsabilidades sociais do governo é tornar a sociedade justa por meio de um sistema tributário justo, no qual o pobre contribui com a proporção de sua pobreza e o rico, da sua riqueza

exceções admitidas na própria Constituição (não elegibilidade e ausência de acesso aos cargos públicos por estrangeiros).

Em resumo, o governante que olvidar esforços para permitir a justiça social por meio de desenvolvimento planejado de desigualdade, visando banir a pobreza e a fome, falta com sua responsabilidade social.

Em tal linha de entendimento, o Terceiro Setor é o principal aliado do governo quanto o cumprimento de sua responsabilidade social, pois, pela organização da sociedade, ajuda-o a cumprir os objetivos fundamentais da República, sendo sua maior missão.

Assim, o governo que permitir o abandono e até falência dos hospitais filantrópicos, abrigo de idosos, entidades de proteção à família, ao menor, ao adolescente, ao deficiente físico, bem como aquelas de educação, sob o pretexto de que se tratam de ações de natureza privada,

age com desídia e até mesmo comete crime de responsabilidade⁶, pois a ele foi dado pelo povo, através da Lei Maior, a prerrogativa e dever de assistir à sociedade, facultando a ela, inclusive a incluir na Lei Orçamentária⁷, "auxílios e subvenções" em prol de tais organismos de defesa ao próximo.

Logo, não é lícito e gera irresponsabilidade descumprir a Lei Orçamentária, principalmente em detrimento do social, que é o pilar da República.

Enfim, a responsabilidade social do governo é aquela que deriva do fiel cumprimento dos objetivos fundamentais de nossa República, como primar pela liberdade e solidariedade da sociedade, garantindo a ela desenvolvimento justo, com o propósito de erradicar desigualdades, eliminando preconceitos, e, por consequência, a fome e a pobreza que resultará no fim da marginalidade.

Segundo a tão mencionada Consti-

tução Federal⁸, o governante que transgredir os propósitos da República viola a responsabilidade que assumiu frente ao povo, inclusive se a ele não prestar contas⁹, podendo ser levado da apoteose do poder ao banco dos réus. 

SOBRE O AUTOR

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

1 Artigo 72, parágrafo segundo.

2 Instituições de Direito Público e República, p. 175.

3 § Único, do art. 1º, CF/88.

4 Art. 3º, CF/88.

5 Art. 21, IX, CF/88.

6 Art. 85, VI, CF/88.

7 Lei 10.524/02.

8 Seção III, do Capítulo II, da Constituição, aduz que constitui crime de responsabilidade os atos do Presidente da República que atentem contra: a existência da União; livre exercício dos outros poderes autônomos (legislativo, judiciário e ministério público); exercícios dos direitos políticos, individuais e sociais; segurança interna do País; probidade administrativa; lei orçamentária e cumprimento das leis e das decisões judiciais.

9 Segundo o art. 70, § único, CF/88, é dever do governante, entre outros, prestar contas à sociedade.



Grupo Sergio Monello

Escritório Contábil Dom Bosco

➤ **Contabilidade de entidades do 3º Setor**

➤ **Assessoria fiscal, previdenciária e trabalhista**

➤ **Assessoria em departamento pessoal**

➤ **Assessoria filantrópica em assistência social**

37 anos de exclusivo compromisso com as entidades religiosas e beneficentes de assistência social

www.sergiomonello.com.br

Fone: **(11) 3872-1195**

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

10 Princípios para Organizar-se – Quinta Parte

Processos primários e secundários de organização – continuação

No artigo anterior foram abordados processos primários e secundários. Toda e qualquer organização apresenta ambos os processos mesmo que eles não estejam documentados.

Os processos primários são os que efetivamente irão produzir os bens ou serviços que a instituição, por definição em sua criação, se dispõe a produzir.

Por meio da definição dos processos primários é possível definirmos, entre outros elementos:

- Os custos de cada atividade, que serão calculados com base nos seguintes fatores:
 - mão-de-obra;
 - insumos (água, luz, telefone etc.);
 - equipamentos (valor da depreciação);
 - softwares (valor da manutenção mensal).

O detalhamento desses valores possibilitará a criação do “plano de negócio” da instituição, permitindo que ela possa captar recursos e criar os controles financeiros.

- materiais que serão usados em cada atividade
- dados e informações que orientarão a execução de cada atividade

Depois do processo primário ser criado ou documentado, pode-se iniciar o mesmo trabalho com os processos secundários (lembrando que, se houver mais de um bem ou serviço sendo produzido, é provável que existam vários processos primários).

Os processos secundários servem para apoiar todos os processos, inclusive os primários. O RH contrata pessoas para todas as outras áreas, até mesmo para sua própria área. Alguns exemplos de processos secundários são:

- contratação de pessoal
- treinamento de pessoal
- compras

A definição das tarefas de cada atividade deve seguir um roteiro simples, como o exemplo no quadro abaixo.

Com a quinta parte dos 10 Princípios para organizar-se, completamos os dois sub-itens:

- definir os processos que “produzirão” os produtos da instituição
- definir os processos que “suportarão” os processos primários e os secundários.

ROTEIRO PARA UM PROCESSO DE COMPRAS

1. receber solicitação de compras, com os itens a adquirir
2. contatar fornecedores cadastrados
3. solicitar cotação de preços com base nos padrões da instituição
4. ...

SOBRE O AUTOR

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

Informações

@ tadeucruz@trcr.com.br



Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Desigualdade Racial

O presidente da República, para os efeitos do disposto no artigo 62 da Constituição, cria como órgão de assessoramento imediato à Presidência, a Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial, através da lei federal

de n.º 10.678 de 23 de maio de 2003. A SEPPIR visa formular, coordenar e articular políticas e diretrizes para a promoção da igualdade racial, com ênfase na população negra, afetada por discriminação racial e demais formas de intolerância.

Bolsas a universitários de baixa renda

Cerca de 800 estudantes universitários de baixa renda, que cursaram o ensino médio na rede Estadual, deverão ser cadastrados para atuarem como educadores do Programa Escola da Família na Baixada Santista.

Todos os universitários receberão bolsa-universidade, custeada com recursos do Governo do Estado de São Paulo e das universidades parceiras do projeto.

Os educadores serão contratados de forma autônoma pela Associação de Pais e

Mestres – APM – de cada escola, mediante o repasse de recursos da Secretaria de Estado da Educação, e receberão bolsa-universidade de até 50%, limitada a R\$ 267, sendo o restante da gratuidade complementado pela universidade parceira do programa.



Informações



www.escolafamilia.sp.gov.br



0800-7700012

Resolução sobre Previdência e Assistência Social

O presidente do TRF da 3ª Região instalou as 7ª, 8ª, 9ª e 10ª turmas, através da resolução n.º 128 de 19 de maio de 2003, com o fim de agilizar o trâmite das ações não-julgadas e as recém-distribuídas referente a benefício previdenciário e assistência social. A norma prevê que cada turma criada será

composta por um desembargador, com as respectivas subsecretarias processantes, determinando, ainda, a redistribuição de todos os processos judiciais não julgados, concernentes à Benefício Previdenciário e Assistência Social, em trâmite na 1ª Seção e nas 1ª, 2ª e 5ª turmas.

Doações ao Fome Zero possibilitam não-pagamento de tributos

Após toda propaganda veiculada na mídia sobre o programa Fome Zero, somente agora é que surgiram as primeiras regulamentações sobre isenções tributárias. Segundo o decreto 4.669 de 09 de abril de 2003, ficam reduzidas a zero as alíquotas do imposto sobre produtos industrializados – IPI – incidente sobre produtos doados ao Gabinete do Ministro de Estado Extraordinário de Segurança Alimentar e para emprego no programa Fome Zero.

Já o Conselho Nacional de Política Fazendária – CONFAZ – celebrou o convênio de n.º 18, estabelecendo que ficam isentas do imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre a prestação de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação – ICMS – as saídas de mercadorias, em decorrência das doações, nas operações internas e interestaduais destinadas ao atendimento do programa.



Informações



www.fomezero.gov.br

www.presidencia.gov.br/mesa



0800-7072003

Conselho Estadual de Segurança Alimentar e Nutricional

O Governador do Estado de São Paulo, Geraldo Alckmin, instituiu o Conselho Estadual de Segurança Alimentar e Nutricional, nos termos do decreto 47.763 de 11 de abril de 2003. O Conselho é órgão colegiado de caráter consultivo e de assessoramento imediato ao Governador do Estado, e tem como objetivo propor as diretrizes gerais de política estadual de segurança alimentar e nutricional. O artigo 2º da legislação estabelece que compete ao

Conselho acompanhar as ações na área da segurança alimentar e nutricional; articular áreas do governo estadual e de organizações da sociedade civil para a implementação de ações voltadas para o combate às causas da miséria e da fome; incentivar parcerias que garantam a mobilização e racionalização no uso dos recursos disponíveis; conscientizar a opinião pública e, por fim, propor diretrizes para o plano estadual de segurança alimentar.

Presidente Lula lança Câmara de Política Social

Criada através do decreto 4.714 de 30 de maio de 2003, a Câmara tem a finalidade de propor políticas públicas no âmbito das matérias relacionadas à área social do governo federal, tudo com o escopo de prover a articulação das políticas e o acompanhamento da implementação dos programas cujo objetivo ultrapasse a competência de um único ministério.

Lei altera procedimento para obtenção do certificado de filantropia

A MP de n.º 66 editada ano passado, que dispunha sobre a mini-reforma tributária, foi convertida na Lei 10.687 de 30 de maio de 2003, alterando a redação do artigo 18 da LOAS, passando a ter a seguinte redação:

“O art. 18 da Lei nº 8.742, de 7 de dezembro de 1993, passa a vigorar acrescido do seguinte parágrafo único:

“Das decisões finais do Conselho Nacional de Assistência Social, vinculado ao Ministério da Assistência e Promoção Social, relativas à concessão ou renovação do Certificado de Entidade Beneficente

de Assistência Social, caberá recurso ao Ministro de Estado da Previdência Social, no prazo de trinta dias, contados da data da publicação do ato no Diário Oficial da União, por parte da entidade interessada, do Instituto Nacional do Seguro Social - INSS ou da Secretaria da Receita Federal do Ministério da Fazenda.”

A mudança da legislação acaba por deflagrar a primeira crise de poder entre os ministros Ricardo Berzoini e Benedita da Silva. Apesar do CNAS integrar o novo Ministério de Assistência e da Promoção

Social, o ministro Berzoini, da Previdência Social, conquistou o direito de continuar julgando as decisões sobre o Certificado de Filantropia, sob o argumento de que possui técnicos mais bem preparados para a delegação da atribuição. Ocorre que a assessoria da pasta da Ministra Benedita da Silva, já enviou um ofício ao Ministro Chefe da Casa Civil, José Dirceu, argumentando que o dispositivo fere a CF/88. Por ora, as filantrópicas estão submetidas ao crivo recursal do ministro da Previdência Social.

Auditoria e Certificação

A auditoria externa é ferramenta fundamental para o processo de certificação de entidades sem fins lucrativos



É indispensável que as instituições detenham mecanismos de controle confiáveis que lhes auxiliem na manutenção das certificações

Um grande número de instituições ainda não se deu conta de que, ao obter Utilidade Pública Federal, Estadual, Municipal e Certificado de Entidade de Assistência Social – CEAS, entre outros, assume inúmeras responsabilidades, dentre elas, a necessidade de manter-se em dia com as certificações obtidas.

A transparência e a fidelidade das informações contábeis, bem como a segurança dos sistemas que lhes dão sustentação, são componentes essenciais para que as instituições obtenham controle confiável no processo de manutenção da certificação.

Via de regra, a certificação deveria ser um processo normal no dia-a-dia das instituições sem fins lucrativos. Todavia, o que se constata é que a maioria ainda não despertou para essa realidade. Na verdade, é essa responsabilidade que está vinculada à conquista desses títulos.

Todos os certificados obtidos pelas instituições agregam valor ao conjunto de suas atividades, quando utilizados adequadamente. Caso contrário, resultam em maior número de obrigações e inúmeras dificuldades.

Na avaliação da qualidade da certificação de uma instituição, a auditoria externa funciona como ferramenta de apoio e avaliação qualitativa, auxiliando e agregando valor, de forma positiva, às atividades em processo de certificação. Lamentavelmente, esse suporte trazido pela auditoria é muito mal utilizado e a grande maioria das instituições têm a auditoria apenas como uma obrigação.

Essa visão equivocada, que enxerga

a auditoria meramente como um custo a mais, tem trazido para as instituições alguns dissabores. Por exemplo: o que se tem visto normalmente é que a auditoria tem sido realizada após o encerramento de um período, seja trimestral, semestral ou anual. Quando realizada nesses moldes, a auditoria nada poderá agregar ao conjunto de atividades da instituição, uma vez que os atos e fatos já estão concretizados. Ou seja, muitos pontos polêmicos poderiam ser debatidos e esclarecidos e talvez até modificados se a auditoria tivesse sido feita no momento apropriado. Sendo assim, as eventuais ressalvas, qualquer que seja a sua origem, ao ser emitida Certificação pelo Parecer do Auditor Independente, já não podem mais ser evitadas.

A seguir, alguns pontos polêmicos que devem ser discutidos e avaliados na sua origem:

Trabalho Voluntário

O serviço voluntário vem conceituado no artigo primeiro da lei que o consagrou (Lei 9608/98): “Serviço voluntário é a atividade não-remunerada prestada por pessoa física a entidade pública de qualquer natureza, ou a instituição privada sem fins lucrativos, que tenha objetivos cívicos, culturais, educacionais, científicos, recreativos ou assistência social, inclusive mutualidade”.

O entendimento é claro e simples, e podemos ver que o que interessa é que “o trabalho seja prestado gratuitamente às

entidades públicas de qualquer natureza, compreendidos os órgãos da administração direta e indireta, ou a instituição privada sem fins lucrativos. Esses serviços devem ser prestados a pessoas jurídicas em atividades de proteção à família, à maternidade, à infância, à adolescência e à velhice, no amparo às crianças e aos adolescentes carentes, em ações de prevenção, habilitação e reabilitação de pessoas portadoras de deficiências, assim como em promoções gratuitas de assistência educacional ou de saúde, além da integração ao trabalho”.

Mas o foco principal que a lei tratou de deixar claro vem escrito no parágrafo único do artigo primeiro. Esse parágrafo influi diretamente no aparelhamento contábil das instituições, pois estabelece expressamente que “o serviço voluntário não gera vínculo empregatício, tampouco obrigação de natureza trabalhista, previdenciária ou afim”. Porém, não é o simples serviço voluntário que não gera vínculo, pois a lei exige que ele seja formalizado pela entidade em documento hábil a comprovar a inexistência do referido vínculo. Trata-se do termo de adesão.

Vejamos o que diz a lei: “O serviço voluntário será exercido mediante a celebração de um termo de adesão entre a entidade, pública ou privada, e o prestador do serviço voluntário, dele devendo constar o objeto e as condições do seu exercício”.

Não é necessário ser um *expert* para perceber que o ato de adesão é requisito formal e substancial à configuração do trabalho voluntário. Isto significa que, ausente essa formalidade, o trabalho deixa de ser voluntário e passa a ser disciplinado pelo conjunto das leis trabalhistas, com todos os vínculos e obrigações decorrentes.

Presentes os requisitos que caracterizarão o trabalho voluntário, resta outro ponto que deve ser muito bem analisado. Trata-se do fato de que o trabalho voluntário é um ato ou fato contábil, uma vez que agrega valor à atividade da instituição. Surge então a polêmica: esse ato/fato contábil deve ser reconhecido?

A matéria é polêmica. Alguns acham que deve haver reconhecimento, outros, não. Contamos então com a discricionariedade do contador da instituição e de seu auditor, dada a importância e a necessidade da interação e enquadramento adequado do procedimento contábil. Assim serão evitadas ressalvas por parte da auditoria. Mas esse adequado procedimento somente será possível executando-se um trabalho de auditoria permanente e preventiva. Jamais após o

encerramento de um período, ocasião em que os registros já estão efetivados.

Trabalho gratuito do religioso

As religiões são considerados sistemas unificados de crenças e práticas relacionadas com coisas sagradas que se projetam na vida social por meio de comunidades morais chamadas igrejas. Essas comunidades contêm normas de conduta religiosa emanadas da divindade, visando regular as relações entre o homem e Deus, e normas de caráter positivo criadas pela hierarquia de autoridades religiosas reguladoras das condutas exteriores dos diversos elementos da comunidade.

A ausência dos registros contábeis dos trabalhos voluntário e religioso pode inviabilizar a sua certificação junto ao CNAS, pois impediria o cumprimento da meta instituída pela legislação em vigor

O religioso, dentro de uma análise dogmática, desfruta de uma condição particular no ordenamento da Igreja Católica, corporificada na Santa Sé, a qual é pessoa jurídica de direito público externo. Compreendem-se nesse conceito os ministros de ofício, os eclesiásticos (entre eles, os clérigos) e os religiosos no sentido próprio, ou seja, aqueles que, ao entrar para as comunidades religiosas, proferem votos, desenvolvendo profissão evangélica segundo as regras do Ente.

Em consequência, quando o religioso, seja frei, padre, irmã ou freira, presta serviço por espírito de seita ou voto, desenvolve profissão evangélica à comunidade religiosa a que pertence, estando excluído do ordenamento jurídico-trabalhista, ou seja, não é empregado.

Nesse caso, o raciocínio é o mesmo. Partimos da premissa de que o trabalho do religioso é um ato/fato contábil, que agrega valor à atividade da instituição. Pergunta-se: deve ser reconhecido na contabilidade? Contamos, outra vez, com a discricionariedade do contador da instituição e de seu auditor. E com a necessária e saudável interação entre

esses dois profissionais. Em tempo hábil, para o inteiro benefício da instituição.

A ausência dos registros contábeis desses trabalhos (voluntário e religioso) que, para muitas instituições são significativos, pode inviabilizar a sua certificação junto ao CNAS, pois impediria o cumprimento da meta instituída pela legislação em vigor (aplicação em gratuidades de 20% da sua receita) ou reduziria sua capacidade de atuação por conta do cumprimento da meta definida.

Além dessas situações já comentadas, existem outras, que apresentam as mesmas dificuldades, quanto ao registro do ato ou fato contábil:

- Classificação dos tipos de gratuidades educacionais, à saúde e ao social;
- Consistência de centro de custo para bolsas de estudos (assistência educacional) e projetos sociais;
- Tipos de lançamentos contábeis apropriados para reconhecer as gratuidades;
- Documentação de sustentação para os registros contábeis;
- Demonstração contábil do atendimento aos pacientes do SUS;
- Como contabilizar doações com ausência de documentação;
- Registro contábil de convênios, parcerias ou contratos de gestão que não agregam receita às entidades, mas transferem obrigações e valores significativos a elas.

As instituições não devem perder de vista que, para crescer e agregar valor, elas necessitam e devem, com transparência e fidelidade, conquistar a confiança dos órgãos responsáveis pelo fornecimento dos certificados, sem esquecer que é importante, necessária e fundamental a certificação do auditor independente. 🍌

SOBRE O AUTOR

NILTON ANTONIO TIELLET BORGES. Fundador e diretor da Tiellet, Schmitt & Associados, é auditor e assessor de inúmeras entidades filantrópicas.

PARA IR MAIS LONGE

Seminário Filantropia e Gestão, dias 24, 25 e 26 de julho. Campinas/SP.

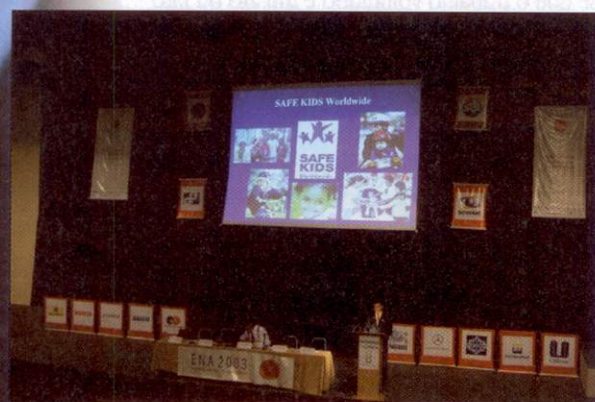
 **Informações**

 (51) 3325-2080

Comunicação e Responsabilidade

Por
DANIELA TCHERNIACOWSKI

“Desde 95, quando se abordava a importância das marcas, percebemos que a discussão da responsabilidade social já começava a fazer parte da agenda das empresas”



Apresentação da ONG Safe Kids no Encontro Nacional de Anunciantes de 2003

Social

Luiz Carlos Dutra, presidente da ABA – Associação Brasileira de Anunciantes – e Diretor de Assuntos Corporativos e Comunicação para América Latina da Dow Brasil, fala de responsabilidade social empresarial e da importância em firmar uma marca social e ambientalmente responsável

Composta por 300 associados que representam cerca de 75% do investimento publicitário feito no Brasil, a ABA – entidade sem fins lucrativos fundada há 41 anos – tem como parte de sua missão orientar atividades ligadas à propaganda e incentivar o intercâmbio de informações para otimizar às associadas o retorno dos investimentos efetuados na área de marketing.

Com sede em São Paulo, a associação também promove, a cada dois anos, um de seus maiores eventos, o Encontro Nacional de Anunciantes (ENA), cujo objetivo é discutir e analisar as tendências mais importantes da sociedade, economia e comunicação de marketing, além de colocar em discussão questões relevantes para as empresas anunciantes.

Foi em 2001, depois de verificar, ao longo dos últimos anos forte entrada de temas como responsabilidade social e ambiental, que a ABA realizou o ENA com o tema “Responsabilidade Social”. Na ocasião,

foram apresentados *cases* diversos de associadas já preocupadas em utilizar os assuntos como ferramenta de gestão e marketing.

“Desde 95, quando se abordava a importância das marcas, percebemos que a discussão da responsabilidade social já começava a fazer parte da agenda das empresas”, diz Luiz Carlos Dutra.

Segundo ele, os encontros de 1995 e 2001 propiciaram um debate maior a respeito de marca e responsabilidade social, que culminou na criação de um ENA (2003) voltado para reputação e sucesso. “O conceito está tão forte que foi incorporado às missões da ABA, em defender que a reputação é essencial para alcançar e manter o sucesso dos negócios”, explica.

Além de comentar sobre a responsabilidade social das empresas, Dutra fala da posição da transnacional Dow Química a respeito do grave acidente ocorrido em 1984, na cidade de Bhopal, na Índia, quando vazaram gases tóxicos letais da empresa Union Carbide, hoje adquirida pela Dow.

Filantropia: Como o tema da Responsabilidade Social chegou à ABA?

Luiz Carlos Dutra: A ABA sempre buscou mapear as tendências de mercado. Nós temos visto que no Brasil, como vem acontecendo no mundo, a perspectiva do consumidor e da sociedade mudou muito nos últimos 20 anos. Tanto que, em 95, o ENA foi realizado com o tema da importância das marcas. A partir desse encontro, sentimos que a discussão sobre marca de produto e marca corporativa começou a se interligar. A questão da responsabilidade social e ambiental já estava agregada aos conceitos de qualidade, preço, fidelidade do consumidor e comunicação criativa das empresas. Ou seja, hoje em dia, não adianta ter uma marca muito bem posicionada se a empresa não tiver uma postura social e ambientalmente correta. Por isso que, em 2001, quando o assunto estava já na pauta das empresas, resolvemos fazer o encontro com o tema da responsabilidade social.

Filantropia: O que houve de conclusão desse encontro?

Dutra: Foram apresentadas as melhores práticas e iniciativas das empresas. E isso foi uma grande descoberta, pois vimos que a maioria delas já tinha alguma atividade relacionada à responsabilidade social. Porém, a divulgação dessas ações ainda depende muito da cultura

de cada companhia. A nossa conclusão foi que a responsabilidade social já era considerada prioridade, não do ponto de vista de marketing, de se fazer “oba-oba”, mas de que realmente se tratava de contribuição fundamental esperada pela sociedade e o consumidor brasileiro já tinha essa expectativa.

Filantropia: O consumidor brasileiro está mais atento para isso?

Dutra: Ao menos nos Estados Unidos – e no Brasil não deve ser diferente – estudos mostram que quase 50% dos consumidores optam pelo produto cuja empresa tenha imagem mais responsável socialmente.

Filantropia: E como isso está evoluindo para as empresas?

Dutra: Elas estão cientes de que marca e responsabilidade social estão cada vez mais intimamente ligadas. E que o sucesso dessas marcas depende justamente de boa reputação no mercado, conquistada por uma cadeia de valores e princípios éticos da corporação. Isso propiciou que, em 2003, fizéssemos o 8º Encontro Nacional de Anunciantes sobre “Reputação e Sucesso”. O conceito está tão forte que foi incorporado às missões da ABA, em defender que a reputação é essencial para alcançar e manter o sucesso dos negócios. Isso

significa que as empresas não devem apenas adotar comportamento responsável com todos os espectros da sociedade e atuar de modo ativo em benefício de suas demandas sociais, mas estabelecer permanente diálogo com todos os *stakeholders* das organizações: de consumidores a acionistas, da opinião pública aos poderes governamentais, do universo acadêmico aos dirigentes comunitários, dos colaboradores e parceiros de negócios aos próprios integrantes das cadeias produtivas na qual a empresa está inserida.

Filantropia: De onde parte essa nova conscientização?

Dutra: Começa geralmente a partir dos funcionários. As empresas com postura socialmente responsável, que estimulam sua equipe a se engajar em projetos voluntários ou atividades sociais, são as que têm o melhor índice de satisfação no emprego. E isso se reflete na produtividade e na diminuição da rotatividade de pessoal.

Filantropia: As empresas estão realmente engajadas?

Dutra: Muitos *cases* apresentados no ENA de 2001 mostraram que as empresas não estavam lá pra dizer “investimos na área social porque vamos ter um retorno financeiro”. É

“As corporações sabem que para sobreviver, hoje, têm de ser social e ambientalmente responsáveis”

claro que há o retorno de imagem, que vai impactar no faturamento, mas os melhores exemplos de empresas engajadas são aquelas cuja responsabilidade social e ambiental está vinculada à filosofia da empresa, quando é parte de seu negócio contribuir para a sociedade.

Filantropia: Com a criação do Programa Fome Zero, muitas empresas resolveram ajudar o Governo, e fizeram forte divulgação dessa parceria. Não há perigo de ser apenas jogada de marketing para melhorar a imagem?

Dutra: Se a empresa usar a ação social como estratégia de marketing, ela não vai se sustentar. Independentemente do plano de comunicação que ela utiliza para chamar a atenção para si, o que vai medir a seriedade de seu trabalho são os resultados. Mas só vai consegui-los se apresentar projetos com início, meio e fim, com planejamento e metas.

Filantropia: E como a ABA costuma trabalhar essas questões junto às empresas?

Dutra: A ABA divulga as ações das empresas para o mercado, que é constituído por anunciantes, agências de publicidade e veículos de comunicação. Ela alimenta o mercado com informações e tendências e mostra a importância disso para estratégias de marca de produto.

Filantropia: Há algum exemplo de sucesso?

Dutra: Na Dow, por exemplo, há um programa chamado GII, em que foram selecionados 11 adolescentes, com acesso muito restrito ao estudo. A empresa permitiu que eles pudessem

concluir o colegial, oferecendo curso de inglês e computação e ajuda de custo para a família, tudo isso vinculado a uma boa performance na escola. Depois de formados no 2º grau, esses adolescentes foram fazer intercâmbio de um mês nos Estados Unidos. Ao voltarem, os que passaram no vestibular também ganharam estágio aqui na empresa. Este é um exemplo de que as corporações estão preocupadas em olhar a necessidade das comunidades e beneficiar com capacitação e geração de renda, mais do que com atuação assistencialista. Essa é a grande mudança que se verifica hoje no mercado.

Filantropia: Como isso ocorre?

Dutra: As empresas estão realmente desenvolvendo projetos ou preocupadas em identificá-los. Elas estão se estruturando e capacitando seus profissionais para observar essas oportunidades. Viram também que a sociedade está mais exigente e, em função disso, tiveram que se capacitar e fazer investimentos para serem mais eficientes, mais competitivas, mas sem agredir o meio ambiente, por exemplo. Isso é parte do negócio, não é custo, pois passou a ser investimento. Na área social, acontece o mesmo. Mas para atuar nisso, a empresa não precisa necessariamente montar uma fundação. Ela pode ter uma área ligada à comunidade e criar projetos para ela. Não existe a maneira ideal de fazer, mas a obrigação de fazer.

Filantropia: Essa exigência da sociedade também tem impacto na sobrevivência das empresas?

Dutra: Sim. As corporações sabem que, para sobreviver, hoje, têm de ser social e ambientalmente responsáveis. Na verdade, muito antes de se falar em responsabilidade social ou Terceiro Setor, já existiam alguns bons exemplos. E isso vem crescendo porque elas precisam se reinventar, criar opções novas para um mercado que está muito mais difícil. As empresas não vão conseguir evoluir, sob todos os aspectos, se não tiverem dentro de si esse foco de responsabilidades.

Filantropia: Por falar em responsabilidade, existe uma polêmica de que a área do acidente ambiental provocado, em 1984, pela Union Carbide, em Bhopal, na Índia, ainda está contaminando as pessoas e que a Dow, por ter comprado a empresa, é responsável pela descontaminação do local.

Dutra: Muito antes da Dow comprar a Union Carbide, já havia sido paga indenização de US\$ 500 milhões na época e todos os processos que existiam foram encerrados. Portanto, a Union Carbide entrou com sua responsabilidade pelo acidente. Já a Dow, em todos os lugares onde atua e nos mais de 100 anos da história da empresa, sempre teve estratégia muito forte em política ambiental e social. Para se ter uma idéia, o investimento médio anual que a Dow Brasil faz em qualidade ambiental, segurança e produto chega a US\$ 100 milhões. Somente no Brasil, desde que está no País, a Dow investiu cerca de US\$ 1,3 bilhão.

“Nos EUA, estudos mostram que quase 50% dos consumidores optam pelo produto cuja empresa tenha uma imagem mais responsável socialmente”

A Informação como Ferramenta de Gestão



A Informação como Ferramenta de Gestão

De 14 a 17 de maio de 2003 - Santos - SP

XII Encontro de Provedores, Diretores e Administradores Hospitalares de Santas Casas e Entidades Filantrópicas do Estado de São Paulo

XII Mostra de Materiais, Equipamentos e Serviços Hospitalares

VI Encontro de Saúde Mental

Teia Social

Por
DANIELA TCHERNIACOWSKI

Estado, iniciativa privada e Terceiro Setor unem-se pela transformação do Brasil

Nesta sétima edição, a **Revista Filantropia** completa um ano de existência e, para tanto, buscou comemorar a data com a realização da primeira de uma série de entrevistas e reportagens enfocadas no conceito de "teia social".

O especial "Teia Social" nasce em face de um novo paradigma político e social, em que Estado, iniciativa privada e sociedade civil organizada aproximam-se em busca de soluções para as questões que mais preocupam o País, nas quais se inclui, também, a preservação do meio ambiente.

Na matéria que inaugura a série, abrimos o debate sobre o papel social das empresas a partir de responsabilidade social e investimento social privado sob o olhar dos seguintes convidados: Léo Voigt, presidente do Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE); Paulo Itacarambi, diretor-executivo do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social; Marcos Kisil, presidente do Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social (IDIS); Mônica Bose, pesquisadora do Centro de Empreendedorismo Social e Administração em Terceiro Setor da USP (CEATS-USP) e Anna Cynthia Oliveira, coordenadora do curso de Princípios e Práticas da Responsabilidade Social nas Empresas, da FGV/SP.

Reservamos para a próxima edição ouvir aqueles que representam as empresas, suas fundações e institutos para fazer um balanço e saber as novidades referentes à atuação da iniciativa privada na área social e ambiental.

Dessa forma, a Revista Filantropia espera também fazer a sua parte e contribuir para a divulgação do que está sendo feito hoje no País servindo de veículo de informação e debate para o Terceiro Setor e a sociedade em geral.



Novos paradigmas

Nos últimos anos, a sociedade vem passando por forte mudança de consciência política e social. Especialmente no Brasil, cada vez mais as pessoas estão se dando conta de que o combate à pobreza, fome, desigualdade social, má distribuição de renda, desemprego, violência, entre outros fatores que assolam o País, não são função apenas do Estado, mas de todos.

Ou seja, aquela figura do Estado paternalista e onipresente que se fazia, hoje já não funciona mais. Dadas as dificuldades e limitações do governo em implementar e dar continuidade a políticas públicas, a sociedade acabou por se colocar à frente das questões que mais atingem o Brasil.

Foi assim que, em meados dos anos 80, associações, institutos e fundações foram sendo organizadas criando uma espécie de rede de proteção e desenvolvimento social.

Durante esse período, o advento das chamadas organizações não-governamentais deixava muito claro o papel da sociedade em razão da desconfiança da atuação do Estado.

Hoje, com as ações mais fortalecidas e o crescente apoio da mídia, o Terceiro Setor também

vem despertando cada vez mais a atenção do corpo empresarial. Nesse sentido, a criação de entidades como o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE) e o Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social (IDIS) foram fundamentais para solidificar a participação da iniciativa privada em ações sociais e na defesa do meio ambiente.

A repercussão desse cenário foi também o que permitiu, pela primeira vez na história política do País, a entrada de um governo de esquerda, que se colocou disposto a mudar o retrato social brasileiro.

Por isso é possível perceber atualmente que não há mais lugar para isolacionismos. O desejo de construir um país melhor e erradicar a exclusão social já é realidade tanto do Estado, quanto das empresas, quanto da sociedade civil.

O conceito de parcerias surge com mais frequência nos debates, comprovando que a criação, o desenvolvimento, a manutenção e a própria eficiência dos programas de cunho social e ambiental dependem do bom entendimento, da troca de informações, tecnologias e recursos (inclusive humanos) e da cooperação entre todas as esferas da sociedade.

Crescente participação das empresas

A participação das empresas tem sido um dos pontos mais altos nas discussões sobre a criação de modelos de sucesso em projetos socioambientais.

O setor empresarial é o que detém os recursos, a tecnologia e o poder de articulação e gestão de práticas que servem, inclusive, para alimentar o governo de novas políticas públicas.

Estudos recentes verificam esse fenômeno, como em "Bondade ou Interesse: como e porque as empresas atuam na área social", do IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, órgão ligado ao Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão.

Feito em 2001, sob coordenação da socióloga Anna Maria Peliano, indica que 59% das empresas realizam algum tipo de ação em benefício das comunidades.

É o que também diz o estudo "Alianças Estratégicas Intersetoriais para Atuação Social", de fevereiro deste ano, levantado pelo CEATS-USP em parceria com a Fundação Ford.

Já em relação ao motivo que leva os empresários a se engajarem no social, nesse texto de autoria de Rosa Maria Fischer, 50% das respostas revelam que partem da "vontade de contribuir para a solução dos problemas sociais do País e de atender às necessidades

ou solicitações das comunidades".

Na realidade, este fenômeno vem ocorrendo desde o início dos anos 90, quando as corporações em todo o mundo já começavam a se voltar para essas questões.

Ocorre que, ser socialmente responsável tem se mostrado cada vez mais um fator definitivo de reposicionamento do setor corporativo no mercado.

Conforme diz Rosa Maria Fischer, "o crescimento da atuação empresarial nos últimos cinco anos no Brasil pode estar associado à inserção do País no sistema econômico mundial e aos novos padrões de competitividade empresarial advindos da globalização".

Isso significa que para sobreviver à concorrência, não basta apenas apresentar produtos ou serviços de qualidade, mas estar em paralelo com as preocupações sociais do dia-a-dia de todo brasileiro.

"Seja por um motivo ou outro, o que importa é o compromisso que ela assume com seus funcionários, fornecedores ou consumidores. É algo que não tem volta", diz Paulo Itacarambi, diretor-executivo do Instituto Ethos.

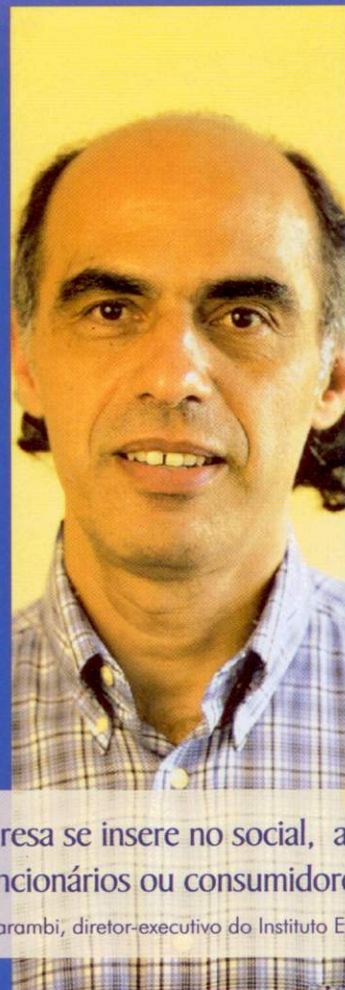
Incentivos fiscais

Segundo outra pesquisa do IPEA, "Ação Social das Empresas Privadas", de 1999, os incentivos fiscais, em geral, não são os maiores motivadores da participação da iniciativa privada na área social. No Sudeste, por exemplo, a utilização do benefício pelas empresas fica em 8%, não chegando a 1% no Nordeste e no Sul. Isso revela que o envolvimento social do setor privado não depende do Estado para a operacionalização das ações ou o montante de recursos aplicados pelas empresas.

Apesar disso, sabe-se que a criação de novos incentivos poderia estimular ainda mais as empresas a investirem no social, tanto que é um dos pontos hoje defendidos por organizações como o GIFE.

"Estamos procurando mudar o ambiente fiscal e tributário porque isso pode permitir o aumento dos R\$ 800 milhões anuais em investimentos das nossas associadas para cerca de R\$ 1,8 bilhão. Esse cenário também facilitaria a abertura de mais fundações e institutos", diz Léo Voigt.

Segundo ele, também há uma preocupação do GIFE em trabalhar com as empresas pela manutenção dos recursos em projetos comunitários, principalmente em períodos de crise do mercado. "Apesar das oscilações na economia brasileira, o volume de investimento das 67 sócias nunca chegou a cair. Isso é um indicativo claro de que quando faz parte da ética da empresa, não há corte nos recursos dirigidos para as comunidades", diz.

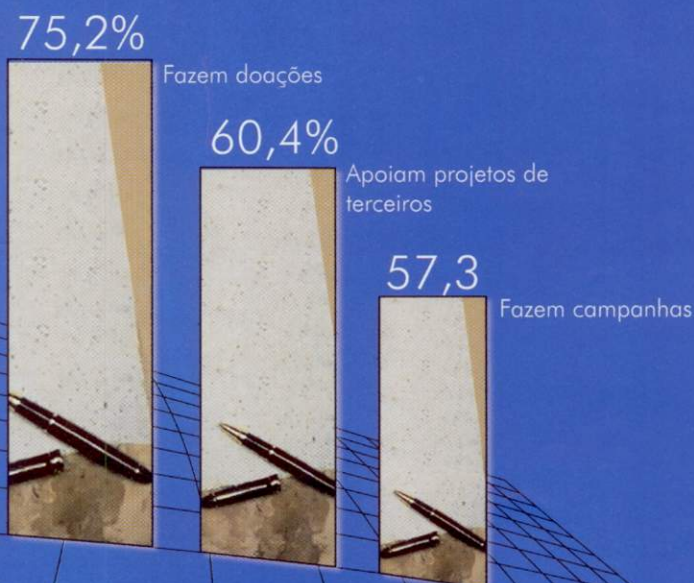


"Não importa o motivo pelo qual a empresa se insere no social, as o compromisso que ela assume, seja com seus funcionários ou consumidores"

Paulo Itacarambi, diretor-executivo do Instituto Ethos

Assistencialismo X desenvolvimento

Práticas de atuação social das empresas*



*FONTE: CEATS-USP

Modificar a consciência sobre as práticas sociais é outro direcionamento do GIFE ao corpo empresarial, que ainda está concentrado no campo da filantropia, segundo a pesquisa recente realizada pelo CEATS. Ela mostra que as doações equivalem a 75,2% das ações.

Apesar disso, o processo parece estar se invertendo. "O mundo empresarial está se distanciando da idéia da caridade. A qualificação do investimento social privado aponta para um compromisso que esteja em consonância com a mudança social, prevista por programas sociais sistemáticos, planejados, estruturados, orçados e profissionalizados", explica o presidente do GIFE.

A idéia é que cada vez mais as empresas possam optar por projetos que priorizem a educação, a geração de renda e o combate à exclusão social, promovendo efetivamente a transformação da estrutura social brasileira fortemente marcada pela concentração de renda e falta de oportunidades.

Por isso que, ao se falar em responsabilidade social e ambiental das empresas ou de investimento social privado, os institutos estimuladores desses conceitos procuram trabalhar modelos mais contundentes de atuação, baseados no desenvolvimento sustentável das comunidades.

Responsabilidade social hoje

Apesar da difusão de responsabilidade social corporativa, mas, apesar da difusão do tema, há um caminho longo a ser trilhado no aperfeiçoamento das práticas empresariais, já que o momento ainda é de desenvolvimento da noção e incorporação dessa ética nos negócios.

"No Brasil, ainda vai demorar muito para as empresas receberem um selo de responsabilidade social. Não necessariamente uma empresa que tenha um bom trabalho na comunidade, por exemplo, significa ser socialmente responsável", afirma o Léo Voigt.

Já se sabe, ao menos, que a inserção do empresariado nesse movimento tem aumentado a cada ano, tanto que o Instituto Ethos já contabiliza 700 associados e a procura continua sendo grande.

"A responsabilidade social responde a uma inquietação da sociedade. E as empresas estão percebendo que contribuir para o desenvolvimento social e ambiental também tem boas consequências para a própria empresa", diz Paulo Itacarambi.

Segundo ele, a iniciativa privada está cada vez mais ciente de que responsabilidade social significa nova perspectiva de negócio. "Não é mais aceitável uma empresa com uma atividade econômica que favoreça apenas o acionista", diz.

Acontece que, muitas vezes, as desigualdades sociais começam dentro das próprias corporações, como indicam pesquisas do IBGE que comprovam que mulheres e negros ainda estão em patamares diferentes nas relações de trabalho ganhando salários menores.

"Ao perceber esses casos no seu público interno, pode-se criar condições para que essas pessoas tenham oportunidade profissional e melhor remuneração".

Esse é o primeiro passo para a mudança de uma situação que geralmente acentua as

diferenças sociais. E o que o Ethos faz é justamente apresentar indicadores com os quais as empresas possam trabalhar para mudar esse quadro.

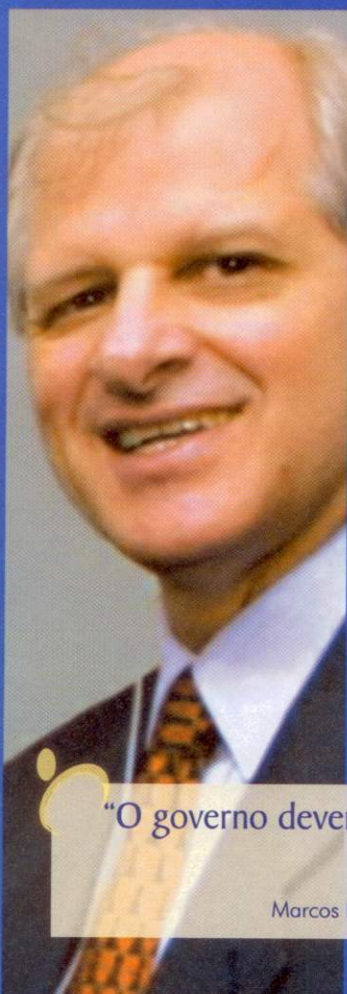
"As nossas ferramentas servem exatamente para que elas avaliem em que estágio estão em relação a outras e incorporar isso no planejamento estratégico para aperfeiçoar suas práticas de responsabilidade social", explica Paulo.

Segundo Marcos Kisil, presidente do IDIS, uma das áreas em que as empresas estão se voltando com maior foco também é o do investimento social na comunidade.

Esse é um dos assuntos que permeiam a missão do Instituto, que busca promover e estruturar o investimento privado como instrumento de desenvolvimento. Para tanto, o IDIS oferece apoio técnico a empresas, comunidades, famílias e indivíduos que queiram investir e atuar de forma planejada em ações sociais.

Ele acredita que pessoas físicas também devem ser instigadas a iniciar em projetos sociais. "Fizemos uma pesquisa em Guarulhos (SP), onde verificamos que 20% da população economicamente ativa havia feito, no mesmo ano, doações da ordem de 21 milhões, que superavam em cinco vezes o orçamento da Secretaria de Bem Estar Social da cidade".

Mas, para aumentar o interesse das pessoas, ele propõe uma legislação que pudesse fazer o registro de cada ação social. "Um sistema de informação do que vem sendo realizado pelas pessoas poderia dar subsídios ao governo na criação de dispositivos de incentivo fiscal" diz Kisil.



"O governo deveria criar dispositivos de incentivo fiscal para estimular pessoas físicas a investirem em ações sociais"

Marcos Kisil, presidente do Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social (IDIS)

Marketing ou engajamento real?

Segundo revelam os entrevistados, ao contrário do que se possa imaginar, o movimento de responsabilidade social não está diretamente associado à iniciativa de marketing para agregar valores à imagem da empresa.

“O mercado e a sociedade estão muito mais atentos a quem está fazendo mais bem a si próprio do que aos projetos. Nesse caso, a empresa estará prestando um desserviço a ela mesma”, diz Léo Voigt.

De qualquer forma, como já foi verificado anteriormente, o IPEA aponta o interesse das empresas como uma oportunidade de atingir novos nichos mercadológicos.

Porém, a mensagem que GIFE,

ETHOS ou IDIS procuram levar às empresas é que todos devem ganhar com essa nova estrutura de gestão empresarial, desde que as ações sejam feitas com seriedade e planejamento, baseadas em conceitos de sustentabilidade social visando resultados concretos nas comunidades e, por consequência, no futuro do País.

Por isso que, mesmo em meio ao “oba-oba” gerado pelo apoio maciço das empresas ao programa Fome Zero, o presidente do GIFE vê com bons olhos a crescente formação de parcerias intersetoriais. “Existe um certo modismo nisso, mas há principalmente o desejo de ter acesso à interlocução com o governo federal”, diz.



“O mercado e a sociedade estão muito mais atentos à empresa que está fazendo mais bem a si própria do que aos projetos”

Léo Voigt, presidente do Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE)

Parcerias com Primeiro e Terceiro setores

Nesse processo de aproximação entre governo, empresas e organizações sociais, já se estabeleceu a idéia de que somente juntos poderão realizar com êxito mudanças profundas e necessárias no País.

De acordo com a pesquisa do CEATS-USP, já existe um avanço nesse sentido. “Das 2.085 empresas entrevistadas, 85% delas realizam ações sociais com o uso de alianças intersetoriais, em maior ou menor grau”, diz a pesquisadora Mônica Bose, que trabalhou na pesquisa.

Interessante observar que, apesar da abertura de diálogo do governo federal, a maior parte das parcerias das empresas se concentra com o Terceiro Setor, o que significa mais de 80% dos casos. Os órgãos de Estado aparecem em segundo lugar, com 55,5% e parcerias com outras empresas, em 47,3%.

“Vale dizer também que 28,2% das empresas se articulam tanto com o Terceiro Setor quanto com o Estado, o que é a tendência forte que vimos percebendo”.

Alianças feitas pelas empresas*

80,2% com o Terceiro Setor



55,5% com o Estado



47,3% com outras empresas



*FONTE: CEATS-USP

Ética

Se responsabilidade social e a procura por alianças intersetoriais já estão na pauta do setor corporativo, as questões éticas chegam em um segundo momento para qualificar as ações conjuntas.

"A ética é fundamental em qualquer relação. Ao pensar em fazer algum benefício social, a empresa ganha experiência tão transformadora que passa, inclusive, a discutir a ética em seus negócios, com seus funcionários, fornecedores, mercado, consumidores etc.", afirma Léo Voigt.

O presidente do GIFE cita um *case* curioso de quando a C&A recebeu proposta de uma ONG para confeccionar uma camiseta que seria vendida pela loja, com a renda revertida para a ONG. Os custos definidos pela organização diziam que a camiseta iria custar R\$ 18 para o consumidor, sendo R\$ 6 para cobrir a produção e R\$ 6 de lucro para a C&A. "Quando o executivo do Instituto C&A soube dessa

proposta, chamou a diretoria da empresa e disse que, segundo a ética da C&A, era impossível haver lucro em um benefício social", conta. O resultado disso é que a camiseta foi vendida por menos de R\$ 18 assim distribuídos: R\$ 6 para a produção das peças, cerca de R\$ 2,85 para pagar impostos mais os custos da loja e todo o resto da renda para a ONG. Ou seja, a C&A não pagou para fazer a doação, nem teve prejuízo. "Uma empresa que associa doação à comercialização de produtos está apenas fazendo estratégia de incremento de vendas", diz.

A ética em todos os seus aspectos – dentro e fora da empresa e na condução de projetos sociais – também se refletiu na V Conferência Nacional do Instituto Ethos, realizada no mês de junho.

O debate, que foi centrado na formação dos valores, serviu de base para a mesa-redonda com a presença do teólogo Leonardo Boff, um dos palestrantes mais aplaudidos.

"Ele levou a idéia de que toda sociedade deve guiar suas atitudes na construção de valores fundados em, pelo menos, três tipos de ética: no cuidado com as pessoas, na solidariedade e na responsabilidade", explica o diretor-executivo do Instituto Ethos.

ÉTICA E RESPONSABILIDADE – EM UMA AÇÃO SOCIAL CORPORATIVA O LUCRO DEVE SER ZERO



Divulgação das ações e balanço social

Divulgar ou não o balanço das ações e investimentos sociais também é algo que acresce transparência às iniciativas privadas. Apesar disso, ainda persiste o receio de parecer mais uma ferramenta de oportunismo de melhoria da imagem corporativa. "Essa é uma visão ingênua e até míope, porque a empresa deve prestar contas de tudo o que faz de uma maneira ou outra. E o balanço social é o único mecanismo que permite uma vigilância da sociedade sobre o que é feito", argumenta Léo Voigt.

O lado inverso da moeda traz justamente empresas preocupadas em apresentar balanço social para ganhar credibilidade. Por enquanto, o tema ainda não é obrigação legal das empresas – como o caso da declaração do Imposto de Renda – mas, pelo passo da carruagem, a legislação não deverá tardar a se posicionar a respeito.

"O balanço social não é apenas uma peça de marketing ou investimento em imagem. É um compromisso da ação social. Quem se mete com política pública tem de dizer o que e como faz, porque se fizer mal, a sociedade deve ter o direito de poder criticar", afirma Voigt.

Essa também é uma questão que tem sido abordada com maior presença no curso coordenado por Anna Cynthia Oliveira na Fundação Getúlio Vargas de São Paulo, que é alinhado com os princípios de responsabilidade social difundidos pelo Ethos. "É preciso compreender que balanço social não se trata de folhetos coloridos com fotos bonitas em papel couchê. Mas um documento que deve conter informações detalhadas sobre o público interno, aspectos ambientais e vários outros indicadores sociais complexos que ainda estão sendo implementados nas empresas", diz.

Desafios

Estender a discussão para toda a empresa

Um dos maiores desafios colocados por Paulo Itacarambi na V Conferência Nacional do Instituto Ethos é aprofundar o nível da discussão sobre a responsabilidade social nas empresas. "Além da empresa se engajar e dispor de uma equipe de responsabilidade social, é preciso fazê-la estender essa discussão para todas áreas", diz Paulo.

Segundo ele, quando se fala em responsabilidade social, deve-se ter em mente de que se trata da tomada um comportamento da empresa, "que vai repercutir na maneira como ela age diante de uma decisão de negócio, no momento de contratar funcionários ou demiti-los, por exemplo", diz ele.

Responsabilidade social na propaganda

A conferência também se abriu para um novo debate, que é a da responsabilidade social na propaganda.

"Estamos analisando o papel da propaganda na formação de valores", diz Paulo.

Ele explica que a orientação dada às empresas é de veicularem, por exemplo, anúncios que valorizam a diversidade racial, de gênero, as pessoas com deficiência, entre outros aspectos que possam contribuir para uma melhor atitude da sociedade. "Um jovem que está sem nenhuma perspectiva, por exemplo, não valoriza sua vida, muito menos a dos outros. Uma empresa que faz uma propaganda em favor da vida, portanto, está combatendo esse processo negativo que pode desencadear a violência".



A Realidade

O Governo se prepara para cobrar mais efetivamente a prestação de contas das Entidades Sociais.

Os Doadores exigem mais eficiência na gestão das Entidades Sociais para efetivarem aporte financeiro.

A nova legislação brasileira exige comprometimento pessoal e atribui responsabilidades aos Dirigentes das Entidades Sociais.



www.sigrats.com.br

O Cenário Mundial exige Transparência e Eficiência em todas as atividades

Quem não tem Competência não sobrevive

Quem não mostra claramente o que faz não tem Credibilidade

Desafios da sobrevivência

- Sobreviver COM ou SEM os benefícios da imunidade/isenção fiscal ?
- Vender serviços e bens para contribuir com a manutenção da obra social ?
- Como conhecer os custos dos programas sociais da Instituição ?
- Como estabelecer parâmetros gerenciais para avaliar o desempenho administrativo da Instituição ?
- Como delegar responsabilidades e cobrar resultados ?



Informações

Tel 11 3161 5286 . Email sigrats@sigrats.com.br

Buscando recursos pelos Idosos Carentes

Por
REGINA HELOU

Com o objetivo de fortalecer as ações sociais de entidades para idosos, o Projeto Velho Amigo mobiliza a sociedade por meio de eventos sociais



Doação de uma ambulância à Toca de Assis

Case de sucesso em captação de recursos, as festas e eventos realizados pelo projeto vêm beneficiando quatro entidades seriamente comprometidas com o bem-estar dos idosos

Há muito tempo a captação de recursos para instituições do Terceiro Setor vem sendo um dos temas mais freqüentes na pauta de qualquer entidade. Evidente, pois muitas entidades sem fins lucrativos ainda dependem primordialmente de doações para sobreviver.

Até que a profissionalização do Terceiro Setor seja uma realidade, aos poucos as mudanças de paradigmas vêm sendo fundamentais para o bom andamento e a manutenção das organizações.

Ao menos no que se refere à captação de recursos, não é preciso somente ter boas idéias ou uma farta rede de amizades de peso para arrecadar fundos, mas, principalmente, saber executar um projeto com eficiência.

Pensando dessa forma, o Projeto Velho Amigo é uma proposta que já conta com essa nova visão: filantropia não significa apenas desembolsar recursos ou construir creches e asilos, mas deve ser associada ao *know-how* de quem decide ajudar. Ou seja, o sucesso de um trabalho é reflexo daquilo que as pessoas naturalmente fazem de melhor. É por isso que o Projeto Velho Amigo utiliza a própria vocação na área de comunicação e marketing para a elaboração de projetos e realização de eventos.

A seriedade desse projeto foi o que nos permitiu criar, em 2001, a Associação de Amparo ao Idoso, que tem a missão exclusiva de captar recursos para entidades voltadas aos idosos carentes.

A idéia do Projeto Velho Amigo partiu de Márcia Costa, profissional reconhecida na área de eventos, que tinha por objetivo fazer com que instituições estivessem em condições dignas de moradia e vida para o idoso.

Com a intenção de fazer uma festa para ajudar essas entidades a conseguir recursos financeiros, Márcia convidou Regina Moraes, filha do empresário Antônio Ermírio de Moraes, publicitária e atuante no Terceiro Setor e eu, com mais de 15 anos de atuação na área de marketing, para fazer parte do time.

Chamou também Maria Thereza Cunha Pereira, profissional que há anos realiza ações beneficentes. Foi ela quem indicou as entidades a serem assistidas pelo projeto, que atualmente são quatro: Patronato Assistencial Imigrantes Italianos, que oferece gratuitamente medicamentos a cerca de 400 famílias; Casa Ondina Lobo, fundada há 50 anos, atende hoje 115 internos; Fraternidade de Aliança Toca de Assis, que abriga mais de 200 idosos e o CEPIM – Casa dos Velhinhos, em Taboão

SOBRE O AUTOR

Regina Helou é uma das diretoras do Projeto Velho Amigo e atua há 15 anos em marketing

Informações

reginahelou@terra.com.br

(11) 9934-1279

Maria Lúcia Alckmin (ao centro) Primeira-dama do Estado de São Paulo visita uma das entidades assistidas pelo Projeto Velho Amigo. Da esquerda para a direita: Maria Theresa Cunha Pereira, Regina Moraes, Regina Helou e Márcia Costa

DIVULGAÇÃO



da Serra. Todas foram escolhidas por desenvolverem um trabalho sério, com muita dificuldade.

Foi então que, desde novembro de 99, realizamos diversos eventos para arrecadar fundos para as necessidades prioritárias dessas instituições, como colchões, fraldas geriátricas, remédios, alimentos e até ambulâncias.

Importante ressaltar que o êxito dos eventos promovidos não se deve somente à participação das pessoas em abraçar uma causa. Qualquer entidade interessada em arrecadar fundos para suas obras deve ter em mente que é preciso criar eventos realmente interessantes para atrair público e, conseqüentemente, a mídia.

Foi assim que o projeto chegou a uma renda, por exemplo, de R\$ 68 mil em um show acústico do Toquinho, no The Bar, em São Paulo, com jantar assinado pelo chef Alessandro Segatto, para 480 participantes.

Outro ponto fundamental que vem garantindo credibilidade ao Projeto Velho Amigo é que sempre, ao final de cada evento, encaminhamos informações completas aos doadores sobre a utilização da verba.

O objetivo do Projeto Velho Amigo atualmente é aumentar a rede de relacionamentos, possibilitando o crescimento da rede de entidades assistidas e servir

de ponte para a mobilização de recursos ao idoso carente. Para isso, estudamos também o lançamento de site com sistema de captação via Internet. 

DICAS PARA UM EVENTO DE SUCESSO

- Trabalhe o conceito do evento não só no aspecto da ação social, mas como uma festa imperdível, que tenha gente bonita, boa comida, local agradável e adequado, shows e apresentações de qualidade.
- Disponha de um mailing grande de convidados com perfil de doadores, além de celebridades e personalidades.
- Cobre um preço justo, de acordo com o que se gastaria normalmente com um evento do mesmo tipo. No caso do acústico com o Toquinho, que teve jantar de risoto e carne de avestruz, foi cobrado R\$ 60 por pessoa.
- Busque apoio da imprensa para a divulgação do evento. Prepare um texto curto explicando o motivo da festa e envie para a mídia especializada e principais veículos.
- Patrocínios – elabore o projeto com breve apresentação da entidade, do evento e dos valores necessários. Prefira empresas que tenham identificação com a festa e com a entidade.
- Apoios – empresas podem colaborar com o evento por meio de doação de seu produto, como doceiras, floristas, gráficas etc.
- Sorteios ou brindes são outros atrativos que podem ser conseguidos com o apoio dos fabricantes. Em show do Chitãozinho e Xororó promovido pelo Velho Amigo, por exemplo, foram oferecidos batons da Ox e embalagens de café orgânico do Café do Ponto.
- Seja criativo! Não tenha medo de expor idéias nem de dar “a cara para bater”. Se preferir, procure um voluntário de marketing ou alguém descolado em eventos para realizar as festas.

Conhecimento a serviço do meio ambiente

WWF-Brasil desenvolve atividades respeitando as necessidades locais e aproveita sua presença em uma rede mundial para captar recursos e trocar experiências enriquecedoras

A organização internacional WWF trabalha para preservar a riqueza natural e busca um modelo de crescimento equilibrado em cada país onde atua. Na busca por seus objetivos sociais, a organização aposta também na elaboração de parcerias sinérgicas. Sempre que possível, desenvolve projetos e ações com o governo e com empresas que demonstrem compromisso com o desenvolvimento sustentável e em harmonia com a natureza.

Relação com o Brasil

Em 1971, a organização iniciou o apoio ao Programa de Conservação do Mico-Leão-Dourado, no Rio de Janeiro. Passado o primeiro momento, foram percebidas as demandas locais e, nos anos seguintes, vários pequenos projetos em todo Brasil contaram com a ajuda financeira da organização. Na década de 80, a presença se intensificou com o apoio aos dez primeiros anos do Projeto Tamar, entre outras iniciativas. Com a ampliação do suporte técnico-financeiro a diversos projetos ao longo dos anos, tornou-se necessária a criação de um escritório de representação da WWF no Brasil, o que aconteceu em 1990. Desde então, a estrutura do escritório e o número de técnicos e funcionários vem crescendo continuamente, reflexo da expansão das iniciativas.

O tempo se encarregou da tarefa de provar que um país com as dimensões e a biodiversidade do Brasil pedia uma entidade nacional, que pudesse contribuir de forma mais efetiva para o debate e as soluções dos problemas ambientais. Assim, em 30 de agosto de 1996, foi criada oficialmente a WWF-Brasil, com a posse do primeiro Conselho Diretor, formado por representantes do empresariado, ambientalistas e outros setores da sociedade brasileira. Apesar de fazer parte da Rede WWF, os 70 funcionários

atuais, todos brasileiros, são responsáveis pelos projetos, campanhas, estudos, parcerias e vendas de produtos. A Rede funciona de maneira semelhante à Organização das Nações Unidas. Há diretrizes mundiais tomadas em conjunto por todas as nações participantes, mas há independência para cada unidade ou país participante empreender as estratégias que julgar pertinentes.

Fontes de recursos

Durante todo esse tempo, são evidentes as especificidades da unidade brasileira, assim como são nítidas as lições que podem ser trazidas e implementadas da rede mundial. Um exemplo: a criatividade do povo brasileiro representa um diferencial na atuação da organização, uma vez que, com bem menos recursos que os colegas estrangeiros, a WWF-Brasil concretiza diversas atividades e projetos. Ponto para o jeito brasileiro de ser. Entretanto, outro exemplo aponta para um alvo que deve ser almejado: o fortalecimento da cultura de afiliados locais. Para se ter uma idéia, são 4,7 milhões de afiliados em todo o mundo contra cerca de 6.400 afiliados por aqui. A importância do crescimento desse número reside no fato de que, com a ajuda dos afiliados, a instituição amplia os recursos necessários para as campanhas de preservação da natureza e do uso sustentável dos recursos naturais, além de potencializar a interação direta com a sociedade civil, aumentando as chances de melhor representá-la.

Entretanto, a atual situação do baixo número de afiliados no Brasil não significa que a organização não conquiste vitórias na captação de recursos. Basta saber que, em 2002, foram fechados os dois maiores contratos da Rede WWF, sendo que um deles foi com o banco HSBC, através do qual foi repassada a quantia de US\$ 5 milhões para que a WWF-Brasil desenvolvesse, no intervalo de cinco anos, seu programa de gestão e conservação de água

Por

FELIPE MELLO E ROBERTO RAVAGNANI

A primeira incursão da WWF no Brasil foi em 1971, quando a organização apoiou o Programa de Conservação do Mico-Leão-Dourado, no Rio de Janeiro



doce no Brasil. O segundo contrato foi para o Programa Áreas Protegidas da Amazônia, por meio do qual foi criado o Parque Nacional Montanhas do Tumucumaque, no Amapá, em agosto daquele ano. Com 3,8 milhões de hectares, é o maior parque nacional do mundo em área de floresta tropical. Em linhas gerais, os recursos utilizados pela WWF-Brasil ainda são, em sua maioria, obtidos no exterior, junto à Rede WWF, mas a organização local, além de estabelecer suas prioridades, elaborar projetos e firmar contratos com as organizações da rede mundial, vem demonstrando avanços na concretização de parcerias com o setor privado e governamental. E mais: a política é aplicar no país todos os recursos arrecadados.

Estratégia a ser desenvolvida

Graças ao sucesso dessa iniciativa em vários pontos do planeta, abordaremos com mais detalhes a questão do relacionamento com afiliados, prática ainda em desenvolvimento nas organizações sociais brasileiras que pode representar a formação de uma sólida base para o crescimento, em função dos recursos materiais e humanos envolvidos. Ao se afiliar, a pessoa não apenas passa a contribuir diretamente com a realização dos projetos da organização. Logo após a confirmação do cadastro, os afiliados recebem um kit exclusivo. Um boletim trimestral também é enviado ao endereço do afiliado, permitindo que ele possa acompanhar de perto o andamento dos projetos e ações desenvolvidas pela organização. No site da WWF-Brasil os afiliados têm acesso diferenciado, podendo consultar a íntegra de publicações, interagir com outros afiliados, receber notícias diretamente na caixa postal. Algumas lojas parceiras e a própria loja da WWF, que vende produtos exclusivos com a marca da organização, também oferecem descontos especiais. Em tempos de luta pela captação continuada de recursos, cultivar os sócios-contribuintes apresenta-se como uma

ótima receita. No Brasil, é preciso trabalho árduo e muita qualidade para criar a cultura de afiliação, até porque as ações indiscriminadas de telemarketing em busca de recursos assusta até mesmo o cidadão cheio de boa vontade.

Portas abertas para parcerias

A WWF acredita no constante intercâmbio de informações e experiências entre organizações de porte e localizações diversas. Há aprendizado contínuo por meio das relações com os parceiros, inclusive através da capacitação de organizações para que elas se fortaleçam e atuem cada vez com mais eficiência e dinamismo. Para tanto, a organização possui um Programa de Capacitação e Desenvolvimento Organizacional, que está temporariamente inativo por falta de recursos. O programa desenvolve ações para fortalecer o movimento conservacionista brasileiro, com o intuito de criar organizações diferenciadas, independentes e competentes. A WWF-Brasil está receptiva para novas parcerias ou doações para que este programa seja reativado em nome da capacitação das organizações nacionais.

Desafios enfrentados e mudança de paradigma

De acordo com Sandra Charity, secretária executiva interina da WWF-Brasil, a conservação do meio ambiente não tem recebido a atenção que merece. "Meio ambiente ainda não é prioridade no Brasil", afirma ela. A justificativa residiria no fato de que o país possui outros problemas sérios, como a fome, o desemprego, a violência e o analfabetismo. "Neste cenário," complementa Sandra, "a conservação ambiental parece, aos olhos da maioria, mera perfumaria". A solução estaria na mudança da forma de encarar as questões relacionadas ao meio ambiente, não mais o tratando como um tema à parte dos outros, já que na realidade está intimamente ligado às questões econômicas e sociais, e faz parte do dia-a-dia de cada um.

Os números da Rede WWF

4,7 milhões de afiliados em todo o mundo

6.400 afiliados no Brasil

70 funcionários no Brasil

5 milhões de dólares para desenvolvimento de projeto em parceria com o HSBC

3,8 milhões de hectares é o tamanho do Parque Nacional Montanhas do Tumucumaque, no Amapá

JUAN FRANCISCO/WWF-BRASIL



Informações

WWF-Brasil – SHIS EQ QL 6/8, conjunto E, 2º andar – CEP 71620-430, Brasília/DF

@ panda@wwf.org.br

www.wwf.org.br

Fax: (61) 364-7474

Apoio neste artigo



Globalizando estratégias e parcerias

A Care Brasil, parte de uma rede mundial de organizações sociais que promovem o equilíbrio social, dá dicas ao empresariado e comenta o Fome Zero

Por

FELIPE MELLO E ROBERTO RAVAGNANI

A concentração de riqueza já faz parte do cartão-postal da sociedade brasileira. Além dos craques da bola, o mundo também reconhece o Brasil como um campeão nas desigualdades. Uma terra em que, apesar das benesses naturais e do “em se plantando tudo dá”, milhões de pessoas não consomem diariamente a quantidade recomendada de calorias. Apresentando a verdade sem eufemismos, fica a conclusão de que um número absurdo de brasileiros passa fome. Observando a evolução da produção nacional de alimentos (recorde na safra de grãos), é possível dizer que a origem da fome não é a falta de comida, mas sim a engrenagem social que não distribui a riqueza. Dados de 1999 do IBGE ratificam esta afirmação ao darem conta de que 10% dos mais ricos detêm 50% da renda e 50% dos mais pobres são donos de apenas 10% da renda. Não restam dúvidas de que nesta desequilibrada equação encontra-se o combustível das mazelas sociais.

A organização e seu desafio

Ciente da importância e do desafio que é a promoção social, a Care Brasil, organização não-governamental instalada no País há dois anos, promove programas e parcerias visando o “empoderamento” das comunidades, fomentando itens que elevem a qualidade de vida do cidadão, como moradia, infra-estrutura sanitária, consciência de direitos civis e humanos, educação, saúde, renda, relação com a comunidade, lazer e cultura. Para quem conhece o Brasil, fica evidente que o desafio é homérico. Exatamente por isso a Care vem explorando toda a sua expertise local, e também a de seus colegas ao redor do mundo, para criar uma rede de colaboradores que tem na parceria a fórmula para maximizar os resultados. Como enfatiza Vânia Maria Ferro, diretora-executiva da Care Brasil, “parceria é a palavra de ordem”.

A origem da Care International

Para entender melhor as atividades da organização, vale uma digressão: a Care é um movimento internacional que começou a atuar no início dos anos 50 nos Estados Unidos, e hoje está presente em 60 países da América Latina, África, Ásia, Oriente Médio e Europa Oriental. Começou distribuindo suprimentos, mas hoje trabalha em conjunto com comunidades e famílias pobres, buscando garantir

direitos e realizar aspirações. Fiel às origens, 25% do trabalho da organização no mundo está relacionado com a resposta a emergências, tanto as de causas naturais, quanto por guerras. Os outros 75% dos trabalhos estão direcionados para projetos a longo prazo, com objetivos estratégicos de lutar contra a pobreza. Entendendo que o Brasil apresentava demandas muito evidentes, a Care International aprovou, em 1999, a criação não apenas de um escritório, mas da Care Brasil, uma organização brasileira com conselho deliberativo próprio. Era o reconhecimento da necessidade e da capacidade local de empreender iniciativas em prol do equilíbrio social.

Importação e exportação de idéias

Desde sua implementação, a Care Brasil vem experimentando modelos que poderão ser exportados. Segundo Vânia, uma das principais contribuições que a iniciativa nacional está desenvolvendo é o aperfeiçoamento do sistema de parcerias com entidades sociais presentes nas localidades apoiadas, que prestam imprescindível colaboração na conquista dos objetivos determinados. “A experiência brasileira é importante porque existem exemplos da Care fora do Brasil que concentram a execução dos programas, chegando a ter mais de 500 pessoas envolvidas”, comenta.

DIVULGAÇÃO





"A profissionalização é indispensável para a sobrevivência e ampliação das iniciativas sociais"

Vânia Maria Ferro, diretora-executiva da Care Brasil

Mas a multinacionalidade da organização também proporciona uma série de benefícios para a organização. "É uma via de mão dupla", lembra ela. Por meio do contato com colegas de várias partes do mundo, a Care Brasil tem acesso, por exemplo, a ferramentas de gestão com eficiência comprovada e a valiosas estratégias de relacionamento com a iniciativa privada, na busca pela captação de recursos.

E por falar em fontes de financiamento, a ONG está em processo de transição da origem dos próprios recursos financeiros. Atualmente, 95% do dinheiro aplicado em programas vem de fora, especificamente da Care Estados Unidos, Care França, Care Reino Unido, Fundação Hewlett e Fundação Kellogg. O direcionamento e a meta são os seguintes: crente que o Brasil é um país rico, mas com má distribuição de riqueza, a estratégia é substituir o dinheiro captado no exterior advindo de parcerias com o empresariado e o governo locais. "Se estivéssemos em um país miserável da África, por exemplo, não faria sentido buscar recursos localmente. Mas não é o caso do Brasil", diz Vânia. Ela afirma, ainda, que se faz necessária uma mudança de cultura do setor privado, a fim de buscar real envolvimento com o processo de transformação social. "Não basta somente dar dinheiro", complementa. A meta da Care Brasil é, já no ano fiscal de 2004, captar localmente 20% dos recursos, e, no ano seguinte, ao menos 50%. Para atingir objetivos, alinhará a própria caminhada pelas pegadas deixadas na Inglaterra e Holanda. Nestes locais, o empresariado está sendo convocado para fazer parte efetiva das ações sociais, interagindo e fomentando a participação de colaboradores (todos os *stakeholders*) com as comunidades atendidas. Dessa forma, é desenvolvido um senso de propriedade, fortalecendo a parceria em benefício de todos.

Multiplicadora de conhecimento

Da mesma maneira que a Care Brasil emite e recebe informações importantes de suas parcerias internacionais, há uma

política de multiplicação de informação junto às organizações locais. As principais contribuições dizem respeito ao ferramental de demonstração financeira (fundamental para a transparência), e à fluência de processos internos, potencializadores de agilidade e eficiência das organizações. Segundo Vânia, "a profissionalização é indispensável para a sobrevivência e ampliação das iniciativas sociais, e a Care Brasil segue o exemplo de outros países na democratização de informações e ferramentas que possam auxiliar as organizações locais".

Parceria com o governo e o Fome Zero

A Care Brasil enxerga com naturalidade a parceria com órgãos do governo, seja na esfera municipal, estadual ou federal. O importante é haver sintonia nos objetivos sociais. Porém, segundo Vânia, a direção é de não ter mais de 15% dos recursos provenientes do Primeiro Setor. Ela lembra ainda que o Fome Zero é uma excelente oportunidade para a criação de uma rede sinérgica de organizações norteadas pelo mesmo objetivo, aproveitando para dizer que o programa do governo federal foi muito elogiado por seus colegas em diversos locais do mundo, especialmente na Europa. Ainda segundo a diretora-executiva da Care Brasil, não deve haver preocupação por parte das organizações sociais com relação à migração de recursos para o Fome Zero. O que deve existir é a busca por parcerias, tanto com o governo quanto com novas frentes.

Recado às entidades sociais e ao empresariado

O conceito mais forte que fica após o contato com essa organização é que se faz necessária a profissionalização do Terceiro Setor, assim como um investimento no trabalho e na cooperação entre as organizações sociais. Os efeitos necessários

são transformadores quando atingem de forma maciça o seu alvo. E isso requer a integração de entidades, governo e empresas. Todos têm a ganhar nesta grande parceria intersetorial. O governo, na conquista de fortes aliados na execução de suas políticas; as organizações sociais, com o apoio e as empresas, que recebem em troca reconhecimento dos clientes, além da profusão de valores éticos e humanitários, tão questionados recentemente.

É dessa forma, apostando na força das parcerias, que a Care Brasil busca cumprir sua missão de somar esforços até o fim da pobreza.

Os números da Care

- 60** é o número de países onde a Care International está presente
- 27** milhões de pessoas beneficiadas no mundo em 2001
- 95%** dos recursos vêm de fontes internacionais
- 1,5** bilhão de reais gastos em programas da Care Brasil em 2002



Informações

Care Brasil – Rua do Paraíso, 585
CEP 04103-001 – São Paulo/SP

www.care.org.br

(11) 3037-2937

Apoio neste artigo



Incubadora de líderes sociais

Promover o empreendedorismo social é a missão da Ashoka, organização sem fins lucrativos que reúne mais de 1.300 empreendedores em 44 países

Por
FELIPE MELLO E ROBERTO RAVAGNANI

"O Brasil é um país privilegiado em termos de inovação e criatividade, um ambiente propício para o desenvolvimento do empreendedorismo social"

Anamaria Schindler, vice-presidente internacional de parcerias estratégicas da Ashoka

A importância da liderança

Qual a força de uma iniciativa multiplicada por milhões? Este questionamento, de difícil resposta, vem sendo crescentemente exercitado. Um número maior de pessoas vem se interessando em descobrir o que pode fazer e aonde podem chegar através da mobilização social. Esse processo de reconhecimento da responsabilidade de cada cidadão é primordial para a melhoria efetiva do País. Importante destacar uma figura que deve assumir o papel de protagonista, coordenando as expectativas e habilidades das outras personagens, encaminhando o espetáculo para um grand finale, tendo suas cortinas cerradas sob calorosa salva de palmas. É o empreendedor social, elemento-chave na transformação da potência em realidade.

A presença do empreendedor social é importante porque instiga, motiva, persuade, coordena e corrige o rumo das ações. Uma equipe sem liderança se assemelha muito a um barco à deriva em mar aberto. Entendendo essa significativa contribuição do empreendedor social, a Ashoka fornece no Brasil, desde 1986, apoio financeiro sob forma de bolsas de manutenção a indivíduos na fase de lançamento de seu trabalho, proporcionando-lhes condições necessárias para que dediquem tempo integral à tarefa de consolidar seus projetos.

Ashoka brasileira é referência para o mundo

A própria criação da Ashoka remete a um ato de empreendedorismo. Em 1980, William Drayton pediu demissão de seu cargo de alto

escalão para perseguir um antigo sonho: criar uma instituição para apoiar indivíduos dinâmicos com idéias inovadoras e, ao mesmo tempo práticas, capazes de provocar mudanças sociais abrangentes. Mais de duas décadas depois, a Ashoka está presente em 44 países da América Latina, América do Norte, África, Ásia e Leste Europeu.

O caráter multinacional da organização vem proporcionando uma série de avanços, por meio da multiplicação das experiências geradas pelos seus escritórios. Um exemplo claro é o Brasil. Segundo Anamaria Schindler, vice-presidente internacional de parcerias estratégicas da entidade, "o país tem sido um laboratório de experiências, metodologias e inovações para a Ashoka internacional". Várias iniciativas foram criadas e testadas aqui para depois serem expandidas além de nossas fronteiras. Um exemplo, diz ela, é a iniciativa denominada Base de Cidadania, que busca direcionar o Terceiro Setor para o desenvolvimento de inovações em mobilização de recursos locais. Há um treinamento que utiliza a metodologia de jogos de negócios. Após resultados positivos, o treinamento foi sistematizado e expandido para África e Ásia. Um outro exemplo é a parceria estratégica com a McKinsey & Company, iniciada no Brasil em 1996. "Através de ações conjuntas, desenvolvemos treinamentos, concursos e metodologias que visam a transferência de conhecimento e ferramentas de gestão do setor privado para o social", esclarece. A parceria recebeu o nome de Centro de Competência para Empreendedores Sociais, e já foi difundida em outros oito países da América do Sul, além de Estados Unidos, Europa e Ásia.

ORIGEM DO NOME

Em sânscrito, Ashoka significa ausência de sofrimento. Ashoka era o nome de um imperador que governou a Índia durante o século III a.C. e é lembrado como um dos maiores inovadores sociais do mundo. Depois de uma guerra pela unificação do país, Ashoka renunciou à violência e dedicou a própria vida à promoção do bem-estar social, da justiça econômica e da tolerância. Seus éditos, gravados em pilares de pedra em todo o Império, testemunham sua fé na ética como guia para a ação pública.



A presença do empreendedor social é importante porque instiga, motiva, persuade, coordena e corrige o rumo das ações

Célia Cruz, diretora de seleção de empreendedores sociais da Ashoka para o Brasil e Paraguai

Conhecendo a Ashoka no Brasil

A decisão internacional de estabelecer um escritório no Brasil se deu em 1986, levando-se em conta a necessidade de expansão geográfica da Ashoka na América Latina. Além disso, segundo Anamaria, "o Brasil é um país privilegiado em termos de inovação e criatividade, um ambiente propício para o desenvolvimento do empreendedorismo social". De lá para cá, o trabalho vem sendo a promoção da profissão de empreendedor social. Para tanto, a Ashoka capta recursos junto a fontes privadas, ou seja, indivíduos, fundações e empresas. A organização enfatiza, em posição diferenciada, que não aceita verbas governamentais em nenhum país. Vale ressaltar que a captação é feita basicamente no âmbito internacional, mas há um direcionamento recente de buscar recursos também localmente.

Outra fonte de recursos é o trabalho voluntário. A organização acredita que o voluntariado é o diferencial das organizações da sociedade civil com o setor privado. Na própria Ashoka há uma tradição de trabalho voluntário com os consultores da McKinsey & Company, que tornam disponíveis conhecimento e tempo de consultoria em alta gestão. Além disso, existem voluntários envolvidos na organização de eventos e captação de recursos. Segundo Célia Cruz, diretora de seleção de empreendedores sociais da Ashoka para o Brasil e Paraguai, há também um intercâmbio de voluntários.

"Recebemos pessoas de outros países – MBA students – que vêm fazer trabalho de férias no Brasil", informa.

A interação com os escritórios internacionais, a captação de recursos e o trabalho voluntário são algumas ferramentas que a Ashoka utiliza para agregar valor em suas atividades e driblar dificuldades. De acordo com a organização, a sustentabilidade institucional e a disseminação e compreensão do conceito de empreendedorismo social para toda a sociedade apresentam-se como principais desafios. Outro é o desenvolvimento de ferramentas e conhecimento que ajude os *fellows* (empreendedores) a replicar projetos e medir o impacto dos mesmos com efetividade.

Crítérios de seleção do empreendedor social

Para que a aplicação do recurso seja feita de forma otimizada, a Ashoka executa as seleções com muito rigor, uma vez que ali se dão as escolhas dos candidatos que receberão bolsa-auxílio para transformar suas idéias em práticas sociais. Os candidatos selecionados são denominados *fellows* – em português, camarada, colega, companheiro – e passam a integrar um time que já conta com 1.300 pessoas em todo o mundo. Esses elementos, via de regra, apresentam as seguintes características consideradas indispensáveis para a seleção:

ter uma idéia nova, que denote a criatividade e a personalidade empreendedora, e que carregue a possibilidade de causar impacto social positivo. Além disso, o candidato deve apresentar fibra ética, assegurando que a associação seja construída na confiança e no respeito mútuo, por meio de candidatos que sejam "intuitivamente confiáveis".

No início do mês de junho foram anunciados os 13 novos líderes sociais da Ashoka no Brasil – selecionados entre 300 –, que receberão bolsa mensal de até R\$ 4 mil durante os próximos três anos. Estes novos *fellows* farão companhia aos outros 200 empreendedores brasileiros já apoiados pela organização. Interessante ressaltar que os escolhidos estão espalhados por todo o Brasil, desde Goiânia até Itanhém, na Bahia, respeitando as demandas de um país continental.

Na opinião de Vivianne Naigeborin, diretora internacional de parcerias estratégicas da Ashoka, o Terceiro Setor nacional está avançado em algumas áreas, mas ainda atrasado em outras. A receita para a evolução, segundo ela, passa obrigatoriamente pela profissionalização, adoção de instrumentos efetivos para medição do impacto dos trabalhos e capacidade de replicar os projetos em outras comunidades. Coincidência ou não, são as armas que o legítimo empreendedor social carrega em seu cinturão. 🍌



DIVULGAÇÃO

44 países onde a Ashoka está presente hoje

1.300 empreendedores sociais em todo o mundo

200 empreendedores sociais no Brasil

4 mil mensais é o valor da bolsa dos 13 novos líderes sociais da Ashoka Brasil

Os números da Ashoka



DIVULGAÇÃO

Informações

Rua Alves Guimarães, 715 – Pinheiros
CEP 05410-001 – São Paulo/SP

www.ashoka.org.br

(11) 3085-9190

ashoka@ashoka.org.br

Apoio neste artigo



Jovens se unem para estimular a

Em parceria com o CeCIF, a campanha Viva um Sonho nasceu da vontade de universitários em ajudar na adoção de crianças em idades avançadas

A adoção vista a partir do Direito da criança é algo relativamente novo em nosso país, pois até pouco mais de 15 anos o tema estava associado exclusivamente a desejos e realizações pessoais de quem adota.

Hoje, a adoção passa a ser a resposta mais completa da sociedade em busca da solução do abandono de crianças já sem possibilidades de retornar às suas famílias.

Nesse caso, falamos das centenas, talvez milhares de crianças mais velhas, às vezes com irmãos, que vivem em abrigos e não têm mais a proteção afetiva e legal de uma família.

Só na Grande São Paulo, mais de cinco mil vivem em abrigos, sendo que muitas delas poderiam ser adotadas se existissem candidatos desejosos de adoção tardia (crianças com mais de três anos de idade).

Detectando esta realidade e, ancorados em pesquisa realizada pelo CeCIF (Centro de Capacitação de Incentivo à Formação de Profissionais, Voluntários e Organizações que desenvolvem trabalhos de apoio à convivência familiar), um grupo de

formandos da FAAP criou a campanha social Viva um Sonho, inicialmente como trabalho acadêmico, com o objetivo de estimular e orientar famílias para a adoção.

Mais tarde, os jovens voltaram a procurar o CeCIF com a intenção de que a campanha fosse efetivamente realizada.

Sem recursos para algo desta dimensão, mas dispostos a encarar o desafio, foram à procura de parceiros nos meios de comunicação para dar suporte à campanha. "Fomos muito bem recebidos em todos os locais e, por mais estranho que possa parecer, não ouvimos um único 'não'", comemora Gabriela Schreiner, diretora-executiva e uma das fundadoras do CeCIF.

Uma vez construída a rede de divulgação, houve necessidade de se oferecer respaldo pedagógico e psicológico a pais e pretendentes, pois a adoção requer um certo apoio para ser realizada com sucesso e se tornar proteção definitiva para a criança em questão.

Para isso, a equipe convidou os Grupos de Apoio à Adoção da Grande São Paulo

Em São Paulo, o CeCIF formou uma equipe de voluntários para dar atendimento a casais e pretendentes interessados em adotar crianças

O QUE É ADOÇÃO?

Adoção é o processo afetivo e legal por meio do qual uma criança passa a ser filho de um adulto ou de um casal. De forma complementar, é o meio pelo qual um adulto ou um casal de adultos passam a ser pais de uma criança gerada por outras pessoas. Adotar é tornar "filho" uma criança que perdeu, ou nunca teve, a proteção daqueles que a geraram.

COMO DEVO ADOTAR UMA CRIANÇA?

Tanto na adoção de recém-nascidos quanto nas adoções tardias, o fundamental, para os pais, é a construção de uma relação de confiança profunda e de aceitação. É preciso ser a referência básica, o alimento espiritual para o filho. Deve-se ter abertura para compreender e aceitar a história anterior da criança, antes da adoção, reconhecendo essa experiência, valorizando os diferentes aspectos construtivos de sua personalidade, de suas características físicas, tornando-a autora de uma nova história em sua nova família, ajudando-a a perceber as imensas possibilidades de superação e reparação existentes nos relacionamentos humanos. Adotar é um verbo conjugado em diversos tempos: ação, reflexão, transformação.

Cada adoção é uma história única e deve ser vivida sempre com coragem e esperança. É preciso lembrar que é, antes de tudo, uma atitude frente à vida e seus desafios, de quem sabe que o amor é uma das poucas coisas que, quanto mais é compartilhado, mais cresce.

COMO PROCEDER PARA REALIZAR UMA ADOÇÃO?

Vá até o fórum de sua comarca, com seu RG e um comprovante de residência. A Vara de Infância e Juventude agendará uma entrevista para a data em que o setor

Informações

 cecif@uol.com.br
 www.cecif.org.br
www.vivamumsonho.org.br

adoção tardia

(ONGs ligadas ao tema) para reuniões de apresentação e construção conjunta dessa etapa. Sete deles se uniram à campanha e constituíram a Frente Pedagógica de Apoio à Adoção que daria ênfase aos temas da adoção tardia em reuniões.

Com o crescimento do projeto também veio o aumento no número de telefonemas. Para atender essa demanda, o CeCIF fez parceria com a Fundação Orsa, que já presta atendimento com o serviço "Alô Vida", por meio do qual é possível obter informações sobre a campanha.

Em São Paulo, foi formada uma força-tarefa de voluntários que, treinados, vêm dando atendimento às primeiras dúvidas de pessoas interessadas em adotar.

Essa equipe também se encarrega de responder cuidadosamente os e-mails gerados pelo site concedido pelo portal IG Cidadania.

Os números dos primeiros 30 dias da campanha são surpreendentes: 571 telefonemas, 237 e-mails e mais de 20 mil visitantes diferentes ao site.

Viva um Sonho é a mostra viva de que se somarmos forças e vontades, os sonhos podem se tornar realidade, pelas mãos comprometidas de voluntários.

Para tanto, o CeCIF vem buscando o

fortalecimento dos atores sociais que trabalham com a infância em risco, para garantir o direito à vida em família. A equipe de voluntários conta com mais de 30 pessoas que dedicam o melhor de seu tempo e o melhor de si. 

Gabriela Schreiner, diretora-executiva do CeCIF entre dois jovens empreendedores do programa



técnico do fórum estiver disponível. Nesse momento, recebe-se a lista dos documentos que a vara precisará para dar continuidade ao processo. Esses documentos variam de acordo com a vara, mas geralmente são:

- xerox autenticada da Certidão de Casamento ou Nascimento, do RG e do comprovante de renda mensal;
- atestados de sanidade física e mental (posto de saúde), idoneidade moral assinada por duas testemunhas (não podem ser da família), com firma reconhecida e de antecedentes criminais (na delegacia de polícia mais próxima).

Na entrevista, deve-se preencher a ficha de triagem onde se solicita o tipo físico, idade e sexo da criança. Nesse momento, o pretendente fica em lista de espera. Quanto menor o número de restrições, menos o tempo de espera pelo filho desejado. Uma vez aprovada a ficha, se está apto a adotar.

QUEM PODE ADOTAR?

- maiores de 18 anos, em qualquer estado civil;
- o adotante deve ser, no mínimo, 16 anos mais velho que o adotado.

QUEM PODE SER ADOTADO?

- a criança ou adolescente com, no máximo, 18 anos de idade, à data do pedido de adoção;
- pessoa maior de 18 anos que já estivesse sob a guarda ou

tutela do adotante à data do pedido de adoção.

INFORMAÇÕES ÚTEIS

- ela é irrevogável;
- garante igualdade de direito e deveres, salvo os impedimentos matrimoniais;
- garante a plenitude dos direitos sucessórios.

LICENÇA MATERNIDADE

Lei nº 10.421, de 15/04/2002 - Art. 71-A.

À segurada da Previdência Social que adotar ou obtiver guarda judicial para fins de adoção de criança é devido salário-maternidade pelo período de 120 dias, se a criança tiver até 1 ano de idade, de 60 dias, se a criança tiver entre 1 e 4 anos de idade, e de 30 dias, se a criança tiver de 4 a 8 anos de idade.

DIA NACIONAL DA ADOÇÃO

Foi instituído o Dia Nacional da Adoção a ser comemorado, anualmente, no dia 25 de maio. (Lei nº 10.447, de 9/05/2002)

Mitos e verdades sobre a adoção tardia



A sociedade vê a criança ainda como uma posse que está, de certa forma, sob o controle do adulto que decide como, quando e de que forma deve amá-la e formá-la. Uma criança de mais de três anos, tendo vivido uma experiência marcante de internamento institucional, violência ou abandono traz uma história difícil de ser controlada. Esse tipo de preconceito é fruto de uma sociedade profundamente segmentada, com alta concentração de renda e que ainda não desenvolveu uma solidariedade fundamental de pessoa a pessoa.

As crianças mais procuradas para adoção são as recém-nascidas, brancas (de preferência loiras) e meninas. São as crianças "ideais", os fantasmas dos desejos de uma sociedade moldada pela propaganda e por valores estéticos europeus. Acredita-se que uma menina será mais dócil, mais meiga e amiga e que essa criança encantada, dotada de todas as qualidades e valores (porque também é saudável e nunca viu ou foi tocada pela mãe biológica, da qual é resgatada miraculosamente). Nesse ínterim, as crianças mais velhas perdem espaço.

É preciso dividir essa "criança maior de três anos" em quatro grupos: dos 2 aos 6 anos, dos 7 aos 10 anos, dos 11 aos 14 anos e dos 14 aos 18 anos. Cada um desses grupos tem suas próprias especificidades e desafios.

O primeiro grupo é o de crianças pequenas e, se a dor delas é excruciante pois são completamente indefesas diante da maldade, sua capacidade e prontidão para receber amor é imensa, podendo se adaptar com bastante facilidade, uma vez enfrentadas as sombras e feridas.

O segundo grupo é o de crianças que já construíram e, às vezes, já desconstruíram a esperança. Estão na fase de encontrar o esboço de suas identidades e as vicissitudes de uma vida amarga tornam isso muito difícil. Sua adaptação depende não só de muito amor,

mas de muita disponibilidade para enfrentar a revolta e refazer caminhos que se perderam ou foram truncados.

O terceiro grupo é dos que têm até sonhos, mas não têm mais esperanças e suas fantasias são fora da realidade, pois ela não é lúcida o suficiente. Se estão na rua, já foram capturados pela prostituição e pelo delito; se estão num orfanato, multiplicaram a primeira e original rejeição pelas dezenas de vezes que viram outras crianças menores, mais brancas ou meninas, serem levadas por uma família e eles não. Essa rejeição cotidiana é uma farpa de sofrimento que condiciona sua auto-imagem e deforma o mapeamento de sua existência. Sua adaptação numa família adotiva depende de amor, de um profundo senso de responsabilidade dos pais e de lucidez capaz de compreender os problemas e demandas dessa criança, quase adolescente, de forma a fazê-las elaborar e superar o passado para se tornar um adulto feliz.

O quarto grupo já é formado por adolescentes e é marcado pelas dificuldades de uma infância abandonada e pelas ambigüidades desta. Nos dois últimos grupos, o acompanhamento especializado de assistentes sociais e psicólogos antes, durante e, principalmente, depois de concretizado o ato da adoção, é de extrema importância.

O processo de adaptação

A bibliografia estabelece, em média, dois anos para que a criança supere o medo de ser rejeitada novamente e se permita confiar e estabelecer relações de afetividade com os pais. É claro que essa média depende de cada caso e de cada criança, mas alguns fatores são determinantes:

- real compromisso amoroso dos pais em relação à criança (diferente do amor romântico que, muitas vezes, se despedaça diante da realidade de uma criança que guarda

demônios dentro de si, que afloram durante o período de adaptação);

- serenidade e equilíbrio dos novos pais para não exigir de si e da criança mais do que cada um pode dar e ser;
- presença de um grupo familiar, de amigos e de referências sociais coerentes e cúmplices;
- não ter medo de buscar a ajuda profissional de um psicólogo e/ou o amparo dos grupos de apoio da região.

Esse período de adaptação da criança apresenta características específicas em determinadas fases. Levando em conta a especificidade de cada situação, poderíamos assinalar as seguintes fases:

- o encantamento: a criança está feliz de ser escolhida e sair da rua ou do orfanato e os pais estão apaixonados pela criança e pelo gesto de acolhimento.
- a raiva e a decepção: assinalado pela necessidade de "marcar território", nesse período a criança exercita um direito que nunca lhe fora dado - o de dizer não - é uma tentativa simbólica de controlar e refazer a sua vida.
- o encontro da família: quando a criança entende que encontrou uma família - pai e mãe - e se dispõe a refazer pedaços de vida, é a fase em que a criança apresenta problemas de aprendizagem, volta a fazer xixi na cama, exige atenções de um bebê, podendo querer mamadeira ou pedindo afagos e colos de uma criança pequenina.
- o "insight" amoroso: a criança percebe que, apesar de tudo, aqueles são seus pais, eventualmente não perfeitos nem ideais, mas verdadeiros e presentes e os mesmos percebem que aquela criança que está com eles vai crescer, vai viver e se tornar um adulto.

Muitas vezes, existe um quinto momento,

PRETENDENTES A PAIS PARA CADA CRIANÇA LIBERADA PARA ADOÇÃO



quando, na adolescência, a criança busca conhecer os pais biológicos. É um momento muito tenso e que só pode ser enfrentado com muita ajuda, calma, firmeza e generosidade. Normalmente o adolescente só quer estabelecer seus parâmetros de vida e, quando a relação parental é sadia, não significa que está rejeitando os pais adotivos, apenas procura contar, para si mesmo, sua própria história.

Uma das dificuldades mais frequentes observadas no relacionamento pais-filhos adotivos tardios é a decepção de ambos. Os filhos adotivos idealizam demasiadamente a vida familiar, realmente não sabem o que é uma família com sua rede de direitos e deveres. O que eles chamam de "querer uma família" é, na verdade, querer sair da rua ou da instituição e poder ter tudo o que eles sonham. Eles tendem a se sentir traídos ao descobrir que a vida familiar tem regras e limites.

Quando o adotado é adolescente ou quase, um dos fatores mais complicados é que

ele não teve tempo de decidir se realmente quer amar os pais que o adotaram. A natural rebeldia adolescente, no caso, pode se revelar numa negação furiosa desses adultos que o adotaram e que querem ter algum direito sobre ele. Os pais, por sua vez, se decepcionam quando a criança maior, "que já deveria entender as coisas", reage de uma forma agressiva, se nega a fazer parte da família que o acolheu ou apresenta comportamentos regressivos ou mimados, querendo tudo e se negando a dar qualquer coisa.

Se esses confrontos não forem apaziguados a adoção tardia pode acabar em

devolução, o que fere a ambos mas, principalmente, à criança de um modo implacável. É preciso que os pais se lembrem que a criança ou o adolescente estão testando essa nova relação com as armas que lhe foram dadas: o medo, a raiva, a desconfiança. Uma criança mais velha aprendeu a não amar, pois todos a quem se ligou afetivamente foram embora - os pais, os funcionários, os colegas de quarto ou de marquise.

Paciência e firmeza são as qualidades necessárias para prosseguir o resgate. Aos poucos, a criança percebe que o amor é uma dádiva e não ameaça. Então, ela se permite voltar a ter fantasias, sonhos e esperanças. A tempestade aconteceu, os danos foram reais, mas no porto seguro é possível fazer os reparos necessários, juntos, pais e filhos, e seguir juntos na viagem que é a vida.

FONTE: PROJETO VIVA UM SONHO

Informações

www.vivaumsonho.com.br

Vocação exclusiva ao Terceiro Setor



4º Simpósio

A Contabilidade do Terceiro Setor

Data 26/09/2003

**Curso de Especialização para
Direção de ONG's**

Público Alvo: Dirigentes, Administradores,
Gestores e Provedores
Agosto/2003

Tel. (11) 3161 5286
consultoria@economica.com.br
www.economica.com.br

filantropia
Voluntariado & Terceiro Setor

SiGRATS

Solução Integrada
para Gerenciamento
da Associação Social

Agenda de Eventos

Março

Captação de Recursos

Junho

Direito do Terceiro Setor

Setembro

A Contabilidade do Terceiro Setor

Dezembro

Fórum Nacional de Debates



Diversidade. Inclui todo



Diversidade sem adversidade.

Temos uma constituição que garante direitos e oportunidades iguais para todos. Infelizmente, na prática isso nem sempre acontece. Para promover a inclusão de todos os cidadãos na sociedade, a Fundação Banco do Brasil criou o programa Diversidade. Nesse ano, o foco das ações se volta para as pessoas portadoras de deficiência. São pessoas com potencialidades para enfrentar as adversidades do mercado e da vida. O trabalho da Fundação abrange várias iniciativas concretas de inclusão, a partir de estudos, pesquisas, campanhas de sensibilização e conscientização. Informe-se. Divulgue. Participe. Se o problema é social, a responsabilidade é de todos.

mundo. Inclui você.

FUNDAÇÃO BANCO DO BRASIL

www.cidadania-e.com.br

Sites

Projeto Ponto Solidário



Depois de criar um espaço para distribuir e vender a produção artística de ONGs brasileiras, comunidades indígenas, artistas e outras instituições, a rede de ensino de idiomas Yázigi Internexus inicia mais uma fase do Projeto Ponto Solidário, que agora ganha uma página na rede mundial. Além das informações sobre o projeto e as ONGs envolvidas, há uma pequena mostra dos mais de 500 itens de produtos que podem ser adquiridos. As entregas são feitas em todo o País pelo correio.

Avenida 9 de Julho, 3.186, São Paulo
 pontosolidario@yazigi.com
 www.pontosolidario.com.br
 (11) 3058-7459 e 3884-9600

Click Fome está com fome de patrocinadores



Eleito o melhor site por quatro anos consecutivos na categoria Ações Sociais do iBest, o Click Fome da Ação da Cidadania está precisando de patrocínio. Os acessos crescem a cada dia, mas não há quem pague a doação dos internautas. Desde 1999, o Click Fome teve mais de 11 milhões de

acessos e 7 milhões de "cliques" de doação, que possibilitaram a mais de 100 crianças receberem, entre outros benefícios, a Bolsa-Escola durante um ano e a 25 jovens cursarem o supletivo de segundo grau da Escola de Cidadania, habilitando-se para o vestibular.

www.clickfome.com.br

Responsabilidade Social.com



Primeira revista eletrônica brasileira sobre os temas responsabilidade social e investimento social privado, o site fornece entrevistas, artigos especializados, matérias e estudos atualizados. Também oferece indicações de fontes, notícias e links sobre o assunto.

www.responsabilidadesocial.com

Prêmios

Prêmio de Jornalismo Fórum Metropolitano de Segurança Pública

As melhores reportagens realizadas em 2002 sobre o tema "Prevenção e Combate à Violência" e assuntos correlatos poderão concorrer ao prêmio oferecido pelo Fórum Metropolitano de Segurança Pública. Dividido nas categorias Jornalismo Impresso, Radiojornalismo, Telejornalismo e Jornal Eletrônico, selecionará matérias produzidas por jornalistas brasileiros ou radicados no País veiculadas na Região Metropolitana de São Paulo. Inscrições até 31 de julho.

bernadete.aquino@viveiros.com.br e
 gustavo.mendes@viveiros.com.br

(11) 3675-5444

1º Prêmio FGV-EAESP de Responsabilidade Social no Varejo

Reconhecendo o papel que as empresas varejistas desempenham na sociedade brasileira, o Centro de Excelência em Varejo (CEV) da Fundação Getúlio Vargas, criou o prêmio no intuito de incentivar programas ou ações de responsabilidade social desenvolvidas por empresas e instituições varejistas do Brasil.

www.fgvsp.br/cev/premio

(11) 3281-7970

Prêmio Incentivo à Educação Fundamental

Pelo 8º ano, a Fundação Bunge e o Ministério da Educação premiam 20 professores de 1ª a 4ª série de escolas públicas que desenvolveram projetos pedagógicos relevantes no ano de 2002. A avaliação segue critérios de criatividade, diferenciação e envolvimento dos educadores com a qualidade do ensino. Inscrições até dia 5 de agosto, nas secretarias estaduais de educação.

Prêmio Chico Mendes de Meio Ambiente

Vão até dia 3 de outubro as inscrições para o prêmio realizado pelo Ministério do Meio Ambiente, para valorizar trabalhos realizados e desenvolvidos em prol da conservação do meio ambiente da Amazônia. Seis categorias serão contempladas: Liderança Individual; Associação Comunitária; ONG; Ciência e Tecnologia; Negócios sustentáveis; Arte e Cultura. Cada um dos primeiros colocados receberá R\$ 20 mil.

www.mma.gov.br

Prêmio Ethos-Valor em Salvador

O Instituto Ethos lançou, na capital baiana, a quarta edição do concurso nacional para estudantes universitários sobre responsabilidade social, com o objetivo de incentivar e aprofundar o debate sobre a responsabilidade social das empresas na comunidade acadêmica. Inscrições a partir do dia 2 de fevereiro de 2004 pelo site do Ethos.

premio@ethos.org.br

www.ethos.org.br

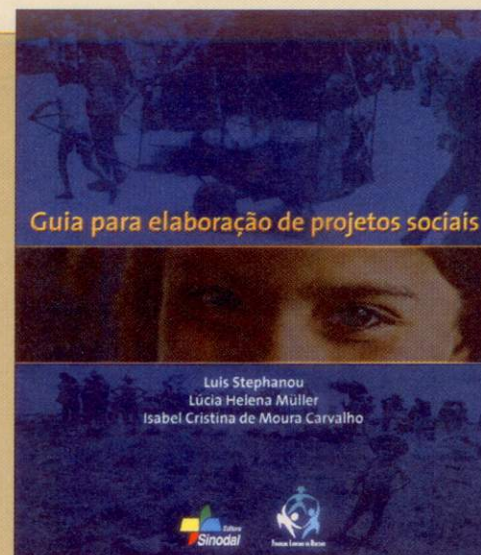
Livros

Guia para elaboração de projetos sociais

Lançado pela editora Sinodal, com apoio da Fundação Luterana de Diaconia, este guia (96 págs.) foi elaborado a partir dos cursos, encontros e seminários desenvolvidos pelos autores, nos últimos três anos, com órgãos governamentais e fóruns de entidades ou grupos da Sociedade Civil e universidades. É escrito pelos gaúchos Luis Stephanou, assessor de projetos na Fundação Luterana de Diaconia e professor de elaboração de projetos sociais na Fundação de Desenvolvimento e Recursos Humanos do Estado do Rio Grande do Sul, Lúcia Helena Müller, professora de cursos de elaboração de projetos sociais (UFRGS, UNISC e FDRH), e Isabel Cristina de Moura Carvalho, pesquisadora, gestora e avaliadora de projetos sociais.

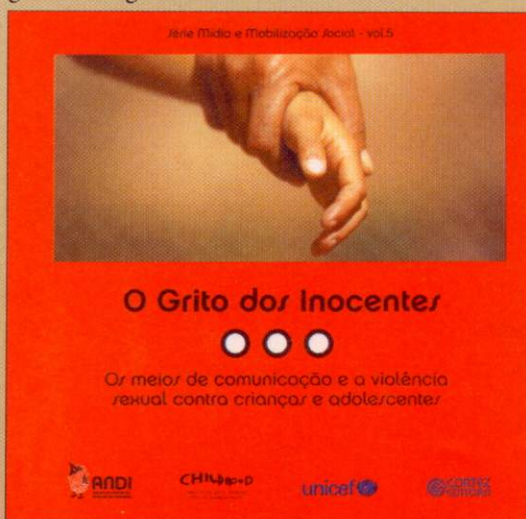
@ fld@ieclb.org.br

(51) 3221-3433 e 3225-7244



ANDI e WCF-Brasil lançam 5º volume da série Mídia e Mobilização Social

A Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI) e o Instituto WCF-Brasil apresentam o livro "O Grito dos Inocentes – Os Meios de Comunicação e a Violência Sexual contra Crianças e Adolescentes". A obra tem como base a pesquisa "Infância na Mídia" publicada em março de 2002, que analisa as publicações nos 49 maiores jornais do País sobre delito sexual contra a infância e a adolescência no ano 2000 e no primeiro semestre de 2001. O livro traz dados atualizados sobre a cobertura do tema pela mídia impressa brasileira, entrevistas com diversos especialistas, além de glossário e guia de fontes nessa área.



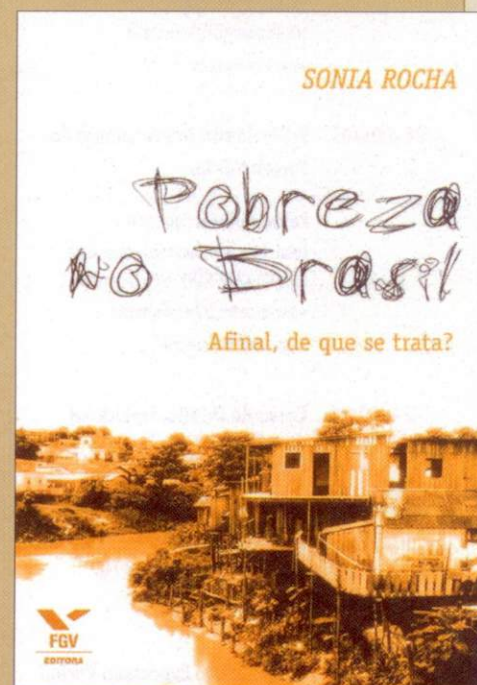
@ pauta@andi.org.br

(61) 322-6508

Pobreza no Brasil Afinal, de que se trata?

Uma análise sobre as diferentes facetas da pobreza no Brasil é tema do novo lançamento da Editora FGV, "Pobreza no Brasil – Afinal, de que se trata?", R\$ 29, da economista Sonia Rocha, coordenadora de projetos do IBRE/FGV. A autora mostra a desigualdade como ponto de partida e discute as relações entre pobreza e o mercado de trabalho. O livro também apresenta indicadores e explicações sobre os conceitos e julgamentos de valor que estão por trás dos números, oferecendo um panorama da evolução entre 1970-1999, com ênfase na última década.

(21) 2559-5550



Manual de Avaliação de Projetos Sociais

Primeiro volume da Biblioteca Ayrton Senna, fruto da parceria entre a Editora Saraiva e o Instituto Ayrton Senna, o livro é um guia instrutivo e seguro para ações no campo avaliativo, que vem preencher uma lacuna na literatura técnico-operativa voltada para o Terceiro Setor. De fácil leitura, apresenta didaticamente os principais passos do processo: o que avaliar, como proceder, concluir e disseminar resultados. Completam a obra um glossário, dicas práticas, roteiros de entrevistas, ilustrações, quadros e tabelas. De autoria de Eduardo Marino, custa R\$ 23.

09/06 a 14/07 Responsabilidade Social e Gestão Integrada: 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

5, 12 e 19/07 Curso de Ferramentas para gestão de projetos

Realização: Escola de Negócios — ONG Labore
Local: Rua São José, 40, 9º, Centro, Rio de Janeiro/RJ
Tel. (21) 2429-7506
atendimento@labore.org.br
www.labore.org.br

06 a 09/07 II Seminário Internacional do Terceiro Setor

Realização: Senac São Paulo
Local: Blue Tree Convention Ibirapuera
Tel. (11) 6647-5151
www.sp.senac.br/terceirosetor/
seminariointernacional/

7 a 10/07 Curso de Direito Ambiental

Realização: UniverCidade
Local: Av. Ministro Edgard Romero, 807, Vaz Lobo/RJ
Tel. (21) 3458-2009 - ramal 148
clvalente@ig.com.br

14 a 17 - 21 a 24 e 28 a 30/07 Treinamento Expressão Verbal e Escrita - A arte de falar bem em público e escrever corretamente

Realização: Comunicando com Você
Local: Rua Bela Cintra, 746, cj. 121, São Paulo/SP
Tel. (11) 6221-3996
www.agilitymarketing.com.br

15/07/2003 Eco Economia - Reestruturando a Economia Global

Local: Auditório da Boston School-TL
Rua Libero Badaró, 633-Centro
São Paulo/SP
Confirmar presença até dia 14 de julho via fax para (11) 3897-2424.

21 a 26/07 Curso Fé e Cidadania

Realização: ISER/Assessoria
Local: Colégio N. S. de Lourdes, Rua Oito de Dezembro, 328, Rio de Janeiro/RJ
Tel. (21) 2524-9761
iserassessor@alternex.com.br

23 a 25/07 Curso Gestão Financeira e de Recursos para Organizações sem Fins Lucrativos

Realização: LDPP - Laboratório de Desenvolvimento Pessoal e Profissional
Local: Business Institute, Rua Paraíba, 330, 21º
Belo Horizonte/MG
Tels. (31) 3482-2774 e 3436-4716
labdpp@aol.com

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 Seminário e Atualização

Realização: Tiellet, Schmitt & Associados
Local: APOT, R. Dr. João Quirino do Nascimento, 1.601, Campinas/SP
Tel. (51) 3325-2080
tsa@tsa.com.br
www.tsa.com.br

20 a 22/08 XIII Congresso Nacional das Santas Casas e Hospitais Filantrópicos

Realização: Confederação das Santas Casas de Misericórdia, Hospitais e Entidades Filantrópicas
Local: Hotel Nacional Brasília, Setor Hoteleiro Sul, Quadra 1, Bloco A, Brasília/DF
Tel. (61) 321-9563
www.cmb.org.br

27 a 29/08 Salão Gaúcho de Responsabilidade Social

Realização: Fundação Semeiar
Local: Centro de Eventos da Fenac, Rua Araxá, 555
Novo Hamburgo/RS
Tel. (51) 594-4044
comunicacao@fundacaosemeiar.com.br
www.fundacaosemeiar.org.br

09/2003 A Contabilidade do Terceiro Setor

Realização: Econômica Desenvolvimento Empresarial
Tel. (11) 3161-5286
consultoria@economica.com.br

6º Curso Responsabilidade Social e Terceiro Setor

Realização: CEATS - USP
Tel. (11) 3733-1193 e 3735-7986
ceats_cursos@fia.com.br
www.ceats.org.br

23/10 I Jornada Paraense do Terceiro Setor: Aspectos Legais e Sustentabilidade

Realização: FIDESA
Local: Av. Alcindo Cocela, 784
Bairro do Umarizal - Belém/PA
Tel. (91) 246-9415
fidesa@fidesa.org.br
www.fidesa.org.br

29/10 IV Conferência Estadual do Conseas Avaliação dos 10 anos da LOAS

São Paulo (local a confirmar)
Tels. (11) 221-1548 e 223-1719
conseas-sp@ig.com.br

03 a 07/12 Feira da Providência

Riocentro - RJ
Tel. (21) 2544-2769 - ramal 251
www.providencia.org.br
comercial@providencia.org.br

1 As ONGs podem abrir filiais a exemplo das empresas com fins lucrativos?

Sim. Não existe qualquer impedimento, porém há obrigatoriedade de que todos os atos e fatos de cada filial sejam registrados numa só contabilidade mediante única inscrição frente ao Ministério da Fazenda, por meio do CNPJ.

2 As filiais das ONGs reconhecidas pelo CNAS como filantrópicas podem utilizar-se do benefício de não pagamento de tributos, ante a imunidade e isenção fiscal?

Sim, pois o tratamento atribuído pelo Fisco não é para uma ou outra filial, mas para a instituição como um todo.

3 As certificações públicas outorgadas a determinada ONG também são extensivas às filiais?

Em parte sim, ou seja, para aquelas certificações de caráter federal, tais como aquela expedida pelo CNAS (Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social – CEAS) ou pelo Ministério da Justiça (Utilidade Pública Federal/OSCIP). Entretanto, a ONG que possui filial em município ou estado distinto da sede estará obrigada a pleitear as certificações de utilidade pública do governo local para eximir-se da tributação municipal e/ou estadual.

4 O INSS pode cassar o Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social (CEAS) emitido pelo CNAS, sob o argumento de que a entidade filantrópica não está cumprindo a legislação?

Não, pois a competência de cassar o CEAS é exclusiva do CNAS. Porém, o INSS pode promover uma representação junto ao Conselho, apresentando as infrações da instituição, e recomendar a cassação de tal certificado.

5 A entidade filantrópica que possui todas as certificações públicas exigidas pela lei, como condição ao não pagamento dos impostos, pode ter cassada a isenção fiscal por parte do INSS?

As certificações públicas exigidas pela lei apenas exteriorizam a qualidade da instituição e, por sua vez, não representam a garantia da isenção tributária, que pode a qualquer momento ser cassada pelos órgãos fiscalizadores diante de eventuais infrações às leis que concederam a ela os benefícios fiscais.

6 Como deve proceder a entidade filantrópica que ingressa com o processo de renovação do Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social (CEAS), junto ao CNAS, depois do prazo?

A instituição deve solicitar a convalidação do pedido de renovação do certificado por um pedido de concessão.

7 No caso acima, a filantrópica perderá o benefício da isenção fiscal?

Não obstante o certificado ser, como já falamos anteriormente, uma simples exteriorização da qualidade de isenta da instituição, ele assegura, segundo a Lei 8.212/91, a garantia do não pagamento das contribuições sociais. Assim, a instituição está sujeita ao pagamento de referidas contribuições inerentes ao período compreendido após o vencimento do certificado e a data da nova concessão. No que tange aos outros tributos, não há na legislação obrigatoriedade da conquista de tal certificado, o que facultará à instituição o direito de continuar imune/isenta, desde que preenchidos os demais requisitos da lei.

8 Constitui algum tipo de crime fazer lobby com políticos para conquista de recursos públicos em prol das obras sociais?

Lobby é um vocábulo de origem americana, que tem no Brasil certa conotação criminosa, pois nas entrelinhas representa propina. Em verdade, o lobby político é plenamente legal, desde que não haja vantagem de parte a parte, mas que se defenda interesses de uma coletividade. Por isso as ONGs não só podem, como também devem promover o lobby, ou seja, exigir o cumprimento das promessas de campanha, para que seja incluída na lei do orçamento, que acontece anualmente, verba direcionada a determinada instituição, visando auxiliá-la na manutenção de seus propósitos.

9 Existe alguma lei que sustente o pedido de verba pública aos políticos por meio de lobby?

Não há lei que regule o lobby, porém a Lei 10.524/02, atual Lei de Diretrizes Orçamentárias para o exercício de 2003, prevê verbas para o social, o que sinaliza a possibilidade de verbas públicas serem dirigidas a determinada instituição.

10 O administrador da ONG pode exercer de forma cumulativa a função de conselheiro fiscal da instituição?

Não. O papel do Conselho Fiscal é justamente fiscalizar a gestão do administrador, primando pela lisura da instituição. Por conta disso, são incompatíveis as atribuições, o que impede que o administrador cumule tais funções.

Por

MARCELO TORRECILLAS

BRAVO Mundo Novo!

Quanto mais eu penso no futuro, mais acho que as respostas para os nossos problemas estão no passado. Na minha modesta opinião, a gente deveria, de certa forma, voltar a ser índio. A vida era muito melhor naquela época - não havia fome, doenças, escravidão, poluição, efeito estufa, inflação, preconceito, nada disso.

Já faz quinhentos e três anos que descobriram a gente aqui no paraíso. Vieram em caravelas de madeira, consideradas hoje pouco mais que enormes jangadas, que só maluco e documentarista para se meter a enfrentar o atlântico nelas. Mas vieram. Era um povinho primitivo descobrindo que o mundo habitável que eles conheciam, de uma hora para outra, dobrou de tamanho.

Ingleses e irlandeses rasgaram a América do Norte com trens, cavalos, carroças e o diabo no corpo, dando tiro pra todo lado, cuspiando no chão e brincando de mocinho e bandido. Era briga e guerra o tempo todo. Uma hora implicavam com índios, depois com mexicanos, negros, latinos, com os próprios ingleses e irlandeses, mas os mocinhos eram sempre eles. Bom, acabou nessa gente briguenta que está aí.

Já quem veio explorar a América do Sul tropeçava em pepitas de ouro pelo chão. Eles ficaram mais interessados em fazer fortuna, voltar para a Europa e sumir do "quinto dos infernos". Não houve colonização, mas exploração. Os padres faziam de tudo para ensinar a reza do homem branco aos índios. Depois vieram os condes, viscondes, dons, coronéis, barões e dominaram o pedaço numa boa, sem mesmo ter que fazer grandes esforços.

Pode-se dizer, então, que foi uma rendição pacífica? Não, sangrenta. Morreu muita gente nesse processo, mas quando vimos que não dava para conter a portuguesada, arrumamos uma estratégia de sobrevivência das mais antigas: nos juntamos a eles. Aí sim, foi fácil, eles eram os primeiros imigrantes, nunca tinham visto tanta mulher daquele jeito na praia... Quem nunca comeu melado, quando come se lambuzar mesmo. Nós misturamos o nosso sangue ao deles até eles pegarem o gosto pela terrinha. Esfregamos nosso bom-humor nas suas caras pálidas até a alma. Demorou 500 anos, mas deu nesse

povo maravilhoso que temos.

Agora, que todos os descendentes, de todos os povos e de todos os continentes, já se espalharam por todo o globo, o ser humano já se misturou, se modificou e evoluiu até o ponto de entender tanto disso que já consegue até clonar esse fenômeno em laboratório. Passado o primeiro susto, imagino como deve ter sido para o primeiro homem da caverna que conseguiu acender uma fogueira.

Então imagine só: se nossa tecnologia já evoluiu tanto, vai que, de repente, descobrimos um outro planeta capaz de suportar a vida (e aí eu pergunto: só um?) e que o ônibus espacial faz daqui até lá em seis meses. Um mundo inteiro limpinho, poluição zero, novinho em folha, mas... habitado, com vida inteligente, porém muito mais primitiva, quase que selvagem. O que a gente ia fazer? Juntar um punhado de humanos com uma carga de espelhos e mandar para lá? Com padre e tudo? Legal! Larga a Terra aqui se regenerando e acampa no quintal dos outros enquanto espera. E que se dane a indiarada!

Tudo bem, isso ainda demora muito, é faz de conta, é coisa da minha cabeça. Mesmo assim, não seria melhor se, no mínimo, revessemos nossos valores, conceitos e preconceitos, fazer valer a vontade da maioria, sem desprezar os direitos dos que foram voto vencido... Afinal de contas, que exemplo de sociedade tecnologicamente avançada nós seríamos?

Mas existe ainda, um outro cenário possível: imagine que nesse exato momento, uma enorme nave espacial estivesse surgindo no horizonte da praia de Boa Viagem como foi com as caravelas, mas desta vez, a intenção não fosse colonizar. Apenas fazer contato.

Nesse caso, seria melhor a gente parar mesmo de poluir o planeta e começar a restaurar nossas belezas naturais... Dar uma arrumada na casa para receber a visita.

Por isso deveríamos voltar a pensar como os índios. Garanto que eles também não acreditavam em vida inteligente além do oceano, mas enquanto estava nas mãos deles, o planeta estava em ordem.

