



BRASIL
Edição 03 - ano 1
novembro/dezembro de 2002

revista **filantropia**[®]

Voluntariado & Terceiro Setor

Voluntariado na **EMPRESA**

Como implantar um programa social em uma empresa com a participação dos funcionários

- Administração de gratuidades
- Balanço social das empresas
- Modelos de entidades sociais
- Legislação do Terceiro Setor



Exemplar avulso: R\$ 7,50

Captação de Recursos

Transparência e profissionalismo para fidelizar doadores

Entrevista

Entidades falam de seu sucesso

Abrinq, Graac e Instituto Ayrton Senna dão dicas de gestão



“Só existem dois dias no ano em que nada pode ser feito. Ontem e amanhã. Portanto hoje é o dia de viver”

Filantropicas: agora é Lula!

Nasce uma estrela, nasce uma esperança. Lula lá e nós, os demais 170 milhões, aqui e acolá nesta imensidão do Brasil. Todos iluminados por uma estrela vermelha que, com raios fúlgidos, brilhará o céu de nossa pátria por quatro, ou quiçá, oito anos.

Depois de um longo período de governos militares e gestões obscurecidas (ou “colloridas”, urgh!) pela própria história, somou-se mais oito anos de um, digamos, razoável governo FHC que impulsionou a economia nacional, baixou a inflação a patamares aceitáveis e projetou nosso País aos quatro cantos do planeta o que, conseqüentemente, trouxe resultados positivos à balança comercial.

FHC não se esqueceu do social. Projetos como o Comunidade Solidária e o próprio Avança Brasil, entre outros protagonizados ou meramente apoiados pelo governo “Super 8”, trouxeram benefícios sociais à terra tupiniquim. Mas basta ver os números para dizer que não foram suficientes. E nem quero questionar a qualidade do atual governo até porque falar de alguém que está de saída é falta de educação.

Os problemas sociais no Brasil começaram há 500 anos atrás e não seria em oito anos (e não será em mais quatro) que se resolverão. O nosso “Lulinha, Paz e Amor” terá muito trabalho e, sem tirar o brilho da esperança petista, não teremos resultados tão rapidamente. Pelo menos não sentiremos diferenças no primeiro ano de mandato.

Enfim, a estrela do social brilhará pelas próximas primaveras. Primaveras de trabalhadores e também dos desempregados, de gente pobre, de gente rica, de gente branca, de gente negra, de gente bra-si-lei-ra!

Que nós todos do Terceiro Setor estejamos unidos e abraçados nessas próximas páginas da história do Brasil. Que nós possamos ser ouvidos pelo futuro governo, sentados com governantes para traçar um novo rumo para a atividade social do Oiapoque ao Chuí. De uma forma que o Primeiro, Segundo e Terceiro Setores se unam em um único setor: o “Setor do Bem”. Para isso, a Revista Filantropia se disponibiliza a ser o elo de ligação entre o governo e as entidades.

Ao meu, ao seu, ao nosso amigo Luiz Inácio Lula da Silva: Força! Garra! Atitude! Nós confiamos em você. E olha que não é pouco: mais de 60% da população quis você lá.

Marcio Zeppelini
Editor

No primeiro mandato de FHC sua maior ocupação foi o combate à inflação, no segundo teve a necessidade de equilibrar as contas públicas, bem como ofertar credibilidade aos investidores externos, e cumprir as metas de superávit fiscal com o Fundo Monetário Internacional (FMI), tudo para retomar o crescimento do País. Como conseqüência, o governo teve de acirrar a luta de equilíbrio de seus caixas, em especial com o aumento da carga tributária.



ROBERTO PARIZOTI

Assistimos, portanto, a criação da CPMF, a exemplo do aumento das alíquotas de vários tributos, em especial as do Cofins e PIS, além do Imposto de Renda e outros mais.

Em decorrência da renúncia fiscal por força da imunidade prevista na Constituição Federal, as filantropicas deixaram de recolher aos cofres públicos tributos correspondentes

a mais de R\$ 2 bilhões por ano, e passaram também a ocupar o desconfortável papel de vedetes e alvos da arrecadação tributária. E assim fomos testemunhas de que houve uma verdadeira “caça às bruxas”, iniciada a partir de 1998, sobre as entidades que portavam o benefício do não pagamento de tributos, cujo artifício governamental foi a mudança dos requisitos legais ao acesso à imunidade, em especial com a edição de duas leis: 9.532 e 9.732/98, que só não causaram um malefício maior às filantropicas devido à intervenção do Judiciário, que retirou, até hoje, liminarmente seus efeitos.

O nosso novo presidente escreveu para a segunda edição de nossa revista, comprometendo-se com as filantropicas a não implementar decisões unilaterais que as afete, “por decreto, de forma voluntarista”, afirmando, ainda, que quer “a ajuda das milhares de organizações que fazem parte do Terceiro Setor” para melhorar o Brasil.

Apesar da promessa de campanha, é evidente que Lula enfrentará, a exemplo de FHC em seu primeiro mandato, a necessidade de combater novamente a inflação, que já é visível, bem como equilibrar as contas públicas, com resgate inclusive, da credibilidade externa para fortalecer o nosso crescimento. Contudo, espera-se que o Terceiro Setor seja verdadeiramente eleito como parceiro e não como concorrente ou adversário desta saga.

Contudo, certos e conscientes que Lula não terá como fazer milhares em prol das atividades do Terceiro Setor, ante ao rombo da Previdência Social, que urge a R\$ 10 bilhões, principalmente no que tange ao tratamento tributário que está sendo dado às filantropicas, impõem-se a necessidade de partirmos para uma nova eleição na ampla Nação de nossa entidade, não de presidente, mas sim de metas, que possui apenas duas candidatas:

- criatividade para a auto-sustentabilidade;
- profissionalismo para maior credibilidade.

A Revista Filantropia desta edição está em campanha para o empate das duas candidatas, ofertando como bônus, ferramentas para a consistente sobrevivência da obra social, tudo para que não haja o Terceiro Turno em detrimento do Terceiro Setor.

Marcos Biasioli
Diretor Técnico

Exemplos de que vale a pena investir na criança e no jovem são dados por três grandes instituições do Terceiro Setor: Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança, Grupo de Apoio à Criança com Câncer (Graacc) e o Instituto Ayrton Senna (IAS). A **Revista Filantropia** traz trechos das entrevistas concedidas à jornalista Luciana Oncken desses três gigantes em ações sociais no País. Pela Fundação Abrinq, a superintendente Ana Maria Wilhelm. Pelo Graacc, o presidente Sérgio Petrilli. E pelo Instituto Ayrton Senna, a superintendente Margareth Goldenberg.

Os três entrevistados falam a seguir sobre a introdução de uma visão empresarial na gestão do Terceiro Setor, que reflete na captação de recursos, tanto financeiros como humanos, na especialização do voluntariado e na própria evolução das entidades. O Instituto Ayrton Senna possui programas em parceria com o Graacc (Brinquedoteca) e com a Fundação Abrinq (Adotei um Sorriso).

Por
LUCIANA ONCKEN

FOTOS: OSMAR BUSTOS

GIGANTES

em Ação Social

Desenvolvimento e pesquisa social

Mesmo com metas de chegar ao final do ano com a marca de 1,4 milhão de crianças e adolescentes atendidos, o Instituto Ayrton Senna considera o número uma gota no oceano. Somente o Poder Público seria capaz de atender universalmente. Para driblar o problema, o IAS lançou um programa para partilhar o conhecimento, passando a levá-lo para outras organizações, secretarias, prefeituras e órgãos públicos.

O IAS quer ser reconhecido como um centro de desenvolvimento de conhecimentos e distribuição do saber social, mais do que uma instituição que atende crianças e jovens. A superintendente Margareth Goldenberg traça um paralelo entre o desenvolvimento e pesquisa na área social e o desenvolvimento e pesquisa de uma vacina. "Eu vou distribuir isso e vacinar todo mundo. Nós estamos construindo formas de distribuir algumas vacinas que nós descobrimos", destaca.

Isso é feito por meio de um planejamento, sistematização, registro e avaliação. Ao final, são desenvolvidas publicações sistematizadas de cada aprendizagem, com cada parceiro, que são distribuídas gratuitamente conforme a ação de cada um. São realizados, também, congressos, workshops, formas de residência social. Essa foi a forma que o IAS encontrou para replicar as ações e beneficiar indiretamente um número bem maior de crianças e jovens.

O tamanho das instituições

Fundação Abrinq: fundada em 1990, atua em todo território nacional, como entidade articuladora, com intermediação da captação de recursos, seleção de entidades e instituições e distribuição de recursos. São mais de 15 programas e projetos, divididos em cinco áreas de atuação: Saúde e Nutrição, Educação e Família, Trabalho Infantil, Família e Comunidade, Defesa dos Direitos.

 www.fundabrinq.org.br

Graacc: fundada em 1991, possui atuação local, mas recebe crianças e adolescentes de todo o País e até do exterior. Mantém estrutura para receber as famílias provenientes de lugares distantes. A sede fica no Instituto de Oncologia Pediátrica da Unifesp. São 11 andares, 27 leitos, sendo 17 para internação (90% do atendimento é ambulatorial), Brinquedoteca (parceria com o IAS) e centro de tratamento especializado completo, com atendimento a 2.400 crianças por mês. Atende 13 mil novos casos por ano.

Possui 150 voluntários que se dedicam cerca de quatro horas semanais. São cerca de dez mil pessoas que realizam, regularmente, as chamadas pequenas doações (aproximadamente R\$ 90 ao ano cada uma). Possui parceria e participação de grandes empresas.

 www.graacc.org.br

IAS: fundada em 1994, atua em todo território nacional, com alianças estratégicas em todos os estados. Movimenta R\$ 15 milhões de investimentos sociais. Atende diretamente a 400 mil crianças em todo o Brasil, em 64 programas e projetos, divididos em oito áreas de atuação: Qualidade em Educação, Cidadão 21 - Arte, Cidadão 21 - Comunicação, Educação pelo Esporte, Jovem em Ação, Cidadão Campeão, Qualidade em Saúde e Nutrição. A previsão é chegar até o final de 2002 com atendimento a 1,4 milhão de crianças e jovens diretamente.

 www.senna.com.br

Início dos anos 1990

nascem três instituições

ABRINQ: "A partir do final dos anos 1980, um número cada vez maior de empresas e pessoas passou a se preocupar com a defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente. A Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança é um conjunto de empresas e pessoas que se uniu em torno de um ideal, para garantir uma infância digna e defender os direitos da criança e do adolescente, conforme normas nacionais e internacionais, estabelecidas na Constituição Federal de 1998, na Convenção Internacional dos Direitos da Criança (ONU-1989) e Estatuto da Criança e do Adolescente de 1990.

Passou a haver uma preocupação com a violação desses direitos, a partir de denúncias de violência contra crianças, número elevados de óbitos de crianças com até 5 anos, falta de acesso à educação, exploração do trabalho infantil. A perspectiva era mudar a situação da infância no Brasil. Essa postura vinha da convicção que a responsabilidade pela infância era também da sociedade, e não apenas do governo. Ainda hoje é importante ter essa visão."

GRAACC: "O trabalho começou em 1991, com quatro leitos no 9º andar do Hospital São Paulo, ligado à Escola Paulista de Medicina, hoje, Universidade Federal de São Paulo (Unifesp/EPM). Com ajuda de líderes da comunidade, o Graacc nasceu em uma pequena casa alugada no número 743 da rua Botucatu, Vila Clementino, zona Sul de São Paulo. Era lá que funcionava o ambulatório para atender as crianças e fazer quimioterapia.

A entidade tem como modelo o Saint Jukes Children Reserch Hospital, que tem uma organização que se chama Alsaacc, que funciona como uma instituição de apoio ao hospital. Essa instituição capta recursos na comunidade para poder ajudar o desenvolvimento do hospital. A exemplo dessa instituição, o Graacc também tem a possibilidade de visitar outras instituições norte-americanas que contam com essa parceria entre a comunidade, a universidade e as instituições privadas. Foi com essa proposta que o Graacc foi criado."

IAS: "O Ayrton sempre teve esse desejo. O Instituto foi criado em 1994, com a missão de contribuir para a criação de condições e oportunidades para que todas as crianças e adolescentes pudessem desenvolver plenamente o seu potencial como pessoas e cidadãos.

O Brasil está avançado em termos de desenvolvimento econômico, mas está muito atrasado em termos de desenvolvimento humano. É como se reunisse o Afeganistão e a Suíça em um mesmo país. E a missão do Instituto Ayrton Senna é construir pontes entre esses dois mundos."

Evolução

caminhos para o crescimento

ABRINQ: "Houve expansão das ações. No início, os projetos visavam a concretude de resultados, o engajamento. Como a Fundação Abrinq é uma entidade articuladora, em um segundo momento, passou a objetivar a adoção financeira de crianças, intermediando a captação de recursos e selecionando entidades para receberem as doações.

A partir disso, fez várias parcerias voluntárias para atender às necessidades dessas crianças. São parcerias fundamentais. A logística é a alma do negócio. Houve um crescimento muito grande no número de adesões, oferta de atendimento. A entidade está informatizando o sistema, que possibilitará uma organização maior do trabalho, com o cruzamento de informações, além de também estar potencializando as ações e as áreas transversais a ela."

GRAACC: "Nós usamos o nome da Unifesp, porque o Graacc era "novinho", pouca gente conhecia em 1991. Hoje, ganhamos realmente um nome bastante forte na comunidade. Na época, fomos atrás de um projeto, conseguimos algumas parcerias, mas ganhamos força na hora que conseguimos o Mc Dia Feliz, em 1993 (parceria com a rede multinacional Mc Donalds, que reverte um dia da venda do lanche Big Mac para o Graacc).

Foi nessa época que começamos a realizar o sonho de construir um hospital, amparados por essa empresa, que apoiou as ações do Graacc. À medida que manifestamos desejo de construir o hospital, acabamos indo para rua para brigar por ele. Então, foi estruturado todo um plano para alcançarmos o objetivo. Em 1998, inauguramos esse hospital que começou a ser construído em janeiro de 1996. Em dois anos, as doações foram administradas pelo Graacc. A idéia era criar um hospital que nivelasse por cima o atendimento. Oferecer a todas as crianças um nível de atendimento elevado. Nós somos uma entidade que tem como filosofia garantir às crianças o direito de serem atendidas de forma correta."

IAS: "O grande diferencial do IAS é a sua concepção. Enquanto a maioria das instituições do Terceiro Setor é o braço social de uma empresa, o IAS é uma instituição que contém uma empresa, doada pela família, de licenciamento da imagem e da marca Ayrton Senna. Todo o valor arrecadado pela empresa com royalties é destinado ao instituto.

É uma empresa que trabalha 100% para o lucro social. Todos os programas e projetos são desenvolvidos em parceria com organizações das mais diversas naturezas, em todo o Brasil, como ONGs, universidades, creches municipais, escolas públicas, secretarias municipais de Educação. É uma diversidade imensa de parceiros. Em todos os Estados temos pelo menos um projeto parceiro. Essas entidades é que atendem as crianças e jovens, o IAS dá o suporte técnico e institucional."

Profissionalismo na gestão e captação de recursos



ABRINQ

Fundação Abrinq
Ana Maria Wilhelm

ABRINQ: "As ações da Fundação Abrinq dividem-se em quatro tipos de ações estratégicas. A Ação Política é a primeira linha estratégica de ação, atuando com profundidade nas causas dos problemas da infância. A Comunicação é a segunda linha, divulgando denúncias e resultados.

A Gerência de Projetos é a terceira linha, com a implementação dos Direitos da Criança no cotidiano, por meio de projetos e programas. E a Captação de Recursos é a quarta linha de ação estratégica, na qual a fundação desempenha o papel de articuladora das capacidades sociais latentes. É preciso criar redes de empresas, assistentes sociais, escolas, voluntários, educadores, jornalistas.

Todos engajados na defesa dos direitos da criança, interessados em participar, divulgar ações e denunciar violações. A Fundação Abrinq não trabalha com recursos do governo. Existem projetos nos quais há a participação do governo, mas ele repassa os recursos diretamente para as entidades beneficiadas. Existem projetos com a participação do governo e de empresas privadas. É um modelo original, cada um entra com uma parte."



GRAACC

Grupo de Apoio à Criança
com Câncer (Graacc)
Sérgio Petrilli

GRAACC: "A nossa receita é a aliança entre a universidade (conhecimento), a comunidade (uso e gerenciamento do processo) e a organização (busca de doadores). Nós temos duas estruturas: os pequenos doadores e participantes (que é um número grande) e temos os grandes doadores que fazem a diferença. Entidades como o Mc Donald's, o Banco Safra, Fundação Orsa, Banco Bradesco, Banco do Brasil, Cia. Suzano, Banco Real e Sul América, entre várias outras que nos ajudam muito."

Especialização do voluntariado

ABRINQ: "O voluntário deve ser capacitado, especializado. O voluntário capacitado para atender às necessidades das ações promovidas pelas entidades "vale 1.000", o voluntário não-capacitado não tem valor. Por isso, estamos trabalhando também na capacitação de voluntários. Por exemplo, no projeto "Mudando a História", em parceria com a empresa Nokia, jovens e adolescentes são capacitados para serem multiplicadores de mediadores de leitura com crianças. O jovem e o adolescente passam a ser capacitados como educadores, voluntários especializados."

GRAACC: "Muitos voluntários trabalham de forma profissional porque atuam constantemente e desenvolvem as suas funções. Cada voluntário tem sua função. Até porque o voluntário deve prestar atenção ao trabalho que vai desenvolver, local etc. O voluntário hoje é mais técnico do que era antigamente.

É uma opção trabalhar sem receber. Esse voluntário tem de ter algumas características. Ele não pode mais trabalhar de modo amador. O voluntário tem de saber lidar com as situações, tem de ser controlado. Algumas pessoas ficam muito tristes e não agüentam."



IAS

Instituto Ayrton Senna (IAS)
Margareth Goldenberg

IAS: "Uma das formas de captação de recursos já foi citada anteriormente: todos os produtos que utilizam a imagem do Ayrton, ou a marca (duplo "S" vermelho), ou o personagem infantil Senninha, pagam royalties pelo uso. O valor arrecadado é totalmente revertido para o IAS. A outra forma de captação de recursos é por meio das "Alianças Sociais Estratégicas", que tiveram início em 1997, quando as empresas começaram a se interessar pela causa do instituto, pelo ideal do Ayrton Senna e pela missão do IAS.

Juntos, começamos a desenvolver programas e projetos. Os programas focados no desenvolvimento humano utilizam diversas ferramentas do universo da criança e do jovem (esporte, arte, informática, comunicação, qualidade na educação etc). Cada programa é um conjunto de projetos que tem o mesmo eixo. O IAS procura parceiros que possam oferecer a infraestrutura necessária para o desenvolvimento do programa, que estejam inseridos no contexto da comunidade local.

Além da sede em São Paulo, temos ainda outra sede no Reino Unido, o Ayrton Senna Foundation (ASF). O papel do ASF é captar recursos internacionais advindos de contratos da imagem do Ayrton Senna e encaminhá-los ao Brasil, para investimento aqui. Nós não temos nenhum tipo de ação no exterior, é só captação mesmo."

IAS: "O Instituto tem construído canais de participação como forma de incentivar o voluntariado, como o programa "Adotei um Sorriso", em parceria com a Fundação Abrinq (banco de profissionais para atendimento à comunidade carente). A especialização do voluntariado é uma tendência. O profissional pode ajudar o país dentro do seu âmbito de atuação, dentro de sua melhor competência.

O fotógrafo pode ajudar sendo fotógrafo, o jornalista sendo jornalista, o médico sendo médico, o empresário sendo empresário. O pediatra, por exemplo, pode atender uma criança dentro de seu consultório. Assim como o publicitário pode criar uma peça publicitária em prol de uma causa específica. O jornalista pode escrever uma matéria sobre o tema."

Filantropias estão dispensadas da renovação do Certificado de Entidade de Assistência Social

Certificado vitalício?

Por

MARCOS BIASIOLI

A entidade beneficente que presta serviços à comunidade carente e que conquistou até 1977 o reconhecimento de utilidade pública federal e, conseqüentemente, o certificado de filantropia, está dispensada de renovar seu certificado. Essa dedução foi extraída das leis que regulam suas atividades, que a Revista Filantropia analisa a seguir.

O decreto 3.577/59 previa que as entidades de fins filantrópicos reconhecidas como de utilidade pública estavam isentas do recolhimento das contribuições previdenciárias.

Mais tarde, outro decreto (1.117/62) regulamentou a norma acima, outorgando ao antigo Conselho Nacional de Serviço Social (atual CNAS) a prerrogativa de certificar a condição de entidade filantrópica para servir de prova à Previdência a que estivesse sujeita à isenção. Portanto, para a obtenção da isenção, era e é necessário possuir o certificado.

Tal sistemática foi adotada até 1977, quando houve a revogação¹ do decreto 3.577/59, que suprimiu das filantrópicas o direito da isenção das contribuições previdenciárias. Contudo, respeitou o direito adquirido daquelas que já tinham na época:

- a) qualidade de utilidade pública federal; e
- b) certificado de fins filantrópicos com prazo indeterminado; ou
- c) certificado provisório de fins filantrópicos; ou
- d) processo de renovação do certificado provisório de fins filantrópicos, em curso ou em vias de ser proposto (dentro de 90 dias a contar de 1º de setembro de 1977).

Cabe, então, analisar a extensão do direito adquirido das filantrópicas que ultrapassa a manutenção da isenção fiscal e alcança também a vitalidade do certificado de fins filantrópicos, pois se um dos requisitos para adquiri-la é justamente possuir o certificado com prazo indeterminado, não há como recepcionar o entendimento da lei apenas para preservar o direito da isenção, mas também o da manutenção dos efeitos do certificado.

Nessa lógica, destaca-se a linha do recente julgamento do Superior Tribunal de Justiça: "As entidades filantrópicas inscritas sob a égide da lei 3.577/59 gozam de direito adquirido, reconhecido pelo STF. Sendo assim, constatado o preenchimento pela entidade do requisito neces-

Não é preciso requisitar a renovação dos certificados com prazo indeterminado de validade, por uma simples razão: eles não têm prazo

sário para obtenção do certificado, está garantida a isenção, pois esse direito já se incorporou ao seu patrimônio, não sendo mais suscetível de ser suspenso ou interrompido por mera inobservância relativa ao requerimento de certidão exigida pelo 1º, § 3º, do DL. nº 1.572/1977. O certificado é simples exteriorização do benefício da imunidade, e essa é que se encontra resguardada pelo direito adquirido."²

Assim, a entidade certificada até 1977, como filantrópica por prazo indeterminado, possui como direito adquirido, além da isenção, a manutenção dos efeitos do seu certificado e não prescinde de pronunciamento do CNAS para ter renovado um direito que já é seu.

Todavia, não há como confundir a extensão do direito adquirido que alcança a isenção fiscal e a ausência de necessidade de renovação do certificado.

Nesse caso, há a necessidade de:

- Comprovação de utilidade pública;
- Preencher aos demais requisitos da lei, em especial promover os 20% de gratuidade;
- Ofertar serviços de saúde pelo SUS;
- Não distribuir resultado a qualquer título;
- Não remunerar dirigentes;
- Prestar contas aos órgãos públicos.

Em suma, assegura o reconhecimento de fins filantrópicos da entidade social, porém não autoriza ela a furtar-se das obrigações legais, em especial de prestar contas aos agentes fiscalizatórios, comprovando o emprego de suas receitas em benemerência.

Assim sendo, não cabe ao CNAS o direito de renovar o certificado, que não prescinde de renovação, mas tão somente monitorar as atividades das filantrópicas.

Não exageramos em apontar grande lacuna nas normas procedimentais do CNAS que, em nenhum momento, prevê tratamento privilegiado às entidades portadoras do direito adquirido. E, por isso, a resolução 177/00, que regula o procedimento de renovação do certificado de entidade filantrópica, não se presta às entidades que possuem tal direito adquirido.

Entretanto, o fato de a lei³ que regula o custeio da Previdência Social impor que um dos requisitos ao reconhecimento da isenção fiscal é a comprovação do certificado de fins filantrópicos⁴, renovado a cada três anos, não é suficiente para derrubar a força do direito adquirido conquistado pelas filantrópicas que possuíam o certificado por prazo indeterminado.

A entidade filantrópica está obrigada a atender aos requisitos da lei para poder gozar do privilégio de não recolher os tributos municipais, estaduais e federais, entre eles possuir o certificado de filantropia, porém não está refém do CNAS, para conferir ou não a renovação de seu certificado que, até que se prove o contrário, é vitalício.

Mesmo não estando obrigadas, é recomendável entregar os relatórios de prestação de contas das ações sociais ao CNAS a cada triênio, porém não devem requisitar a renovação de seus certificados com prazo indeterminado de validade, por uma simples razão: os seus certificados não têm prazo de validade e, via de regra, não padecem de qualquer chancela por parte daquele órgão. E mais: todas aquelas que tiveram seus certificados com prazo indeterminado cassados, ante à alegação de perda de prazo para renovação, devem invocar a prerrogativa que a lei lhes conferiu, com o direito adquirido.

Ao CNAS caberá legislar dentro de suas limitações, acerca do tratamento às entidades filantrópicas possuidoras de direito adquirido, pois, do contrário, estarão cerceados de julgá-las.

O direito adquirido não é uma carta de alforria, mas liberta as entidades filantrópicas das presas anacrônicas da burocracia, assegurando o direito de permanecerem filantrópicas e imunes aos recolhimentos tributários, por sua única e isolada vontade, bastando apenas atender aos requisitos da lei. 

SOBRE O AUTOR

Marcos Biasioli. Advogado e assessor jurídico de inúmeras entidades filantrópicas. Mestrado pela PUC/SP, administrador de empresas pela Universidade Mackenzie, pós-graduado pela European University. Foi docente da PUC/SP e da UnifMU/SP na cadeira de Legislação Social.

1 - Revogado pelo decreto-lei nº 1.572, de 1º de setembro de 1977.
2 - Fonte: Informativo de Jurisprudência - STJ, nº 145/2 a 6/09/02.

3 - Nº 8.212/91, art. 55, inciso II, combinada com o decreto 2.536/98, modificado, em parte, pelos decretos 4.327 e 4.381/02.

4 - Atualmente denominada como Certificado de Entidade de Assistência Social (Ceas).

STJ entende que o SUS é obrigado a garantir medicamento para todos

Conforme entendimento firmado pela 1ª Turma do Superior Tribunal de Justiça, é dever do Estado fornecer medicamento necessário ao tratamento de pacientes, ainda que ele tenha boa remuneração e condições de comprá-lo.

O Sistema Único de Saúde (SUS) visa a integralidade da assistência à saúde, seja individual ou coletiva, devendo atender os que dele necessitem em qualquer grau de complexidade, de modo que, caso comprovado o acometimento do indivíduo ou de um grupo de determinada moléstia, necessitando de determinado medicamento para debelá-la, o remédio deve ser fornecido, de modo a atender o princípio maior, que é a garantia à vida digna.

Projeto pune com rigor quem deixa de assistir à família

O senador Lúcio Alcântara, parlamentar que representa o Estado do Ceará no Legislativo, propôs projeto de lei que está pronto para entrar na pauta da Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania, visando a tornar mais rigoroso as penas previstas no atual Código Penal Brasileiro no que concerne aos crimes contra a assistência familiar.

O objetivo do projeto é garantir maior proteção às crianças e aos idosos, estabelecendo penas de reclusão de um a seis anos, além de multa, a quem deixar, sem justa causa, de prover a subsistência de cônjuge, filho menor de 18 anos ou inapto para o trabalho ou ascendente inválido. Atualmente, a pena é de detenção de até quatro anos, acrescida de multa.

Portaria cria o Sistema Municipal de Auditoria ao SUS

A Secretaria Municipal de Saúde do município de São Paulo, por intermédio de seu secretário, considerando a gestão do SUS bem como os esforços para implantar e desenvolver o sistema único, instituiu com Portaria nº 3.830/2002 o Sistema Municipal de Auditoria em Saúde (SMAS).

O SMAS compreende um conjunto de atividades estratégicas, métodos e instrumentos empregados para analisar, avaliar e controlar as ações e serviços visando o fortalecimento da capacidade da gestão.

A competência do Sistema Municipal de Auditoria em Saúde consiste em atuar no controle da execução de ações e serviços estabelecidos no plano municipal de saúde, considerando os planos de gestão distrital, para averiguar se estão em conformidade com as normas e padrões de resolatividade e qualidade.

Tem ainda como objetivo, avaliar a estrutura, os processos aplicados e os resultados para verificar se estão adequados aos critérios e parâmetros de eficiência, eficácia e efetividade, e constatar a regularidade dos procedimentos praticados por pessoa física e jurídicas mediante exame analítico e pericial.

Aquisição de automóveis por deficientes físicos tem isenção de IPI

O secretário da Receita Federal, considerando a dificuldade das pessoas portadoras de deficiência física, instituiu, em 10 de outubro de 2002, a norma que prevê a aquisição de veículos destinados aos deficientes físicos com a isenção de Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), por intermédio da IN 220.

A regulamentação destina-se às pessoas portadoras de deficiência física que não possam dirigir veículos comuns, podendo, a partir de agora, adquirir automóvel de passageiros ou veículo de uso misto, de fabricação nacional, com isenção do IPI.

Importante frisar que o benefício de que trata a norma poderá ser utilizada uma vez, salvo se o veículo tiver sido adquirido há mais de três anos, caso em que o benefício poderá ser utilizado uma segunda vez, bem como que a isenção do IPI não se aplica às operações de arrendamento mercantil.

Filantrópicas devem provar necessidade de justiça gratuita

O Superior Tribunal de Justiça (STJ), ao julgar o recurso especial 431239, entendeu que para obter o benefício da assistência judiciária gratuita, a pessoa jurídica deverá comprovar que o custeio das despesas do processo poderá prejudicar sua própria manutenção.

Vale observar que o fato de a pessoa jurídica não ter fins lucrativos, não lhe isenta do dever de comprovar sua precária situação financeira ou que o pagamento das custas lhe trará dificuldade para manutenção da filantropia.

O Tribunal ressaltou que os requisitos essenciais para a concessão da justiça gratuita à pessoa física não são os mesmos do que para a jurídica, pois enquanto a primeira basta por si só a declaração de impossibilidade de arcar com as custas sem prejuízo do próprio sustento ou da família, para a segunda é imprescindível a comprovação de sua idoneidade financeira.

Dessa forma, não basta a mera afirmação da interessada alegando que a atividade desenvolvida por ela não visa lucros, devendo, portanto, a pessoa jurídica comprovar estado de penúria, pois, sem isso, a gratuidade da justiça não será concedida.

Entidades do Terceiro Setor estão sujeitas ao pagamento de ICMS

Conforme a decisão da 2ª Turma do Superior Tribunal de Justiça, as entidades de assistência social que produzem e comercializam produtos hortifrutícolas não são imunes à cobrança do Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS). Vale esclarecer que o ICMS não é um imposto sobre o patrimônio nem sobre renda, mas incidente sobre as operações de circulação de mercadorias e prestações de serviços de transporte e comunicação. Observe que sobre a operação de venda de mercadorias, não há dispositivo concessivo de imunidade. Pelo contrário, toda vez que uma mercadoria é vendida, está se praticando um ato tributável pelo ICMS.

A ministra Laurita Vaz do STJ entende que o ICMS incidente sobre os bens de consumo produzidos e comercializados por entidade de assistência social está acrescido no preço final de sua clientela, razão pela qual não há afronta à imunidade traçada no artigo 150, inciso VI, alínea "c" da CF.

Decreto regulamenta Programa de Prevenção da Violência nas Escolas

A prefeita do Município de São Paulo, Marta Suplicy, considerando a Lei 13.096 de 8 de dezembro de 2000, instituiu, em 10 de outubro de 2002, o decreto nº 42.438 que regulamenta o Programa de Prevenção da Violência nas Escolas.

O decreto estipula que cada unidade escolar deverá constituir uma comissão de prevenção da violência, que ficará vinculada ao Conselho da Escola, composta paritariamente por professores, funcionários especialistas da área de Educação, pais, alunos e representantes da comunidade ligados a cada escola.

FONTE:
MARCOS BIASOLI / EDSON RODRIGUES DE SOUSA JÚNIOR
INTEGRANTES DA M. BIASOLI ADVOGADOS ASSOCIADOS S/C
WWW.MBIASOLI.COM.BR - ADVOCACIA@MBIASOLI.COM.BR

A importância da divulgação do Balanco Social

Por

WALMIR DA ROCHA MELGES

"Consideramos salutar a reflexão sobre o papel da empresa de cunho social, reflexão essa que deve ser estimulada no sentido de incluir o exercício da introspecção e da extropecção, a fim de contribuir para a eficiência e eficácia da administração, bem como aferir se está sendo cumprido o verdadeiro papel da entidade frente à necessidade social"

Encontramos muitos conceitos sobre o balanço social nas mais variadas correntes de pensamento, cada um deles procurando imprimir sua ideologia de ordem técnica, legal, política ou social, mas todos são concordantes que o balanço social não pode ser utilizado apenas como uma mera peça publicitária, mas sim como uma efetiva prestação de contas de uma entidade criada para produzir benefícios sociais à sociedade que a instituiu.

De outro lado, a falta de regulamentação e normatização do assunto não deve ser encarada como uma permissividade de divulgar apenas o que é considerado como conveniente, mas sim como a possibilidade de se adequar o balanço às particularidades de cada entidade e de cada comunidade por ela assistida.

Conceito e metodologia

O balanço social deve aliar os aspectos sociais aos resultados empresariais, pois ele não é uma demonstração puramente social, mas também econômica e financeira.

Analisando as empresas de caráter público, podemos constatar que elas são constituídas essencialmente para suprir necessidades básicas da sociedade, previstas de forma constitucional, tais como as de transporte público, saúde, educação, cultura e lazer, entre outras.

Temos assistido o aparecimento de muitos questionamentos de grupos sociais e políticos inquirindo a efetividade e a continuidade das empresas de caráter público, tais como as companhias de desenvolvimento municipal, empresas públicas que exploram atividades estatais por delegação do Poder Público, companhias habitacionais, fundações assistenciais e universitárias voltadas para a saúde, e autarquias públicas.

Consideramos que essas entidades, por terem sido instituídas pela sociedade organizada, devem prestar contas de seus atos, não somente da forma legal e arcaica, mas devem adequar tal prestação de contas às novas necessidades sociais e ao avanço da consciência coletiva, cada vez mais politizada e exigente de seus direitos.

Instrumento auxiliar

Assim, reputamos que tão importante quanto uma análise de cunho econômico-financeiro, é a elaboração de uma análise social, oferecida nos moldes do chamado balanço social, que informe a sociedade os principais indicadores de cunho social, demonstrando para a população assistida quais os benefícios diretos e indiretos são proporcionados pela empresa questionada e quais os efeitos que tais benesses causam na comunidade, os quais cessariam diante de uma eventual desativação da empresa.

Trata-se então de um instrumento auxiliar na propagação da informação econômica, sendo que nesse estudo não iremos enfocar se a empresa é bem ou mal administrada, se existe déficit ou superávit, mas sim enfocaremos tão somente os aspectos relativos à adoção de um balanço social como complemento às demonstrações financeiras obrigatórias.

Muito se escreveu sobre o assunto nos últimos tempos, com a divulgação nas mídias de massa e nas especializadas, em periódicos da classe contábil e empresarial, mas pouco se discutiu efetivamente quanto às suas definições, características, necessidade, viabilidade, aplicabilidade e sobre a existência de aspectos conflitantes entre as informações contábeis e as informações sociais. Aspectos esses que, pela falta de discussão e conclusão conceitual e factual, não propiciaram o aparecimento de uma padronização ou de um modelo que servisse de parâmetro ou de base para a discussão dos dirigentes dessas empresas, como também não criou clima favorável ao estudo do tema de forma globalizada.

Nossa proposição é a de oferecer um modelo que possa ser discutido pelo segmento, criando uma base inicial para a discussão, que poderá se sedimentar ou não, dentro da estrita análise das particularidades de cada empresa.

Não iremos nos deter nos aspectos científicos da questão. Mesmo porque nossa intenção é a de fornecer informações para o leigo, principalmente aquele envolvido de forma direta ou indireta em uma dessas entidades, que possam suscitar o interesse na discussão e eventualmente quanto à adoção do balanço social nas suas entidades.

Origem

Aparentemente o balanço social tem origem nas novas inspirações sociológicas, produzidas pela evolução do pensamento quanto ao uso da riqueza voltada para o bem-estar



social e aos anseios de maior transparência quanto às informações de caráter público.

Segundo os historiadores, o início dessa transformação do pensamento nasceu na Alemanha, fortemente influenciado pelo movimento trabalhista da década de 1920 e por várias correntes filosóficas da Europa, as quais apregoavam uma melhoria da qualidade de vida e promoviam questionamentos a respeito da riqueza gerada e acumulada pelas empresas.

Quanto a uma melhor qualidade de vida, podemos situá-las nos anseios sociais de uma era em que os trabalhadores eram tratados sem o menor respeito, não muito longe do tratamento concedido aos escravos, quando ainda predominava o interesse individual da empresa em detrimento do atendimento às necessidades básicas da comunidade. Por outro lado, a sociedade vivia totalmente alienada da função social das empresas, sem perceber que as empresas interferiam de forma direta e indireta na vida comunitária.

Neste contexto, firmou-se o pensamento da importância do ambiente externo onde a empresa atuava, influenciando-o pelos bens e serviços que oferecia, como também pela filosofia empresarial que praticava. Consolidou-se, então, a necessidade de a empresa informar e evidenciar o papel que representava na sociedade, como também foi delineado o que pode ser chamado de responsabilidade social das empresas.

Transparência

Na atualidade, com o advento dos novos ventos de modernidade e globalização de mercados, com o desaparecimento das barreiras comerciais e sociais, com a cristalização dos anseios de transparência administrativa e de moralidade política e ética nos negócios, evidencia-se a obrigação de a empresa prestar contas sociais à sociedade, reconhecendo a definitiva existência da relação de dependência entre empresa (foi criada pela sociedade para suprir suas necessidades e dela se serve para gerar suas riquezas) e sociedade (que se serve da produção das empresas), na qual uma não sobrevive sem a outra.

Dentro de uma visão conceitual, devemos reconhecer a existência de um inter-relacionamento íntimo entre o capital e o trabalho, inserido em um contexto formado pela sociedade, no qual é utilizado a sinergia natural dos níveis de dependência para a geração de novas riquezas, ocasionando o progresso das nações.

Essa sinergia diz respeito à sociedade, empresários, capitalistas e consumidores, e cria a responsabilidade, por parte dos dirigentes,

principalmente das entidades públicas e assemelhadas, de gerir de forma racional, eficiente e eficaz às empresas, para que essas possam proporcionar proveito social à comunidade e continuidade aos negócios sociais.

No Brasil

A experiência brasileira quanto à adoção do balanço social é nova, tendo iniciado com pequenos ensaios e debates na última década, oficializados por diversas ações formais em 1997.

O lançamento oficial no País ocorreu em 18 de junho de 1997, quando empresários debateram o assunto, discutiram programas de ação e assumiram o compromisso de apresentar sugestões de informações quantitativas e qualitativas quanto ao papel desempenhado pelas empresas relativos aos aspectos internos e a relação da empresa com a comunidade onde está inserida.

Em maio de 1997, as então deputadas federais Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling intentaram a oficialização do balanço social ao editarem um projeto de lei. Com a sua aprovação, se pretendia tornar obrigatório o balanço social para as empresas privadas que possuíssem mais de 100 empregados e para as empresas públicas de forma geral.

Dentre suas justificativas, eram citadas as de cristalizar a consciência da empresa quanto à sua responsabilidade na preservação do meio ambiente, a aplicação dos lucros em programas que viessem beneficiar não só trabalhadores da empresa, como também outros setores sociais, e servir de estímulo à introspecção sobre a influência da empresa no meio social. O projeto, no entanto, nunca foi votado no Congresso Nacional.

Dois marcos

Esta era a síntese do projeto:

"Balanço social é o documento pelo qual a empresa apresenta dados que permitam identificar o perfil da atuação social da empresa durante o ano, a qualidade de suas relações com os empregados, o cumprimento das cláusulas sociais, a participação dos empregados nos resultados econômicos da empresa e as possibilidades de desenvolvimento pessoal, bem como a forma de sua interação com a comunidade e sua relação com o meio ambiente."

Em nosso País, podemos situar dois marcos como início de grandes mudanças: a adoção de novas regras de mercado, impostas pela legislação de Defesa do Consumidor, e a implementação dos programas da qualidade.

MODELOS

Dentre as correntes de pensamento quanto à forma como deve ser elaborado o balanço social, podemos destacar os seguintes modelos:

Modelo do Ibase, propondo um balanço social que contemple indicadores laborais e sociais, expressos em valores e comparados percentualmente, indicadores do corpo funcional, expressos de forma numérica e evolutiva, e indicadores econômicos ligados à contribuição da empresa à manutenção dos direitos sociais, quando elenca os tributos pagos e os investimentos realizados em prol do meio ambiente.

Modelo apresentado pelas então deputadas Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling, o qual não propõe padronização, mas indica que deverá conter informações sobre faturamento bruto, lucro operacional, valor bruto da folha de pagamentos, valor pago às empresas prestadoras de serviços, informações do corpo funcional, encargos sociais pagos, valores gastos em alimentação, educação, saúde, benefícios e segurança do trabalhador (inclusive quanto aos planos de previdência privada e aos planos de aposentadoria) e os investimentos em prol do meio ambiente, cultura, lazer e esportes.

Modelo sugerido pela CVM, semelhante ao modelo do Ibase, menos complexo do que os outros modelos, agrupando indicadores sociais, organizados em tabela, de forma bastante praticável quanto à implantação e entendimento.

Da análise desses pensamentos, podemos concluir que deve ser discutida a forma de apresentação, como também a quantidade de informações, mas que a essência é mantida intocável nos três modelos.

Todos os conceitos formulados e os modelos sugeridos indicam, sem margens de dúvidas, que esperam da empresa e do administrador moderno uma nova postura, que adotem o que poderia ser classificado como "responsabilidade social" - a conscientização da empresa quanto aos seus deveres, de proporcionar bens e serviços de qualidade, objetivando o compromisso e a participação no desenvolvimento sócio-cultural da sociedade mediante ações visando seus funcionários (basta ver que é a força de trabalho deles, devidamente apoiada pelos recursos tecnológicos, quem vai assegurar a continuidade da geração de novas riquezas) e a comunidade onde está inserida (pois é dela que a empresa vai tirar os seus meios econômicos e financeiros).

A primeira criou a noção de responsabilidade social e a segunda veio consolidar a preocupação das empresas em cumprir a primeira, sendo os programas da qualidade uma declaração de reconhecimento de responsabilidade.

Mas essa mudança ainda é restrita aos bens e serviços oferecidos à sociedade, motivo que nos leva a crer ser o balanço social a finalização do processo de responsabilidade social das empresas, principalmente aquelas de cunho essencialmente social, que motivaram o presente trabalho. Acreditamos que esse movimento em prol da elaboração e divulgação do balanço social seja incipiente em nosso País.

Existem ainda grandes indagações que dizem respeito ao desconhecimento de qual tipo de informação deve ser divulgado, pois é pequeno o número de empresas e segmentos que já adotou a prática de divulgar dados operacionais (eles o fazem, muito mais por imposição legal e contratual do que por vontade própria), quais sejam as sociedades anônimas, cooperativas, entidades assistenciais ou fundações.

Introspecção

Justamente aí está o cerne da questão, ou seja, a decisão sobre quais informações coletar e divulgar, e como serão quantificadas.

Nesse sentido, somos de opinião que as informações devem manter direta relação com os programas desenvolvidos pela empresa e a sua quantificação deverá demonstrar para a sociedade quais os benefícios estão sendo proporcionados, como nos exemplos que ao lado relacionamos, sem a pretensão de esgotar o assunto, mas sim de suscitar a criatividade dos coletores de dados.

Fase introspectória:

SOBRE O AUTOR

Walmir da Rocha Melges. Contador e auditor independente Lins-SP



wrm@wrm.cnt.br

- Quais os serviços que prestamos para a sociedade?
- Quais são os programas que desenvolvemos?
- Quais os benefícios que oferecemos para os funcionários?
- Qual é a nossa filosofia empresarial?
- Qual é a razão para a constituição da empresa? Gerar resultados financeiros? Riquezas sociais? Benefícios sociais? Suprir necessidades coletivas? Prestar serviços públicos?
- Os objetivos sociais estão sendo cumpridos a contento?

LEVANTAMENTO DE DADOS INFORMATIVOS

PREFERENCIALMENTE DE FORMA COMPARATIVA ENVOLVENDO DOIS EXERCÍCIOS

Atividade da empresa	Dados a coletar, de forma mensal.
Gerenciamento do transporte coletivo municipal	Número de passageiros transportados.
Coleta de lixo	Toneladas de lixo coletado.
Asfaltamento e recapeamento	Metros quadrados realizados e cada tipo de serviço.
Serviços de poda de árvores	Número de dias/homens trabalhados.
Construção de obras sociais	Metragem quadrada de área construída, segregando as áreas beneficiadas.
Formação escolar	Alunos, professores, horas trabalhadas, salas de aula, metragem quadrada disponível para atividades escolares, recreativas, benefícios oferecidos aos professores, aos alunos, aos funcionários.
Serviços de apoio à agricultura	Horas das máquinas aplicadas, descrevendo os tipos de serviços prestados.

Relacionamento:

Relacionar as informações coletadas em cada atividade com:

- Número de funcionários da empresa e habitantes da cidade,
- Frota disponível,
- Folha de pagamentos,
- Encargos Sociais.

Transparência e importância

Além de imprimir maior transparência na administração, a elaboração do balanço social poderá servir de instrumento de gestão da empresa, principalmente ao oferecer dados que servirão para esclarecer quais as metas estão sendo cumpridas, qual deve ser o foco futuro no qual serão concentrados os investimentos e quais novos serviços poderão ser prestados à sociedade, entre outros.

Para a sociedade, o balanço social irá criar clima de conscientização quanto à certeza da continuidade da empresa, de que ela está cumprindo seu papel social e seus objetivos sociais. Para os empregados, criará o estímulo à participação e propiciará maior integração entre administração e funcionários. Aos fornecedores, financiadores, consumidores, clientes e parceiros, possibilitará uma melhor avaliação. E ao Estado, poderá auxiliar no planejamento dos programas sociais e aplicação de recursos. 

Assessoria e Consultoria Contábil S/C Ltda

Há mais de 10 anos atuando no segmento

**Almeida
&
Rodrigues**

Especializado em instituições filantrópicas
e sem fins lucrativos

Serviços Prestados:

- | | |
|--|--|
| ☐ Contabilidade geral | ☐ Assessoria fiscal |
| ☐ Contabilidade de custos | ☐ Departamento Pessoal e previdenciário |
| ☐ Orçamentos | ☐ Projetos de viabilidade econômica para novos serviços |
| ☐ Consultorias | ☐ Balanço social |

Profissionais

• Aluizio Soares dos Santos • Dailton Rodrigues Vieira • Marcos de Almeida

Fone/fax (11) 6096-8488

Av. Álvaro Ramos, 235 - 5º andar, salas 51, 53 e 54 - Belenzinho - CEP 03058-060 - São Paulo/SP

contabil@almeidaerodrigues.com.br

Princípios de organização

Por
TADEU CRUZ

No artigo que escrevi na edição anterior da Revista Filantropia, fiz uma lista com dez princípios que devem ser seguidos por qualquer organização que deseje extrair os melhores e maiores benefícios dos recursos disponíveis. Agora, vou explicar dois deles

1 Conhecer (definir) bem os objetivos da instituição

A princípio pode parecer absurdo que existam instituições que não saibam quais são seus objetivos. Não é. Na maioria das vezes, a falta de uma definição clara dos objetivos da instituição deve-se à pressa, ao afã de criá-la e, até mesmo, à urgência de colocá-la em funcionamento para que comece a prestar os serviços que podem, literalmente, salvar vidas.

Algumas das instituições mais bem-sucedidas que conheço são extremamente focadas em seus objetivos. Esse tipo de atitude permite a elas maximizar o uso dos poucos recursos que muitas delas têm.

Por exemplo, se vamos fundar uma instituição para salvar carnívoros ameaçados de extinção, a primeira definição que temos de fazer é definir qual será o tipo de carnívoro com o qual iremos nos preocupar.

Se vamos criar uma instituição para trabalhar com jovens carentes, de novo, precisamos definir o tipo de carência que vamos tentar minorar. Se for para salvá-los da morte por desnutrição, não haverá nenhum sentido começarmos por criar uma sala com computadores para incluí-los no mundo eletrônico.

Todos sabemos que nos dias de hoje o que não faltam são "exclusões" - eletrônica, social, habitacional, nutricional - e que, por isso, é impossível a uma única instituição lutar contra todas essas "exclusões" ao mesmo tempo.

Para definir os objetivos de uma instituição é preciso, antes, fazer uma análise das competências que estarão envolvidas com a instituição. Explico: eu não posso querer fundar uma ONG para salvar animais que estejam em extinção sem contar com a ajuda de biólogos e ecólogos. Também não posso criar uma instituição assistencial sem contar com pessoas especializadas em cuidar de crianças.

Eu não sei precisar um número, mas existem muitas ONGs que não poderiam e nem deveriam existir...

2 Definir quais serão os "produtos" da instituição

O que é um produto? Na escola de Administração aprendemos que é tudo aquilo que uma organização faz para atender às necessidades dos seus "clientes". Então, uma das primeiras coisas que temos de pensar é que aqueles a quem pretendemos servir é que serão os nossos clientes. De novo vamos precisar definir com precisão o que queremos "produzir" e como vamos atender às expectativas dos nossos clientes com o que viermos a produzir.

Vou dar um exemplo. Uma instituição como a AACD sabe exatamente quais produtos deve fazer e como eles vão atender os seus clientes. Quando meu filho era bem pequeno, precisei recorrer à AACD para comprar botas ortopédicas feitas sob medida. Elas eram perfeitas. Eu podia pagar, mas centenas de outros "clientes" não. Nem por isso o tratamento dado ao meu filho e o produto adquirido por mim tinha qualidade superior à dos entregues a quem não podia pagar.

Toda organização foi, é ou será criada para "produzir" algo. As organizações do Terceiro Setor também. O que muitas dessas "empresas" produzem são serviços.

Exemplos de "produtos" e serviços:

- Cuidar de crianças abandonadas.
- Salvar animais ameaçados de extinção.
- Ensinar computação para os excluídos eletrônicos.

A produção de um bem ou de um serviço, mesmo para quem não pode reclamar de sua qualidade, deve se basear nos mesmos princípios da qualidade do que produzimos para quem pode reclamar. Assim sendo, quanto melhor e mais detalhado for o "produto" que venhamos a "entregar" aos nossos "clientes" maiores serão suas qualidades.

E lembre-se: qualidade não é um conceito vago. Todo e qualquer produto terá qualidade quando, e somente quando, cumprir plenamente suas funcionalidades. Em outras palavras, odeio ouvir coisas do tipo:

— Também, é tudo de graça, eles estão reclamando do que?

— Faça de qualquer jeito, esse pessoal não tem nem mesmo o que comer.

E tantas outras barbaridades.

Sinceramente?

É melhor não fazer. ☹

SOBRE O AUTOR

Tadeu Cruz. Administrador de empresas, bacharel em Filosofia, engenheiro de Sistemas e mestrando em Sistemas da Informação. Criou e coordenou o primeiro curso de pós-graduação *latu sensu* sobre e-business para uma universidade em São Paulo e para diversas universidades latino-americanas.

COMUNICAÇÃO & MARKETING

Comunicar

A comunicação é fundamental para as organizações sociais criarem canais com seus diferentes públicos, ganharem espaço em suas mentes e, conseqüentemente, garantirem sua sustentabilidade

Estamos na era da informação. Organizações vivem ou morrerão, dependendo da habilidade que tiverem para processar dados, transformá-los em informações, distribuí-las adequadamente e usá-las com rapidez para tomar decisões hoje e mudá-las amanhã, quando chegarem novas informações. Para ser vitoriosa, uma organização, seja ela do Primeiro, do Segundo ou do Terceiro Setor, precisa levar a comunicação – que é basicamente o processo de troca de informações –, para o centro das atenções – interna e externamente.

Coerente com essa visão, a partir desta edição, a organização não-governamental Parceiros da Vida, por meio de seus membros e colaboradores, ocupará regularmente este espaço, objetivando levar aos leitores da Revista Filantropia informações, dicas e esclarecimentos relacionados à Comunicação e ao Marketing voltados para o Terceiro Setor.

Da mesma forma, os artigos e ensaios publicados nesta seção contemplarão temas e aspectos da responsabilidade social, um assunto cada vez mais presente no ambiente corporativo, e que tem mobilizado grandes espaços na mídia, por se tratar tal matéria a evolução do próprio conceito da empresa, que, atualmente, não possui apenas uma função econômica – a de geração de empregos ou de riquezas –, mas, principalmente, o dever de se constituir em um veículo igualmente social.

Comunicando para atingir metas

A comunicação entre as pessoas sempre foi um assunto complexo. Nas empresas e, sobretudo, nas organizações sociais, a situação não é diferente. Hoje em dia, não basta uma entidade do Terceiro Setor ser séria e reconhecida pela causa nobre que mantém, possuir voluntários comprometidos ou implementar uma gestão administrativa competente. Isso apenas não é suficiente. Cada vez mais, é necessário que as organizações não permaneçam à

sombra, que adotem uma postura pró-ativa, comunicando-se eficazmente com os diversos públicos com os quais interagem: doadores, financiadores, parceiros, beneficiários, corpo de voluntariado e veículos de comunicação.

Essa conduta, se adotada, muito contribuirá para sua sobrevivência, uma vez que a maioria dos problemas enfrentados por uma organização da sociedade civil – notadamente aqueles afetos à sua sustentabilidade – reside exatamente na forma como elas se comunicam – ou não – com todos os atores inseridos em seu contexto de atuação. Não é demais lembrar que nenhuma entidade consegue mobilizar recursos de pessoas ou empresas que não conhecem ou que não estão sensibilizadas pelas causas com as quais a organização esteja trabalhando.

É preciso que os gestores do Terceiro Setor tenham em mente que toda e qualquer organização social assume o papel de comunicadora na sociedade, mesmo que não tenha consciência disso, porque, dentre outros fatores, a comunicação é uma poderosa ferramenta para educar e incluir o cidadão na convivência social. Por essa razão, destinar recursos para a área de Comunicação não é gasto nem desperdício. É investimento. As pesquisas mostram que quanto mais conhecido for um produto ou serviço, melhor eles tenderão a serem considerados. Do mesmo modo, a simples menção do nome de uma organização, por meio de um ativo processo de comunicação, poderá contribuir sobremaneira para o sucesso dos programas por ela mantidos.

Assim, além de contribuírem para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, as entidades do Terceiro Setor devem assumir o compromisso de expandirem o relacionamento com o mundo em que se movimentam, porque esse é o verdadeiro canal para o crescimento, transformando a comunicação no elo forte de suas estratégias. 

"A maneira de conseguir uma boa reputação é lutar para ser o que você deseja aparentar"
(Sócrates)

Por

FERNANDO A. OPICE CREDIDIO



SOBRE O AUTOR

Fernando A. Opice Credidio. É pós-graduado em Comunicação, com enfoque em Marketing e Propaganda, coordenador da disciplina "Estratégias de Comunicação para o Marketing Cultural e a Responsabilidade Social Corporativa", do MBC – Management in Business Communication, curso de mestrado profissionalizante da Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, coordenador do curso de pós-graduação "Gestão em Responsabilidade Social Corporativa", da Faculdade Sudoeste Paulista – Fasup, e presidente da organização Parceiros da Vida, a primeira do País especializada em ações de Comunicação Integrada e Marketing para o Terceiro Setor.

fernando@parceirosdavidavida.org

Informações



Parceiros da Vida

Comunicação com Ética,
Cidadania e Responsabilidade Social

parceirosdavidavida@parceirosdavidavida.org

www.parceirosdavidavida.org

(11) 3341-7195 / FAX: (11) 3341-6076

Apoio:



Galloro
Propaganda



Maxpress
O seu canal com a imprensa

Cervelli
Propaganda

O Pedágio da Filantropia

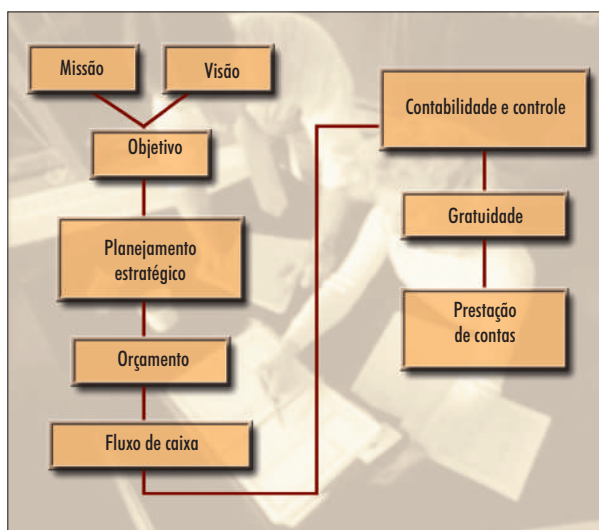
A gênese da caridade é justamente produzir o bem sem almejar nada em troca pois, do contrário, a prática seria de mercancia e não de filantropia

Acareando esse pensamento com a atividade das entidades filantrópicas, dentro do campo legal tributário, logo deduzimos que as leis que regulam suas atividades impõem condições para adquirirem o privilégio de não pagarem tributos. Entre elas, destacamos a obrigatoriedade de empregarem parte de suas receitas em ações sociais gratuitas, ou seja, utilizar o dinheiro que seria destinado ao pagamento dos tributos, para a produção dessas atividades, como contrapartida da imunidade tributária.

Para melhor entendimento, assinalamos que a entidade filantrópica está obrigada a ofertar ações sociais gratuitas na proporção de 20% de sua receita bruta (composta de venda de serviços e bens não integrantes do imobilizado, aplicações financeiras, doações particulares e aluguéis). Entretanto, o dispêndio com tais ações gratuitas nunca poderá ser inferior ao benefício fiscal recebido, portanto:

- Se o resultado for menor que zero, resulta na dedução que a entidade gastou todo o dinheiro que deixou de arrecadar em impostos e não o aplicou em ações gratuitas, violando a lei, e ficando vulnerável à perda da qualidade de filantrópica;

- Se o resultado da equação for igual a zero, implica afirmar que a entidade cumpriu a lei, gastando com filantropia todo o dinheiro que deixou de recolher aos cofres públicos, porém nada fez de filantropia, uma vez que todas as suas ações foram financiadas com os recursos dos tributos que deixou de recolher;
- Se o resultado for maior que zero, a entidade juntou todo o dinheiro que deixou de arrecadar em tributos, com os seus recursos competentemente arrecadados,



e aplicou em ações sociais gratuitas o correspondente a mais de 20% de sua receita. Sua conduta permitiu o cumprimento da lei e o reconhecimento de que praticou filantropia.

O quadro 1 nos remete à reflexão de que as entidades beneficentes somente são verdadeiramente filantrópicas quando contribuem com o custeio das ações sociais gratuitas pois, do contrário, apela-se ao velho adágio: "estão fazendo tchau com o chapéu alheio".

O conceito de gratuidade, apesar de antigo, atualmente vem sendo amplamente discutido por conta, principalmente, das exigências legais e do controle que vem sendo exercido pelos órgãos reguladores (CNAS e outros). Por outro lado, observa-se a existência de inúmeras dúvidas quer no campo legal, técnico e contábil, quer nos sistemas de gestão e controle que garantam a adequação das informações compiladas e reportadas.

Planejamento

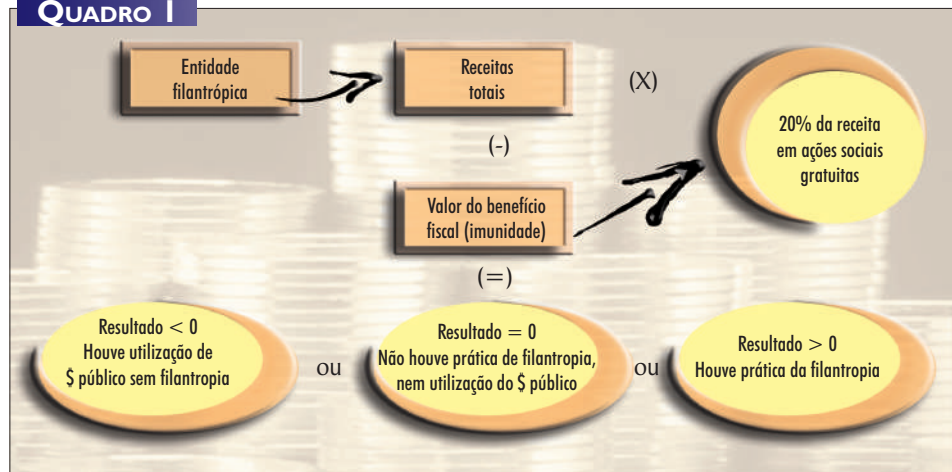
Considerando a importância que a gratuidade tem para a sobrevivência de uma entidade, entendemos que o conceito deva fazer parte do planejamento estratégico anual, derivando para estimativas em orçamento, previsão de fluxo de caixa e prestação de contas.

Por outro lado, um dos aspectos mais importantes é a estruturação da contabilidade no que diz respeito a conceitos, plano de contas, centros de custos e sistemas de informações.

A Questão Contábil

Gratuidade é considerada custo incorrido, portanto, relacionada com o sistema patrimonial da contabilidade. Em outras palavras, o Sistema Patrimonial é aquele amplamente conhecido que acumula as transações contábeis que representam movimento econômico em uma entidade.

QUADRO 1



O Sistema Extrapatrimonial (antiga conta de compensação) serve para controlar operações que não impactam economicamente a entidade. Por exemplo: valor dos bens segurados, avais e garantias concedidos, valor das isenções usufruídas, limite de gratuidade etc.

Dessa forma, considerando que o custo da gratuidade está relacionado com desembolsos efetivos, estaremos sempre nos referindo ao sistema patrimonial.

Deve-se, inclusive, estar atento para a forma de contabilização, pois pode-se estar afetando a estrutura das demonstrações financeiras e, por conseguinte, induzindo o usuário a erro de análise ou permitindo interpretações inadequadas, inclusive a erros nos cálculos de indicadores.

Por exemplo: em alguns casos, a gratuidade na educação ser contabilizada com receita a débito de despesa com gratuidade. Nesse caso, o valor lançado como receita faz parte da base de cálculo do limite de 20%. Observem como a forma de contabilização pode gerar efeitos indesejáveis e dúbios para o usuário da informação.

Portanto, o ponto de partida é uma clara definição do conceito de gratuidade, sua contabilização de acordo com a legislação e práticas contábeis geralmente aceitas.

Sistema de informações

Outro fator fundamental na gestão e controle da gratuidade é o sistema de informações para acumulação, gestão e reporte dos dados, considerando, entre outros, o limite de 20% das receitas, o valor do benefício de contribuições usufruídas, a gratuidade real praticada e demais informações exigidas pela legislação vigente. Para tanto, os seguintes fatores devem ser considerados:

Plano de contas - Deve ser elaborada de sorte a atender todas as necessidades legais, societárias, controle, gestão e gratuidade, ou seja, como vamos identificar, contabilizar e controlar as transações relacionadas com as gratuidades praticadas. O plano de contas é fundamental e não é aconselhável alterá-lo durante o exercício, sob o risco de perda de informações.

Centros de custos - Outro fator fundamental na estrutura de gestão e controle da gratuidade, também não menos importante na gestão das operações da entidade. Devemos conhecer profundamente as operações e definir claramente "em quais e quantas fatias pretendemos cortar o bolo". A técnica de centros

de custos é uma ferramenta importante para apuração de resultados e gestão por projetos, áreas e atividades.

Devemos identificar os projetos "cobráveis", ou seja, aqueles que a entidade tem uma receita relacionada. Projetos gratuitos seriam aqueles que são oferecidos sem uma contrapartida de receita, portanto, a gratuidade praticada. Além disso, temos os centros de custos indiretos, normalmente relacionados com atividades administrativas, genéricas e supervisão, cujo esforço não está direcionado para um projeto específico, sendo, portanto, passível de rateio entre os demais projetos. (ver quadro 2)

Gestão e Controle - Após a estruturação do sistema de informações, passamos à fase de gestão e controle periódico da gratuidade. Esse é um processo fundamental para a garantia da adequação das informações e tomada de decisões analisando sempre todos os possíveis impactos na organização, inclusive com relação à gratuidade. Portanto, os administradores devem usar os relatórios no dia-a-dia da organização, verificando sempre a evolução das operações em relação às metas estabelecidas. (Ver quadro 3)

A rápida evolução e profissionalização do Terceiro Setor traz em seu bojo uma série de novas necessidades que nem sempre estamos totalmente preparados para atender. Torna-se indispensável uma constante atualização e discussão dos conceitos para que os profissionais da área e o mercado de uma forma geral possam estabelecer novos padrões consagrados pelo uso, determinando uma evolução na legislação e práticas contábeis aplicáveis ao Terceiro Setor.

Não menos importante é a necessidade de adoção de padrões modernos de controle e gestão das operações e da gratuidade, permitindo sustentabilidade das entidades e evitando contingências futuras.

QUADRO 2

RELATÓRIO DE GESTÃO DA GRATUIDADE

Descrição	Julho			Acumulado		
	Orçado	Real	Variação	Orçado	Real	Variação
Receitas						
Incidentes						
Não Incidentes						
Total						
Despesas						
Gratuidade						
Outras						
Total						
Resultado						
Gratuidade						
Limite - 20%						
Isenção de Contribuições Sociais						
Excesso / Falta						

QUADRO 3

PROJETOS

CENTRO DE CUSTO	COBRÁVEIS	GRATUITOS	DESPESAS INDIRETAS
Contas Contábeis			

Critérios de rateio de despesas indiretas

Destacamos, ainda, a necessidade do uso de ferramentas modernas de controle e gestão, como a Solução Integrada de Gerenciamento da Atividade Social - Sigrats (www.sigrats.com.br).

SOBRE O AUTOR

Marcos Biasoli. Advogado e assessor jurídico de inúmeras entidades filantrópicas. Mestrado pela PUC/SP, administrador de empresas pela Universidade Mackenzie, pós-graduado pela European University. Foi docente da PUC/SP e da UnifMU/SP na cadeira de Legislação Social.

José Alberto Tozzi. Consultor e auditor do Terceiro Setor.

Por

MARCOS BIASIOLI

Franchising social

A mais nova ferramenta de captação de recursos do Terceiro Setor

Em se tratando de produzir o bem, não há obras pequenas ou grandes, pois todas elas possuem o mesmo tamanho pelo crivo de Deus, uma vez que todas permeiam pelo mesmo objetivo: a ajuda ao próximo.

Entretanto, todos aqueles que militam em prol do Terceiro Setor, voluntários ou não, conhecem a dificuldade de estruturar uma obra social. Nem sempre o assunto é ausência de capital mas, muitas vezes, de imaginação, criatividade, coragem e seleção do que fazer e a quem atender. Por conta de tais incógnitas, muitas obras não saem do papel e apenas ocupam o espaço no ideal de vida de muitos daqueles que não só estão preocupados consigo, mas também com o flagelo.

O que fazer para multiplicar a filantropia?

A melhor alternativa seria a troca de know-how entre todas as obras de sucesso, que já passaram por muitos percalços na saga da construção e edificação de um bom nome, firmado de credibilidade e seriedade pela própria comunidade, que é a locomotiva financeira de toda ação social.

Atualmente, a entidade beneficente que aspira a multiplicação de sua empreitada com objetivo de aumentar o número de beneficiários precisa, antes de tudo, lançar a instituição na mesma direção de uma empresa com fins lucrativos, isto é, planejar profissionalmente sua criação e sobrevivência para atingir sua meta.

O planejamento envolve pessoas, capital (estrutura), técnicas de gestão administrativa e financeira, captação de

recursos, seleção e atendimento de beneficiários, cuidados legais, contábeis e fiscais, blindagem do patrimônio social da instituição visando a protegê-lo da malversação dos recursos, técnicas de persuasão

flagramos então com um drama de consciência que nada estamos fazendo em prol ao próximo e, para amenizar nossa cobrança interior, recolhemos algumas migalhas e repassamos ao pobre mais próximo de nossa vida cotidiana, em especial aos meninos de rua. O ato nos refresca e funciona como brisa, refrescando, por alguns instantes ou dias, aquele drama que vivemos do egoísmo.

Tudo poderia e pode ser diferente com uma ajuda, mormente daquele que já passou pelas principais arestas e que já adquiriram o know-how da indústria do bem, porém nasce outra incógnita: a quem recorrer?

A Fundação Kanitz, que organiza e premia as entidades filantrópicas com a condecoração de "Bem Eficiente", divulgou recentemente a lista das 400 entidades que mais fizeram pelo social. Entre elas, assinalamos a Fundação Bradesco, algumas Apaes, LBV, Associação da Congregação de Santa Catarina, Pró-Saúde, Hospital do Câncer, Instituto Ayrton Senna, Fundação Abrinq e tantas outras.

O alvo nesse cenário de fusão de parcerias seria as instituições que possuem indicativos de qualidade e responsabilidade, entre eles, tal premiação. A fama geralmente é construída por dividendos entregues à sociedade e nela está agregada a experiência. Tudo somado representa a mola propulsora da franquia, em especial quando o assunto for captação de recursos.

O emprego do instituto de direito – franchising – poderia ser a solução para a construção de uma obra de sucesso, pois trata-se de um mecanismo avançado, moderno, que traz vantagens para todas as partes envolvidas.



dos envolvidos evitando a desmotivação e paralisação da obra, e muito mais.

Quando deparamos com tantas nuances, apenas para praticar o bem, há implicitamente um desestímulo que ofusca nossas pretensões de alicerçar uma empreitada do bem. Nos

Imaginemos a franquia de uma Fundação Bradesco, espalhada pelo Brasil afora, radicada ao lado de suas agências que abrange quase que todo o País. Certamente seu know-how seria repassado a milhares de parceiros institucionais e as vantagens seriam recíprocas.

É certo que a legislação vigente impede o desvio de finalidade da obra social, porém ressalva-se que todos os frutos do contrato de franquia devem ser destinados aos próprios fins da instituição, que é a produção do bem.

Quanto ao contrato de franquia - ou franchising - há plena regulamentação no cenário legal (Lei 8.955/94), e conceitua em "sistema pelo qual um franqueador cede ao franqueado o direito de uso de marca ou patente, associado ao direito de distribuição exclusiva ou semi-exclusiva de produtos ou serviços e, eventualmente, também ao direito de uso de tecnologia de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvidos pelo franqueador, mediante remuneração direta ou indireta sem que, no entanto, fique caracterizado vínculo empregatício".

A relação contratual da franqueadora com a franqueada terá os mesmos fundamentos de

uma relação comercial entre duas empresas lucrativas, porém o produto do empreendimento será distinto daquelas pois, nesse caso, o objetivo será em prol de pessoas carentes, e, no caso comercial, em prol dos sócios do negócio que vislumbrem lucro na parceria.

O contrato de franquia entre as organizações do Terceiro Setor possuem, no nosso entender, como ponto alto e nevrálgico, a profissionalização da prática do bem, que poderá crescer de forma avassaladora, sem erros de percurso já ultrapassados por aquelas obras mais experientes.

Esperamos, portanto, num futuro próximo, que o Brasil possa contar com muitas Fundações Bradesco, Apaes, Institutos Ailton Senna, Pró-Saúdes, Hospitais do Câncer, e muito mais, tudo para alcançarmos, um dia, a meta de nosso novo presidente: Fome Zero. 

SOBRE O AUTOR

Marcos Biasioli. Advogado e assessor jurídico de inúmeras entidades filantrópicas. Mestrado pela PUC/SP, administrador de empresas pela Universidade Mackenzie, pós-graduado pela European University. Foi docente da PUC/SP e da UniFMU/SP na cadeira de Legislação Social.

VANTAGENS DA FRANQUEADORA

- Expansão da rede social e novos mercados (até mesmo novos clientes);
- Marketing institucional, ante à maior notoriedade de sua forte marca, tendo agregado o valor e peso de responsabilidade social;
- Ausência de liame empregatício, pois a franqueada é que deverá contratar seus obreiros;
- Não há investimento, pois caberá à franqueada;
- Poderá receber remuneração periódica pelo uso do sistema (*royalties*), para o conseqüente investimento no bem.

VANTAGENS DO FRANQUEADO

- Prestígio da franqueadora, principalmente quando da captação de recursos;
- Know-how de como produzir o bem, de forma coletiva e profissional;
- Assessoria permanente da franqueadora.



A "SIGRATS" É UMA SOLUÇÃO QUE:

- A** Controla as ações sociais gratuitas dentro dos parâmetros legais nas áreas de educação, saúde e assistência social.
- B** Melhora o controle e compartilhamento das informações internas.
- C** Gerencia as informações necessárias, adequando os requerimentos de isenções de impostos e contribuições sociais concedidas pelo governo.
- D** Elabora automaticamente a prestação de contas dos recursos públicos (convênios, subvenção ou patrocínio).
- E** Elabora de forma automática, os relatórios legais direcionados aos CNAS, INSS, MJ e Conselhos Municipais.

O principal diferencial da "Sigrats" é que independe de instalação de qualquer software local, pode ser acessada a todo tempo, por qualquer usuário habilitado, em qualquer lugar e de qualquer equipamento conectado à Internet.

BENEFÍCIOS

A solução oferece os benefícios mais atualizados da tecnologia da informação, dentre eles:

- Acesso pela Internet
- Número ilimitado de usuários
- Biblioteca virtual dos documentos legais
- Segurança no armazenamento dos dados

A **Econômica** disponibilizará aos clientes da "Sigrats" treinamento e suporte técnico.



O controle manual das gratuidades está com os dias contados...

Aperfeiçoar, simplificar e facilitar a elaboração da **prestação de contas** das atividades sociais desenvolvidas pelas Associações, Institutos e Fundações aos órgãos públicos são reais necessidades e podem significar o diferencial no momento da conquista das isenções fiscais, da captação de recursos públicos e da tomada de decisões gerenciais.

MÓDULOS INDEPENDENTES

A "Sigrats" foi desenvolvida em módulos independentes, de fácil operação e, para se adequar às exigências e aos recursos de cada entidade, esses módulos se subdividem em:

- Módulo de qualificação
- Módulo de orçamentos
- Módulo de gratuidades
- Módulo de impostos
- Módulo de certificações públicas
- Módulo de facilitação de auditoria e controle

INFORMAÇÕES:

(11) 3161-5286 - Marcos Ferrari
E-mail: consultoria@economica.com.br
www.economica.com.br

Por
CUSTÓDIO PEREIRA

Visibilidade e profissionalismo na captação de recursos

Não basta ser competente e profissional. Afinal, ninguém gosta de se aliar ao fracasso. Ao contrário, todos querem apoiar e estar ao lado de causas bem-sucedidas, portanto, bem administradas

Nos últimos anos muito se tem falado sobre o Terceiro Setor e sobre a ética e a sustentabilidade deste importante segmento. A imprensa tem colaborado efetivamente para a divulgação de exemplos, na sua maioria bem-sucedidos, de responsabilidade social, estimulando, assim, maior visibilidade e a organização do setor.

É interessante lembrar que não temos dados estatísticos e estudos sobre o Terceiro Setor como outros países têm, a exemplo dos Estados Unidos, que considero um referencial em publicações, livros, estatísticas e informações sobre o Terceiro Setor, especialmente em Fund Raising ou, literalmente, captação de recursos.

Precisamos dessas informações e estatísticas para nos orientarmos e conhecermos melhor o que está acontecendo no Brasil. Nesse sentido, precisamos estimular a realização de TGIs, monografias, dissertações de mestrado, teses e pesquisas, entre outros estudos que nos ajudem a ter maior quantidade de informações mais precisas e amplas sobre o Terceiro Setor.

O próprio termo "Captação de Recursos" gera alguma confusão e muitos pensam que se trata de um profissional do mercado financeiro preocupado em captar CDBs ou aplicações em fundos de investimento. Enquanto nos Estados Unidos os profissionais (fundraisers) contam com os mais diversos cursos de especialização, mestrado e até doutorado em Captação de Recursos e com mais de 200 títulos de livros sobre o assunto, nós estamos apenas começando.

Analisando pelo lado positivo da questão, ainda temos um grande campo para desenvolver, dando oportunidade a todos aqueles que queiram colaborar com o Terceiro Setor, contribuindo acadêmica, financeira ou profissionalmente.

A discussão sobre esse setor tem despertado tanto a doadores (eventualmente ainda espectadores) como a captadores de recursos uma visão clara e crescente da necessidade de profissionais especializados, competentes e éticos em captação de recursos. Percebemos que o Terceiro Setor tem procurado se ajustar, de maneira não planejada, às demandas desse profissional em captação de recursos.

Ultimamente, verificamos que várias instituições tradicionais estão oferecendo cursos em gestão de organizações do Terceiro Setor, em nível de pós-graduação e especialização, contribuindo, desse modo, para formar esse escasso profissional de captação de recursos. São os casos, por exemplo, do Mackenzie, FGV, USP e Senac.

A Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR), organização sem fins lucrativos, criada há menos de três anos, tem como missão promover, desenvolver e regulamentar a atividade de captação de recursos, segundo o seu Código de Ética e apoiando o Terceiro Setor na construção de uma sociedade melhor. Foi constituída por profissionais preocupados com a profissionalização e com os aspectos éticos na captação de recursos, contribuindo também para que esse novo profissional "cresça e apareça", positivamente, estabelecendo a ligação confiável e competente entre o doador e a causa.

Credibilidade

Em uma pesquisa realizada há dois anos com mais de 230 pessoas, na qual mais de 50% dos entrevistados ganhavam mais do que R\$ 4.500, foram verificadas duas respostas que merecem ser destacadas para a seguinte pergunta: "Na sua opinião, qual é o principal motivo pelo qual as pessoas não contribuem para uma causa social?"

Eis as duas respostas que merecem ser destacadas:

1. "Porque as instituições que cuidam das causas sociais são mal administradas."
2. "Porque, de maneira geral, as instituições que se responsabilizam por cuidar de causas sociais não são sérias."

Essas respostas alertam que, entre os outros elementos importantes para uma captação eficiente e eficaz de recursos, a transparência nas informações e o fato de a instituição ser bem e profissionalmente administrada darão maior segurança e possibilitarão fluxo maior de doações.

Dentro desses aspectos estão inseridos talvez aquele que eu considero o cerne da questão, além de vários outros aspectos a serem também consi-



Custódio Pereira, presidente da Associação Brasileira de Captação de Recursos (ABCR)

derados, para uma boa e eficiente captação de recursos.

Não basta ser competente e profissional. Isso tem de ficar muito claro ao doador. Afinal, ninguém gosta de se aliar ao fracasso. Ao contrário, todos querem apoiar e estar ao lado de causas bem-sucedidas, portanto, bem administradas.

Decorrente disso, várias ações "administrativas" são necessárias para incutir a confiança no doador. Muitas instituições estão tão e só preocupadas com suas causas, que têm se descuidado de se organizar, estruturar, profissionalizar e planejar.

Muitos poderão dizer que planejamento estratégico é coisa para o Primeiro e Segundo Setores, que é assunto para as multinacionais ou grandes empresas. No entanto, é sabido que muitos doam em função da visão e missão das ONGs e, como vimos, de sentirem que a instituição é bem organizada e que tem um planejamento a ser executado.

Outra motivação ao doador é o de se informar sobre a contabilidade da entidade beneficiada, recebendo relatórios contendo as aplicações dos recursos doados e saber, ainda, que os dados foram auditados, especialmente se a empresa de auditoria for reconhecida. Esses cuidados geram segurança ao doador, mas não podemos nos esquecer que, na grande maioria das vezes, o grande motivo para doar é a causa. Portanto, não devemos nos limitar a essas providências, sem apresentar a causa adequadamente. Daí ser importante o como a instituição se comunica com o doador e como ela apresenta a causa.

Deve-se apresentar a causa como uma oportunidade para que o doador participe ou contribua mostrando a importância e a urgência da participação dele porque pessoas estão precisando de socorro. A urgência nunca deve ser apresentada porque a instituição está precisando e que, se não for atendida, vai fechar, mas sim

porque as pessoas precisam de ajuda. Se a urgência for focada nas dificuldades financeiras da instituição, passará a idéia que ela está nessa situação porque é mal administrada.

O processo de envolvimento do doador com a causa deve ser contínuo e crescente, pois é sabido que pequenos doadores podem se transformar em grandes doadores. Além disso, a pessoa segura e satisfeita com o trabalho da instituição, indicará ou levará outros a doar para a mesma causa.

Certamente saber agradecer, ou seja, reconhecer o doador e a doação, é uma arte e precisa ser desenvolvida para que o doador se envolva cada vez mais com a causa.

Outro aspecto importante a ser considerado para uma boa e eficiente captação de recursos é o uso de criatividade para levar a causa ao doador e a facilidade para ele doar quando receber o estímulo. Se após o doador tomar a decisão for complicado fazer a doação, pode ser que a entidade a ser beneficiada perca a doação.

Muitas pessoas doam até para causas desconhecidas quando há criatividade e praticidade. Portanto, deve-se ter o cuidado de demonstrar a organização da instituição, de saber apresentá-la como competente e segura (lembre-se da auditoria), bem como a causa com criatividade. Com esses procedimentos, certamente, o êxito na captação será certo. 

SOBRE O AUTOR

Custódio Pereira. Mestre em Administração e professor na Universidade Presbiteriana Mackenzie, diretor financeiro do Instituto Presbiteriano Mackenzie e presidente da Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR). Também é membro da Association of Fundraising Professionals.

 custodio@mackenzie.br

NECESSITAMOS CONQUISTAR A CONFIANÇA DO DOADOR

Quanto à instituição:

- Visão e missão definidas e administração competente e com credibilidade.
- Transparência nas informações - manter o doador informado dos números e, principalmente, dos resultados.
- Se possível, manter relatórios financeiros e contábeis auditados.

Quanto aos recursos:

- Criatividade na apresentação da causa e praticidade para doar.
- Pedir de acordo com a possibilidade do doador ou, na dúvida, um pouco mais.
- Aplicar conforme a determinação do doador.

Quanto à causa:

- Dar visibilidade não só para a aplicação dos recursos, mas também, e principalmente, aos resultados alcançados.
- Envolver cada vez mais o doador com a causa.

Quanto à fidelização:

- Demonstrar gratidão com criatividade.
- Reconhecer, reconhecer e reconhecer.
- Pequenos doadores podem se tornar grandes doadores ou apresentar outros.
- Não esquecer que empresas são mais sensíveis aos apelos "racionalistas" do que aos "sentimentais". Portanto, o apelo deve ser mais para a cabeça do que para o coração.



O Tio Sam brasileiro

Por

EDUARDO PEREIRA

A campanha 2003 de arrecadação, que acaba de ser lançada, espera aumentar em cinco vezes o total de US\$ 30 mil arrecadados na campanha de 2002

Fundação capta fundos nos Estados Unidos de brasileiros que moram lá para aplicar em projetos sociais aqui no Brasil

Pensando em uma maneira de arrecadar doações nos Estados Unidos e de investir em projetos sociais no Brasil, Leona Forman criou a entidade sem fins lucrativos BrazilFoundation, que tem como missão captar recursos de empresas e indivíduos brasileiros nos Estados Unidos (ou estrangeiros com afinidades com o Brasil) apoiando organizações não-governamentais que trabalhem pela transformação e melhoria das condições sociais no Brasil. E, como no Brasil, as doações podem ser deduzidas do Imposto de Renda norte-americano. "Senti que com o recente crescimento do Terceiro Setor no Brasil, com a intensificação do apoio à filantropia estratégica pelas empresas privadas, o momento para a criação da BrazilFoundation estava certo", diz Leona, presidente e executiva-chefe da Fundação.

Gratidão pelo Brasil

Com formação em Jornalismo pela UFRJ e mestrado pela Escola de Jornalismo da Columbia University de Nova Iorque, Leona chegou com a família ao Brasil, refugiada da China, aos 13 anos. Após se aposentar de uma carreira

de 20 anos na Organização das Nações Unidas (ONU), na qual atuou como diretora do Centro de Informações Públicas, e, previamente, chefiando a seção para organizações não-governamentais de todas as regiões do planeta, Leona passou a se dedicar a um projeto que a possibilitasse retribuir o que recebeu do Brasil, decidindo aplicar a sua experiência ajudando ONGs que atuassem no País.

Em junho de 2000, foi então criada a BrazilFoundation, que conta com uma dedicada rede de voluntários em Nova Iorque (EUA) e no Brasil, e com a participação, no seu conselho diretor, de pessoas como a primeira-dama, Ruth Cardoso, e o cantor e compositor Gilberto Gil.

A campanha 2003 de arrecadação, que acaba de ser lançada, espera aumentar em cinco vezes o total de US\$ 30 mil arrecadados na campanha de 2002. O processo de seleção está aberto a todas as organizações sem fins lucrativos e sem afiliação política ou religiosa de todas as regiões do Brasil, e que atendam aos objetivos e critérios da BrazilFoundation.

Os investimentos são feitos pelo prazo de um ano. As verbas concedidas podem variar de acordo com as necessidades específicas de cada plano apresentado, tendo geralmente o limite de US\$ 10 mil por projeto. Somente serão consideradas as propostas que responderem devidamente ao formulário de projeto, disponível no web site da Fundação. Os formulários, devidamente preenchidos, devem ser enviados ao escritório do Rio de Janeiro até o dia 3 de março de 2003.

A Fundação realizou em julho passado a entrega da primeira rodada de investimentos sociais no Brasil, distribuindo US\$ 30 mil para os quatro projetos selecionados de um total de 73 inscritos. A ponte vislumbrada por Leona e que levaria ao Brasil fundos ar-

recadados nos Estados Unidos se completara. A seleção, liderada por Susane Worcman, vice-presidente da BrazilFoundation, teve a participação de duas empresas de consultoria, Innovatio e a Chái, ambas especializadas na análise de projetos para ONGs.

Os projetos inscritos foram avaliados com base em critérios que se alinhassem com a missão da BrazilFoundation, que busca apoiar entidades que atuem nas áreas de Educação, Saúde Pública, Direitos Humanos, Cidadania e Cultura. Os critérios de avaliação envolveram a apresentação de uma estratégia sólida e condições propícias para sua execução, uma proposta da entidade de trabalhar com outras organizações da comunidade, a experiência e preparação dos seus líderes, o caráter inovador do projeto e seu potencial de impacto na comunidade-alvo.

Projetos vencedores

A avaliação feita pela Innovatio e pela Chái resultou em um consenso sobre os dez melhores projetos, cujas propostas foram enviadas ao conselho diretor da Fundação, que selecionou os quatro vencedores. A entrega dos investimentos sociais foi feita no dia 30 de julho, na sede da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro, em um evento que reuniu 90 pessoas, entre representantes de organizações, empresários e mídia.

Os projetos vencedores revelam a criatividade e inventividade do Terceiro Setor no Brasil. O Carpe Diem, de Mogi Mirim, São Paulo, atende hoje a 80 crianças de 10 a 16 anos de idade, que recebem da instituição aulas de complemento escolar e cursos de capacitação profissional como Inglês, artesanato, culinária, manicure e computação. Com o incentivo social recebido pela BrazilFoundation, de US\$ 10 mil, o Carpe Diem vai expandir o número de crianças atendidas para 150.



Ruth Cardoso e Leona Forman no evento de apresentação da BrazilFoundation para empresários em Nova Iorque

MABEL FERES

O Programa de Educação Afetivo-Sexual (Peas), sob execução e responsabilidade da Associação dos Municípios do Baixo Sul da Bahia (Amubs), pretende promover a educação sexual de adolescentes nas escolas, unidades de saúde e em comunidades, com o objetivo de prevenir doenças sexualmente transmissíveis, a gravidez na adolescência, preservar a dignidade e estimular a auto-estima da população adolescente dessa região da Bahia.

Já a Promotoras Legais Populares, projeto da ONG afro-brasileira Geledés, foi outra das selecionadas pela BrazilFoundation para receber o investimento social de US\$ 10 mil. A entidade tem como objetivo capacitar mulheres de regiões menos privilegiadas na Capital paulista para que elas atuem como "advogadas" informais das comunidades onde atuam. As promotoras legais se tornam agentes sociais e prestam assistência jurídica à população das comunidades onde vivem, em tarefas que vão de lavrar a escritura de um imóvel ao encaminhamento de uma denúncia de violência doméstica. "O acesso a advogados é praticamente inexistente nessas comunidades, que normalmente ignoram quais são seus direitos", disse Solymar Carneiro, uma das diretoras do Geledés, à BrazilFoundation.

O Geledés formou no ano passado sua primeira turma de 25 promotoras legais com idade entre 17 e 50 anos. Elas prestam serviço de assistência jurídica no bairro onde vivem e semanalmente na sede do Geledés. Quatro das promotoras sociais legais até decidiram avançar

Leona Forman, presidente da BrazilFoundation, falando com brasileiros em Nova Iorque



Da esquerda para a direita, Solymar Carneiro Geledés, SP; Wilson Vianna, Associação de Municípios do Baixo Sul da Bahia - Amubs; Leona Forman, presidente da BrazilFoundation, Nova Iorque; Susane Workman, vice-presidente BrazilFoundation, RJ; Tarcisia Monica Mazon Granucci, Carpe Diem, Mogi Mirim, SP; Edson Cardoso da Silva, presidente da Associação do Bairro de Três Corações, Nova Iguaçu, RJ.

na carreira jurídica, e estão estudando Direito na PUC de São Paulo. Uma delas aspira se tornar juíza de Direito no futuro.

Finalmente, idealizado por Edson Cardoso, 20 anos, presidente da Associação dos Moradores do Bairro de Três Corações, o Projeto Gari Comunitário inspirou a BrazilFoundation a criar o Prêmio Incentivo, que pretende dar impulso a idéias empreendedoras que promovam a melhoria das condições sociais no Brasil. O projeto de Cardoso busca estimular o envolvimento da comunidade do bairro de Três Corações, pertencente ao município de Nova Iguaçu, região metropolitana da cidade do Rio de Janeiro, nas questões da coleta de lixo e preservação do espaço urbano.

O Gari Comunitário funcionará da seguinte forma: quatro moradores desempregados da região selecionados realizarão, por um ano, a coleta diária de lixo e a conservação de 15 das principais ruas do bairro. As pessoas selecionadas para o trabalho estão entre as mais necessitadas da comunidade e receberão, mensalmente, além do salário mínimo, uma cesta básica.

"Foi fundamental para nós receber o apoio financeiro da BrazilFoundation porque, além de nos ajudar a sanar o problema da sujeira

nas ruas do bairro e oferecer bem-estar à comunidade, receber o prêmio de uma entidade internacional dá credibilidade e exposição ao nosso trabalho", diz Cardoso, que espera em breve poder implantar a coleta seletiva de lixo na região e realizar o sonho dos membros da associação de adquirir uma sede própria para a entidade, que possa servir como um centro administrativo, comunitário e cultural.

Inscrições e seleção

Além dos investimentos sociais entregues aos quatro projetos, doadores nos EUA contribuíram com um total de US\$ 90 mil de fundos designados, nos quais o doador pode recomendar quais entidades no Brasil devem receber os recursos, que são repassados desde que elas se enquadrem nos critérios da BrazilFoundation.

Informações

www.brazilfoundation.org
Rua Santa Luzia, 735, sala 1.201
Rio de Janeiro, RJ, CEP 20030-040
225 West 86th Street, suite 1109
New York, NY/USA 10024
Tel: (212) 595-6995

Tratamento estético facial

Controle de acne
Depilação definitiva
Eletrólise
Ginástica isométrica
Hidratação
Limpeza de pele
Nutrição para área dos olhos
Peeling
Pré e pós-operatório
Recuperação facial
Tratamento para linhas de expressão

Denise Padinha
estética

*Um verdadeiro convite à beleza.
Venha conferir sua transformação!*

Tratamento estético corporal

Banho de Lua
Bronzeamento artificial
Celulite
Depilação definitiva
Depilação por cêra
Flacidez
Gomagem
Gordura localizada
Hidratação corporal
Massagem
Rejuvenescimento para mãos e pés

Orientação Cosmética

SOROCABA

(15) 233-1769 / 232-2466
R. Prof. Toledo, 474 - Centro - CEP 18040-110

SÃO PAULO

(11) 3079-2756
R. Tapinás, 118 - Itaim - CEP 04531-50

Preparando a empresa para trabalhar com voluntários

“Voluntário é o cidadão que, motivado pelos seus valores de participação e solidariedade, doa seu tempo, trabalho e talento, de maneira espontânea e não-remunerada, para causas de interesse social e comunitário”

Na maioria das empresas encontramos pessoas desenvolvendo ações voluntárias, boa parte delas vinculada a instituições religiosas ou comunitárias. Em geral, ao falar sobre o assunto, só nos lembramos dos voluntários que se dedicam à assistência social ou à educação. Exemplos: arrecadar roupas ou comida para populações carentes, prestar assistência em asilos, creches, hospitais. Mas o voluntariado engloba um leque muito mais amplo de ações. São voluntários, por exemplo:

- Os cantores do coral da empresa.
- Os que dão palestras sobre o meio ambiente, organizam coleta seletiva de lixo, fazem manifestações ecológicas.
- Os que se integram mutirões para construir a casa de um vizinho, erguer o clube da rua, reformar a escola.
- Os que participam do conselho de saúde, de transporte ou de segurança de seus bairros.
- Os que fazem um abaixo-assinado de apoio, protesto ou para pedir providências às autoridades.

Vale lembrar a definição da ONU: “O voluntário é o jovem ou o adulto que, por interesse pessoal e espírito cívico, dedica parte de seu tempo, sem remuneração alguma, a atividades voltadas ao bem-estar social a outros campos”.

Na mesma linha, segue a definição formulada pelo Programa Voluntários do Conselho da Comunidade Solidária: “Voluntário é o cidadão que, motivado pelos seus valores de participação e solidariedade, doa seu tempo, trabalho e talento, de maneira espontânea e não-remunerada, para causas de interesse social e comunitário”.

Como a empresa pode apoiar

O apoio dessas ações espontâneas pode ser o ponto de partida para o Programa de Voluntariado. A empresa pode fornecer, por

exemplo, espaço adequado para os voluntários se reunirem, guardarem materiais, armazenarem o produto de coletas. Ou ainda, permitir que eles realizem campanhas internas, mobilizando os colegas em torno de uma causa.

Estimular a criação entre os voluntários da empresa, de um grupo coordenador, que lhes permita se apoiarem, amplia o alcance de suas ações e atrai mais participantes. Também é muito útil franquear aos voluntários espaço nos mecanismos de comunicação da empresa: murais, jornais internos, boletins eletrônicos, ou colocar equipamentos, instalações e sistemas da empresa à disposição de uma determinada ação voluntária: a limpeza de um rio, um curso profissionalizante, a encenação de uma peça de teatro.

Uma prática muito comum é a doação de materiais com finalidades variadas: para mutirões de construção ou reforma, para o uso em uma instituição, para a transformação em produtos vendáveis. Nos EUA as empresas doam recursos financeiros para causas ou instituições nas quais os seus funcionários estejam envolvidos, por exemplo, depositando certa quantia para cada 100 horas voluntárias trabalhadas.

O apoio da empresa será decisivo para o desenvolvimento, internamente, dos laços de solidariedade e do espírito cívico, fazendo com que mais pessoas se incorporem às ações em benefício da comunidade. Mas, provavelmente, o maior apoio é a participação dos dirigentes da empresa nas ações voluntárias. Envolver acionistas, diretores, gerentes, supervisores é levar à prática o velho conceito: “o exemplo vem de cima”.

A iniciativa do programa

O simples apoio às ações voluntárias espontâneas ainda não constitui um programa. Ele só começa a nascer quando a empresa decide tratar essa força solidária como mais um de seus projetos, passando a organizá-la e gerenciá-la com os mesmos critérios de eficiência que ca-

racterizam o mundo dos negócios.

A primeira iniciativa de formação do programa pode ser das pessoas que já fazem trabalho voluntário. Pode ser ainda da diretoria. Ou do departamento de Recursos Humanos, que viu no voluntariado um fator de coesão interna. Ou ainda, do pessoal de Comunicação, que identificou uma oportunidade de melhorar a imagem corporativa.

Na verdade, esse primeiro impulso pode partir de qualquer área, mas sempre será fundamental ganhar o aval dos dirigentes da empresa. Afinal, a proposta é dedicar ao programa tempo, recursos e talento da organização. Também é importante envolver o RH e a área de Comunicação. No primeiro caso, porque voluntariado implica no gerenciamento de pessoas, para o que as técnicas de RH serão sempre bem-vindas. No segundo, pelas amplas necessidades de comunicação que o programa terá.

Condições internas e externas

Uma das primeiras reflexões a fazer é se a empresa tem condições internas de criar um Programa de Voluntariado. Isso implica em analisar o seu clima organizacional, conflitos existentes, eventuais reivindicações e, a partir daí, definir se o programa será bem recebido ou não.

Seria cinismo falar em voluntariado em uma empresa com graves problemas de segurança e salubridade, onde as pessoas sofram acidentes com frequência e adoecem em decorrência da atividade profissional. O mesmo vale para organizações que atrasam os salários, desrespeitam a legislação trabalhista, não concedem benefícios comuns em seu setor, mantêm um clima interno desfavorável. Ou ainda, onde não há oportunidades de progresso profissional, falta diálogo com a direção e não há estímulo à criatividade.

A mesma reflexão deve ser feita em relação aos benefícios da ação voluntária, em geral a comunidade do entorno. Como essa comunidade percebe a empresa? Por acaso, é uma indústria que despeja resíduos no rio, polui o ar ou mantém um lixão no bairro? Os vigias da empresa são arrogantes, criam problemas com os vizinhos? A empresa não oferece oportunidades de trabalho para os moradores de seu entorno? Ou, é uma organização que respeita o meio ambiente e a vizinhança, interessando-se por seus problemas e tentando agir para melhorar a situação?

Naturalmente, é importante estabelecer um bom clima interno, como também resolver problemas que a empresa venha a criar para a comunidade, antes de lançar um Programa de Voluntariado. Lembre-se: voluntariado empresarial é mais um dos itens da pauta de responsabilidade social. Ele cairá no descrédito se os demais itens não estiverem, pelo menos, em processo de aplicação.

Por outro lado, não se deve esperar que todas as dificuldades desapareçam antes de pensar em voluntariado. Pelo contrário, o programa ajuda a identificar muitos problemas e a encontrar soluções para eles, pois internamente amplia o espírito de participação e, no âmbito externo, estreita laços com a comunidade.

Sinergia com os objetivos da empresa

Outra reflexão importante é sobre os valores, a missão da empresa e seus objetivos de negócio. Alinhar com eles o Programa de Voluntariado será sempre um passo importante para o sucesso. Para tanto, é preciso considerar que:

Nem sempre os valores de uma empresa estão claramente expressos, mas, mesmo difusos, eles existem. Têm a ver com as tradições, com a cultura interna, as crenças que moldam o jeito de operar da organização.

A missão é mais fácil de identificar porque se liga diretamente ao que a empresa faz, expressando a função para a sociedade de seus produtos e serviços.

Já os objetivos de negócio são de cunho nitidamente utilitário, mas suficientemente am-

plos para englobar aspectos como penetração de mercado, imagem com acionistas, clientes, fornecedores, consumidores.

Um Programa de Voluntariado em sintonia com os valores, missão e objetivos de negócio da empresa passa a ter função estratégica. Reforça a cultura interna, amplia o alcance para a sociedade de suas operações e colabora para a inserção da empresa nos vários segmentos de público de seu interesse.

O primeiro grupo de trabalho

A proposta de criar um Programa de Voluntariado precisa ir, aos poucos, incorporando mais e mais pessoas. Uma sugestão para que isso ocorra naturalmente é, logo no início, criar um grupo de trabalho com funcionários de diferentes departamentos.

No caso de uma pequena empresa, onde todos se conhecem, esse grupo pode ser mais informal, pois os contatos se dão naturalmente, no dia-a-dia de trabalho. Em uma grande empresa, será necessário ter mais atenção para com a participação das várias áreas.

A presença de representantes de Recursos Humanos, Marketing, Comunicação e da diretoria é sempre importante. Não se deve esquecer de incluir funcionários de níveis hierárquicos diversos, para garantir a pluralidade de percepções.

Esse grupo deve ter claros os objetivos que a empresa pretende alcançar com o Programa de Voluntariado:

- Quer reforçar sua imagem?
- Melhorar o relacionamento com as populações de seu entorno?
- Apresentar-se como uma empresa socialmente responsável?
- Promover a coesão interna e reforçar a ligação funcionários-empresa?
- Pretende apoiar iniciativas diversas, ou sua vocação é concentrar-se em uma área es-

pecífica (saúde, cultura, educação, defesa de direitos etc.)?

O plano de ação

O grupo de trabalho precisará buscar conhecimentos para evitar erros, se informar sobre experiências de voluntariado em outras empresas, assimilar conceitos, debater idéias. A participação em cursos e seminários é um caminho. Em muitos casos, poderá ser útil identificar especialistas para assessorar a montagem do programa.

Uma das tarefas do grupo será mapear as ações de responsabilidade social que a empresa já faz. Também deverá levantar informações sobre atividades semelhantes desenvolvidas por fornecedores, concorrentes, clientes.

Esse grupo precisa desenhar um plano de ação claro e conciso. Deve definir os objetivos do programa e como envolver o conjunto da organização nele. Especial atenção deverá ser dada à estratégia para sensibilizar a hierarquia da empresa: conselho, diretores, gerentes, chefes de seção. Mesmo que a idéia do Programa de Voluntariado tenha partido do presidente da companhia, isso não assegura que a hierarquia o apoie.

A distribuição de tarefas entre os membros do grupo de trabalho e um cronograma de atividades também são elementos importantes do plano de ação. Mais tarde, ele será

Informações

Extraído do Livro:
"Voluntariado na Empresa – Gestão Eficiente da Participação Cidadã"
Mônica Beatriz Galiano Corullón, Barnabé Medeiros Filho



Por
MARCIO ZEPELINI

Sou mais Brasil

Campanha publicitária

Em outubro passado, a Havaianas, marca de chinelos da Alpargatas, veiculou uma campanha em revistas de circulação nacional intitulada "O Brasil que dá Pé".

Criados pela agência AlmapBBDO, são anúncios com as cores da Bandeira Nacional que trazem, cada uma, dois textos sobre o que há de bom neste País. As fontes de inspiração foram artigos publicados pelo antropólogo Roberto da Matta, pelo ex-governador do Distrito Federal Cristovam Buarque, pelo jornal inglês The Guardian e pelo editor da Revista Filantropia, Marcio Zeppelini, publicado ao lado na íntegra.



Ser Patriota

o primeiro passo para o trabalho voluntário

Todos unidos por um Brasil melhor. Seja qual for o trabalho social a executar, o objetivo final é esse. O voluntariado, seja assistencial, educacional, cultural ou ambiental sempre visa a uma meta próxima e bem peculiar àquela ação, mas é sempre parte de um sonho ainda maior: ver este nosso Brasil figurar, finalmente, como o "País do Futuro".

Acreditar, nessa hora, é preciso, aliás, essencial, pois do sonho nasce a concretização. E para acreditar em um país, é necessário ver seu passado, seu presente e quais caminhos tomar para o futuro.

Ufanismos à parte, o Brasil está repleto de boas lições e bons motivos de orgulho. Está na hora de nós, brasileiros

Estava para escrever esta coluna há alguns dias, quando aconteceram os atentados em Nova Iorque.

Não pretendo ampliar muito o texto sobre isso, mas e se isso tivesse ocorrido no Brasil? Muitos diriam "tinha de ser no Brasil", "só podia ser aqui" e mais algumas frases impatrióticas como se todo tipo de desgraça só acontecesse por aqui.

Falo e repito que nós vivemos em um país abençoado e que nossos problemas são perfeitamente solucionáveis. Não temos vulcões como na Itália, terremotos como no México, vendavais e tufões como nos Estados Unidos, terrorismo como no Oriente Médio (e agora também nos EUA), frio como no Canadá, calor como na Arábia Saudita. Nossos grupos separatistas são calmos e não atacam como o ETA ou o IRA.

Claro que um de nossos maiores problemas é a cúpula de dirigentes nos três poderes de governo. A corrupção que assolou o País do Oiapoque ao Chuí freou nossa economia e desenvolvimento. Mas é importante lembrar que os níveis de corrupção ainda são menores que os da Argentina, México, Índia e Rússia, além de que esses números estão mudando e os responsáveis sendo punidos - nós tiramos um presidente da República de seu posto e podemos fazer muito mais.

Em primeiro lugar, é necessário que a nação brasileira tenha mais fé em sua terra natal - levante nossa bandeira verde-amarela e grite com patriotismo: sou mais Brasil! E isso não é só quando ganhamos no futebol, mas em qualquer circunstância.

Ser mais Brasil é olhar não só para a seleção canarinho, mas também para o tênis, natação, iatismo, judô, vôlei, hipismo e atletismo e ver que temos potenciais esportistas não só no

futebol. Além do idolatrado (pelo mundo todo) Ayrton Senna, sempre soubemos fazer pilotos de automobilismo como ninguém.

Sou mais Brasil em turismo e nessa matéria somos campeões. Podemos não ter a infra-estrutura dos mega parques dos Estados Unidos, mas temos beleza natural à vontade. Nossas praias são consideradas as mais bonitas do mundo e quando se está defronte à Jerico-aquara (CE), Itacaré (BA) ou Cachadaço (Ilha Grande-RJ) se percebe a razão desse título. Temos um complexo de cataratas (do Iguaçu) que "dá banho" em Niagara Falls na divisa do Canadá com Estados Unidos.

Não preciso dizer então da nossa biodiversidade e da maior floresta do mundo, sendo abraçada pelo maior complexo hídrico do planeta. Se você quer neve, vá para São Joaquim, quer sol, vá para Maceió. Quer mergulhar, vá para Fernando de Noronha, quer voar, vá para a tão linda cidade do Rio de Janeiro.

E sou mais Brasil quando o assunto é o povo. Diga-me em que lugar se acha povo tão forte, alegre, festeiro, hospitaleiro e criativo? E é também corajoso: o Brasil é o país mais empreendedor do mundo. A frieza dos povos europeus e asiáticos e a antipatia dos norteamericanos não são encontradas aqui nem por aproximação. E há pouco falei de festa: o Brasil faz a maior festa tradicional da Terra - o Carnaval.

Sou mais Brasil quando falamos de desenvolvimento. As empresas brasileiras detêm 6.890 certificados ISO 9000 enquanto o México tem 300 e a Argentina tem 265. Em matéria de Internet, temos 446.444 hosts - quase o dobro do que a Argentina, Colômbia, Chile, Uruguai, Venezuela, Peru, Costa Rica e Equador juntos! Só a cidade de São Paulo tem

mais usuários da Internet do que o continente africano inteiro.

O "garfo" também é brasileiro. Quem não se delicia com a cozinha típica mineira, a apimentada cozinha baiana e o succulento churrasco gaúcho? Até a nossa pizza é melhor que a original italiana. São Paulo é considerada o maior pólo gastronômico da América Latina e o segundo maior do mundo.

E eu sou mais Brasil cantando, dançando e criando. Nossos publicitários ganham quase todos os prêmios internacionais em criatividade, nosso cinema vem ganhando projeção no exterior cada vez maior. Grupos nacionais de diferentes estilos - do axé ao heavy metal - fazem sucesso na Europa, Japão e América Latina. E o que é pouco divulgado: nós temos o melhor bailarino do mundo - Thiago Soares - comparando-se a Mikhail Baryshnikov. E se "eles" têm o melhor cinema, nós temos as melhores novelas.

Pode parecer alfinetada, mas sou mais Brasil nas eleições... 100 milhões de votos apurados honestamente em 24 horas. Quanto tempo levou mesmo nos Estados Unidos?

É claro que deixei muita, mas muita coisa de lado, pois meu espaço aqui é pequeno para a imensidão do Brasil. Para quem concorda, vale a pena assistir o programa Via Brasil, na Globo News (Net) e ver como o Brasil é cheio de soluções e fatores de orgulho.

Nós temos muito que aprender e melhorar nesse País, mas com toda a certeza e patriotismo, temos muito a nos vangloriar de nossa Pátria Amada e Idolatrada.

SOBRE O AUTOR

Marcio Zeppelini. Diretor executivo da Zeppelini Editorial e editor da Revista Filantropia.
@marcio@zeppelini.com.br

Centro incentiva o trabalho voluntário



ÁREAS DE ATUAÇÃO

Saúde

Cuidados e educação para a saúde física e mental, campanhas preventivas, prestação de primeiros socorros, grupos de auto-ajuda, hospitais, atendimento odontológico, médico e psicológico.

Educação

Oportunidades de educação formal e informal para crianças, jovens, adultos e idosos. Programas de socialização, recreação, alfabetização, reforço escolar e capacitação profissional.

Assistência Social

Atividades que resgatam a auto-estima visando a promoção humana e suprimindo as necessidades básicas de crianças, idosos, população carente, excluídos, portadores de necessidades especiais, pessoas em situação de risco e vítimas da violência.

Ecologia

Iniciativas que visam a melhoria da qualidade de vida da população em geral. Atividades de reciclagem, reflorestamento, educação ambiental, cuidados e preservação de animais.

Cultura e Esportes

Promoção e apoio à produção artística e cultural, apoio à criação e expansão de acervos de museus, bibliotecas e centros culturais. Atividades e educação artística, esportivas e recreativas.

Cidadania

Programas de desenvolvimento comunitário, incentivo à participação social e ao voluntariado. Defesa de direitos gerais, difusos e das minorias, campanhas e programas de valorização da vida, direitos do consumidor, promoção de valores éticos. Grupos ou brigadas e resgate ou salvamento, combate à criminalidade e incentivo à segurança da comunidade.

O Centro Voluntariado de São Paulo (CVSP) é uma organização da sociedade civil, sem fins lucrativos e sem qualquer vínculo político ou religioso. Foi fundada em maio de 1997, com o objetivo de incentivar e divulgar o trabalho voluntário na cidade de São Paulo.

A entidade faz parte do Programa Voluntários do Conselho de Comunidade Solidária, que reúne os diversos Centros de Voluntariado do Brasil. Seu trabalho é direcionado à Educação para a Cidadania. Para poder melhor realizá-lo, a estrutura da entidade é integrada por uma diretoria e por uma equipe técnica, além - é claro - de uma grande equipe de voluntários.

Esse grande desafio é compartilhado com diversas pessoas e organizações que oferecem apoio e parcerias, convencidos da necessidade de articulação das diversas iniciativas de trabalho voluntário.

Ponte

O Centro de Voluntariado de São Paulo atua como uma verdadeira ponte entre aqueles que querem ajudar e aqueles que precisam de ajuda. Por meio de um banco de dados com cadastro de voluntários e de organizações sociais, o CVSP faz o encaminhamento dos voluntários.

O Centro também capacita voluntários e organizações sociais com a publicação de material técnico e da promoção de palestras, seminários e encontros tanto para voluntários como para dirigentes e coordenadores de voluntários das organizações. Além disso, elabora projetos e incentiva o trabalho voluntário em setores específicos, como o voluntariado corporativo (em empresas) e voluntariado jovem em colégios e universidades.

É possível integrar um desses programas. Basta escolher a área de atuação de interesse e se cadastrar no Centro de Voluntariado de São Paulo. 



Equipe do Centro de Voluntariado

PROJETO PENSAMENTO POSITIVO RECRUTA VOLUNTÁRIOS PARA JOGAR RUMMIKUB COM PACIENTES

O trabalho voluntário em hospitais costuma ser voltado para crianças e idosos. Porém, qualquer adulto internado, independentemente do motivo, pode sofrer de solidão, tédio e depressão, dificultando ou até impedindo um bom resultado do tratamento.

Para preencher essa lacuna, foi criado o projeto Pensamento Positivo, implantado pela primeira vez em 1999 no Hospital 9 de Julho, pela psicoterapeuta Eva Strum. Trata-se de uma terapia lúdica que visa a melhorar a qualidade de vida dos internados, por meio da ação de uma equipe de voluntários, que convida os pacientes para brincarem com o rummikub, um jogo israelense que distrai e ao mesmo tempo estimula.

Em 2001, os hospitais Brigadeiro e Evaldo Foz adotaram o projeto, que fechou o ano somando mais de 600 atendimentos. Para a direção da empresa, a filosofia do projeto condiz com a sua preocupação em relação à qualidade de vida dos pacientes, já que muito se fala em relação à humanização do atendimento médico, mas poucos projetos são efetivamente desenvolvidos.

Resultados

Recebem o tratamento pacientes indicados pelos próprios hospitais. Segundo a psicoterapeuta, o trabalho é gratificante e os resultados imediatos. "Durante o tempo em que brinca, o paciente esquece a dor e o sofrimento, permitindo que o tratamento tenha melhores resultados", relata ela. Diversas pesquisas indicam que o estado de ânimo efetivamente interfere na evolução do paciente.

Eva Strum teve a idéia para criar o Pensamento Positivo há seis anos, quando seu pai sofreu uma cirurgia cardíaca e ficou bastante abatido. Para ajudar a levantar seu astral, a especialista resolveu levar jogos para o hospital para brincar com seu pai, conseguindo resultados excelentes no tratamento dele.

Como participar

Em 2002, quatro hospitais de São Paulo também adotaram o programa Pensamento Positivo, que está recrutando novos voluntários.

Os voluntários passam por uma triagem e realizam a abordagem aos pacientes com a supervisão da terapeuta.

Hospitais participantes (São Paulo)

Hospital Bandeirantes
Hospital Brigadeiro
Hospital Cruz Azul
Hospital Evaldo Foz
Hospital Metropolitano
Hospital Nove de Julho
Hospital Sepaco

Informações

(11) 3667-7685

pensamentopositivo2002@ieg.com.br

www.pensamentopositivo2002.hpg.ig.com.br

Informações

Avenida Paulista, 1.313, sala 430, São Paulo/SP.

(11) 3284-7171, 3282-5150 e 3266-5477.

www.voluntariado.org.br

Gotas que fazem to

As cinco unidades do Gotas de Flor com Amor são mantidas com uma estratégia de captação de recursos que contempla ações diversificadas, evitando a dependência de uma única fonte

Zona Sul de São Paulo, bairro do Brooklin. Endereço da organização social visitada pela equipe do Canto Cidadão. O nome do bairro é importado, mas a desigualdade social latente é bem brasileira. De um lado da avenida, três grandes favelas, becos e cortiços representando a porção excluída da sociedade brasileira. De outro lado, a uma distância menor do que 200 metros, casas de grande porte, explicitam o cenário incongruente da composição social.

Mas como este espaço se propõe a apresentar soluções socioeducativas para minimizar o quadro exposto, focamo-nos em uma das grandes casas da região, oásis de esperança que vem interagindo de forma construtiva com a comunidade, em uma relação baseada principalmente em respeito e comprometimento. Estamos nos referindo ao Programa Social Gotas de Flor com Amor.

Ao chegar à sede da organização, que possui também outras quatro unidades na região, percebemos imediatamente dois importantes ingredientes na obtenção dos objetivos sociais da entidade: a organização e o profissionalismo. Fomos recebidos pelo profissional de Comunicação, cujo envolvimento na causa

nos propiciou uma excursão muito elucidativa pelos “departamentos” e iniciativas da organização.

O público-alvo atendido é formado por crianças e jovens entre 7 e 17 anos, filhos da exclusão social das favelas já citadas. Regularmente, de segunda a sexta-feira, divididos em dois períodos (manhã e tarde), 128 garotos e garotas freqüentam e desenvolvem inúmeras atividades. Quem vai à escola pela manhã, almoça e lancha na organização. Já quem estuda à tarde, toma café da manhã e almoça no Gotas de Flor com Amor. Combustível muito bem-vindo para o composto de atividades.

Nos finais de semana, o número de freqüentadores aumenta bastante, chegando a 275 crianças e jovens, com a participação dos irmãos dos atendidos nas atividades. E quanta atividade! Mas antes de apresentarmos a programação que preenche o tempo da turma, vale lembrar que a organização faz um acompanhamento constante da vida escolar dos seus atendidos, interagindo com as escolas na busca da melhoria do desempenho.

O Gotas de Flor com Amor também valoriza muito o diálogo e a participação dos familiares dos atendidos. São reuniões freqüentes, dentro da organização e na comunidade, dando voz aos anseios sociais e solidificando a condição de agentes multiplicadores e transformadores de seus atendidos. O investimento na parceria com a comunidade, fator indispensável para a efetiva continuação do trabalho, se dá, inclusive, por intermédio de pesquisas, realizadas na casa dos atendidos, em parceria com alunos integrantes da PUC Jr. De posse desses dados, a organização consegue conhecer melhor o ambiente e as características de vida dos seus atendidos, obtendo elementos para fazer a diferença em suas vidas.

A primeira atividade que conhecemos foi a sala de arte, onde jovens de 11 a 13 anos tinham acabado de assistir a um episódio da série



DIVULGAÇÃO

Por
FELIPE MELLO E ROBERTO RAVAGNANI

da a diferença

"Cidade dos Homens", exibido há alguns dias pela Rede Globo. Após a exibição, a monitora promovia uma troca de idéias e sentimentos entre a garotada. Era nítida a vontade de opinar e participar - bases da democracia - daqueles jovens. A próxima etapa da excursão conduziu-nos ao restaurante, limpo e organizado, onde mães de atendidos, contratadas pela entidade, preparavam o lanche da tarde.

Subindo uma escada, encontramos mais dois espaços de transformações indiscutíveis. Em uma delas, um monitor orientava um grupo entre 14 e 17 anos no exercício da Informática, inclusive com técnicas de apresentação para o mercado de trabalho. Esse laboratório é uma parceria com o Centro de Democratização da Informática (CDI). Na outra sala, um grupo que acabara de ter aulas de Francês, ministradas por uma professora voluntária, começaria a trabalhar na oficina de Comunicação, atividade que renderá como fruto inicial um periódico com tiragem de três mil exemplares, a serem distribuídos dentro da comunidade carente do entorno, expondo problemas e apresentando soluções.

Continuamos nossa visita e conhecemos um outro laboratório de Informática, formado por equipamentos de última geração. A doação foi conquistada graças à apresentação de um projeto de auto-sustentação depois do apoio inicial. Após o primeiro ano, os aprendizes de Web design ficam responsáveis pela manutenção do espaço, prestando serviços de criação de home pages ao mercado, por exemplo. Evidência de consciência administrativa e forte indicador de sucesso a longo prazo.

Além da sede própria, conquistada pelo apoio do Instituto C&A, Instituto Credicard e mais dois colaboradores particulares, a organização é formada por outras quatro unidades. Uma delas desenvolve atividades com as mães dos atendidos. Em uma outra, está sendo concluída, com patrocínio da Nike, uma quadra

de esportes. Outra abriga oficinas profissionalizantes, com cursos de seringaria, papel reciclado e pintura em seda, entre outros certificados pelo Senai, enquanto a outra unidade é um abrigo conveniado com a prefeitura.

As cinco unidades do Gotas de Flor com Amor são mantidas com uma estratégia de captação de recursos que contempla ações diversificadas, evitando a dependência de uma única fonte. Os recursos chegam pelo apadrinhamento dos atendidos, por bazares realizados em parceria com o Instituto C&A, que doa peças de ponta-de-estoque, além de parcerias com empresas e instituições, como a Dedalus e a Bovespa e com campanhas específicas.

Vale lembrar que tudo começou em 1992, quando uma terapeuta floral iniciou uma atividade voluntária com crianças que vendiam doces nos faróis da cidade de São Paulo. Percebendo a chance de devolver a possibilidade de sonhar e recuperar a auto-estima, começou-se um trabalho de aplicação de doses diárias de gotinhas de florais e muito amor. Por consequência dos resultados obtidos, o trabalho se estendeu às famílias, escolas e comunidades dos jovens atendidos.

Em 1993, as atividades foram institucionalizadas e o Programa Social Gotas de Flor com Amor se tornou uma ONG sem fins lucrativos. Hoje, 18 terapeutas florais e uma dentista também fazem o acompanhamento dos atendidos, auxiliando na harmonia entre o corpo e a mente.

Para encerrar nossa visita, buscamos conhecer melhor os ingredientes da fórmula da entidade. A resposta: uma confirmação muito determinada daquilo que presenciamos dentro da organização, permeando funcionários, voluntários e atendidos. A organização, o profissionalismo e o respeito aos públicos interno e externo, aliados ao respeito à vida humana, vêm fazendo toda a diferença para quem passa pelo Gotas de Flor com Amor. 

ATIVIDADES OFERECIDAS PELA ENTIDADE

Dos 7 a 13 anos

Acompanhamento escolar, artesanato, aikidô, capoeira, coral, futebol, dança de salão, Espanhol, Francês, Inglês, jardinagem, meio ambiente, Desenhando com o Lado Direito do Cérebro, xadrez e valores humanas.

Dos 14 a 17 anos

Serigrafia, reciclagem de papel, Informática, pintura em seda, hot stamp, estágios em empresas parceiras, técnicas de mercado de trabalho.

Atendimento médico tradicional e alternativo, dentário e psicológico.

Os números da ONG

145 voluntários

1.800 pessoas atendidas, entre crianças, adolescentes e familiares.



DIVULGAÇÃO

SOBRE O AUTOR

Felipe Mello e Roberto Ravagnani. Radialistas e diretores do Canto Cidadão, organização social sem fins lucrativos que produz e democratiza informações sobre o Terceiro Setor.

APOIO



www.cantocidadao.com.br



www.gotasdeflor.org.br

EDUCACIONAL



Lacy Barca, gerente de projetos sociais da Rede Globo

“Não podemos achar que tudo é função do Estado e esperar que o governo faça tudo... É uma responsabilidade da sociedade como um todo”

Amigos da Escola

Todos pela Educação

Por

FRANCINE MENDONÇA

A comemoração dos 500 anos de Descobrimento do Brasil não motivou apenas a criação de novos programas na Rede Globo. Nessa ocasião, a empresa elegeu a educação como foco de seus investimentos sociais e promoveu uma série de seminários para debater o tema como alternativa de desenvolver o País. Participaram grandes educadores e também o Instituto Ayrton Senna. Dessas discussões, surgiu, em agosto de 1999, o Amigos da Escola.

Com o objetivo de orientar os estabelecimentos de ensino público, tanto municipais quanto estaduais, a partir do recebimento de um material didático, o Amigos da Escola nasceu ainda com a proposta de ensinar voluntários sobre como poderiam influenciar positivamente o desempenho dos alunos e sobre como mobilizar a sociedade para trabalhar nas escolas pela melhoria da educação.

O projeto foi desenvolvido em parceria com o Comunidade Solidária para fortalecer as ações que as escolas já vinham desenvolvendo ou para ajudá-las a iniciar novas ações com a participação comunitária. Pouco antes de seu lançamento, o Amigos da Escola recebeu o endosso das secretarias municipais e estaduais de Educação no sentido de incentivar as escolas a se inscreverem no então recém-criado programa.

Inicialmente, 60 mil escolas, que constavam do cadastro de colégios com associações de Pais e Mestres do MEC, foram convidadas por carta a integrarem o programa e a preencherem uma ficha cadastral. Em 2000, 20 mil escolas já haviam se cadastrado. “Atualmente, são 27 mil escolas participantes, mas o cadastramento continua e recebemos umas 50 inscrições por semana,” conta Lacy Barca, gerente de Projetos Sociais da Rede Globo.

Ao todo, hoje são beneficiados pelo programa 17 milhões de alunos. A empresa não tem uma estimativa de quantos voluntários participam porque a gestão deles é tarefa das próprias escolas e o registro dessa participação é sazonal e flutuante. “Voluntários vêm e vão o tempo todo, é a natureza do trabalho voluntário”, explica a gerente da Rede Globo.

Na teoria e na prática

Depois de efetuarem seu cadastramento no programa, as escolas recebem, em nome do diretor, publicações didáticas explicando passo-a-passo sobre o que devem fazer para oferecerem uma boa escola com o apoio da comunidade.

O volume “Voluntários e Parceiros”, por exemplo, explica o projeto, quais são as características do trabalho voluntário e como a participação da comunidade pode contribuir para a melhoria da escola, ensinando ainda como estabelecer parcerias, quem pode participar e como fazer a comunidade participar. Já o “Gestão Escolar” indica ações para ajudar a atender integralmente o aluno, evitar a evasão escolar e sobre como incentivar a criação de grêmios e grupos de cooperação com a escola.

O “Reforço Escolar” trata sobre acompanhamento de alunos por pais, professores, profissionais liberais ou alunos mais velhos, enquanto o “Estímulo à Leitura” dá exemplos de atividades de formação de leitores e criação de bibliotecas não só para os alunos, mas para a comunidade de uma forma geral. O “Artes e Esportes” indica como desenvolver a criatividade, a auto-estima, habilidades individuais, valores, fortalecer posturas cidadãs e a identidade cultural, valorizando a cultura.

Por sua vez, o volume “Com Vocês, as Artes” discorre sobre a arte da palavra e explica o porquê o Português é um patrimônio nacional. O “Saúde e Qualidade de Vida” orienta sobre como prevenir problemas de saúde, ensinando também as escolas a criarem e desenvolverem atividades relacionadas ao meio ambiente. Por último, o “Instalações e Equipamentos” explica como tornar o ambiente escolar propício ao aprendizado.

Centro de referência

Após essa “catequização”, as boas notícias foram chegando e as 113 emissoras da Rede Globo divulgam as melhores e convocam os voluntários por matérias. As listas das escolas participantes estão na Internet e em todos os correios do País. Paralelamente, as emissoras em todo o Brasil articularam em suas comunidades a criação de 89 núcleos locais. Eles acompanham 750 escolas, instituições, parceiros e voluntários e desenvolvem ações permanentes envolvendo voluntários e parceiros e garantindo a sustentabilidade do projeto em todo o País.

“Tudo é direcionado para que a escola volte a ser um centro de referência para a comunidade, para que preste um serviço muito maior do que a educação propriamente dita, com exemplos transmitidos de pais para filhos e com a efetiva participação dos alunos e moradores da região”, explica Lacy. Um

INCENTIVO AO APRENDIZADO

A TV Globo, a Fiocruz (Fundação Oswaldo Cruz) e várias instituições parceiras do Amigos da Escola realizaram o Dia Temático de Saúde e Qualidade de Vida, em outubro. Durante esse dia, alunos de escolas cadastradas no Amigos da Escola do Rio de Janeiro (RJ), São Paulo (SP), Manaus (AM), Belém (PA), Recife (PE) e Porto Alegre (RS) visitaram museus e exposições, assistiram a palestras e fizeram atividades de estímulo à discussão de temas sobre saúde e qualidade de vida.

No Rio, estudantes de dez escolas foram visitar a Fiocruz, viram a simulação da fabricação das vacinas e conheceram a oficina de dengue. Em São Paulo, os alunos visitaram o Instituto Butantã, enquanto, em Porto Alegre foram ao Museu de Ciência e Tecnologia da PUC. Já em Manaus, a visita foi ao Centro de Pesquisas Leônidas e Maria Deane e, em Recife, ao Centro de Pesquisa Aggeu Magalhães, ambos da Fiocruz. Por sua vez, os alunos de Belém conheceram o Museu Paraense Emílio Goeldi.

grande reconhecimento foi a adoção do projeto como programa corporativo de voluntariado de companhias como a Açominas, a administradora de condomínios Apsa e a Petrobras.

Mas as atividades do Amigos da Escola não terminam por aí. O programa também orienta as escolas a proporcionarem espaços e recursos para seus voluntários, dá dicas práticas sobre como elas podem avaliar suas ações, sobre como registrarem suas experiências e sobre como devem dividir as tarefas, além de divulgar a Lei do Voluntariado. "É uma rede permanente", diz a gerente de Projetos Sociais da Rede Globo.

Participação

Lacy conta que alguns pais se uniram à escola para obterem a doação de tintas e que conseguiram tantas latas, que cada sala ganhou uma cor diferente. Em Brasília, o movimento escoteiro promoveu um acampamento educativo de quatro dias para 200 crianças das escolas do Distrito Federal. Em Minas Gerais, foi organizado um coral. No Paraná, a paixão pelo futebol uniu alunos e moradores na criação de uma escolinha do esporte, com direito a medalhas e uniformes. Em Sergipe, peças de teatro produzidas por familiares dos alunos foram apresentadas para estimular a comunidade a ser voluntária.

No Rio de Janeiro, trabalhou-se a segurança no trânsito para alunos e comunidade. Em Salvador, dentistas, enfermeiros, assistentes sociais e médicos atendem e orientam voluntariamente pais e alunos, que têm ainda aulas de cabeleireiro, futebol, capoeira, caratê, dança, pintura, reforço escolar e Inglês. São bons exemplos as escolas Doutor Luiz Pinto de Almeida, Francisco Estroparo, General Freitas Brandão, Escola Santa Maria Goretti e Célia Mata Pires. Santa Catarina e a Bahia adotaram o projeto como programa de governo da rede estadual de Educação e todas as escolas dos estados participam com orientação da Secretaria de Educação.



O jogador Montanaro participou da 1ª clínica de vôlei na Escola Estadual Eusébio de Paula Marcondes, em Interlagos/SP

Um resultado e tanto

O Amigos da Escola foi convidado pela United Nations Volunteers da ONU para transferir a metodologia e adaptá-la na Namíbia, na África, um dos países mais pobres do mundo, com alto índice de contaminação de Aids e sistema educacional ineficiente. A idéia é elevar o índice de desenvolvimento humano (IDH), com foco na educação e no voluntariado. A Rede Globo vai capacitar voluntários, articular com o Ministério da Educação do país, traduzir o material didático e trabalhar a divulgação na mídia mais popular de lá, que é o rádio.

Dias temáticos

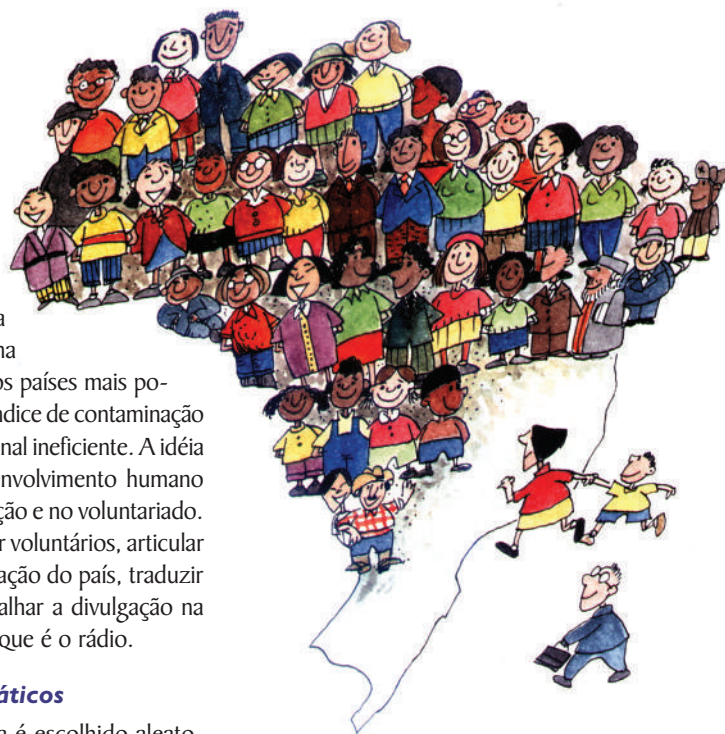
Volta e meia, um dia é escolhido aleatoriamente para trabalhar e discutir temas como esportes, saúde ou informática. No Rio, a doação de 100 computadores foi o ponto de partida para montar dez núcleos de Informática em dez escolas de dez estados, abertos aos alunos e à comunidade.

Outro dia temático foi o do esporte, no qual foram desenvolvidos torneios esportivos em 16 cidades, com presença de atletas famosos e com a divulgação de flashes ao vivo na programação das emissoras da Rede. Já o incentivo à leitura foi promovido como dia temático em dez cidades, com presença de globais como Ana Maria Braga, que fez oficina de leitura, e do grupo humorístico Casseta & Planeta, que reformou e organizou uma biblioteca multiuso com livros, TV, vídeo e sempre vai até lá ler para a garotada, que já conhece os humoristas.

Projeto de sucesso?

Lacy acredita que o projeto ainda está começando e não pode ser considerado um sucesso porque ainda é cedo para avaliar. A expectativa é a de que essa boa experiência tenha continuidade e traga resultados para cada escola, sem cair no esquecimento. "O voluntariado ainda está engatinhando no Brasil, é muito praticado no mundo todo, mas aqui sempre foi ligado às instituições religiosas e só tem sucesso há anos na Pastoral da Criança. Fora do contexto religioso, tudo ainda é novo, tem três anos e pouco de divulgação e maior interesse e olhe lá".

Para despertar o interesse das pessoas para o voluntariado, o Amigos da Escola, em conjunto com o Comunitas, patrocinou o Portal do Voluntariado em 2001, instituído pela ONU como o Ano Internacional do Voluntário. Apesar de todas as ações desenvolvidas pelo programa, Lacy afirma ainda não estar satis-



feita. Para ela, o desafio continua: fazer com que a escola volte a ser um centro cultural de referência para a comunidade.

"Estudei toda minha vida em escolas públicas, mas hoje em dia não colocamos nossos filhos nelas porque o ambiente é horrível e a formação não é mais a mesma. Me sinto obrigada a melhorar a escola pública para quem não pode pagar uma escola melhor para os filhos", afirma, categórica. 

PARCERIA FORTALECE O PROJETO

No mês das crianças, o projeto Amigos da Escola recebeu 4.500 pares de tênis. Eles foram doados pela Dal Ponte, uma das maiores empresas de material esportivo da América Latina e patrocinadora da Seleção Brasileira de Futsal. Os tênis foram encaminhados para as escolas do núcleo de São Paulo do Amigos da Escola. A cerimônia de entrega foi realizada na Escola Estadual Rodrigues Alves, que fica na avenida Paulista, na Capital paulista.

Durante o evento, crianças e adolescentes de várias escolas credenciadas no projeto participaram de atividades esportivas.

A doação é resultado da parceria, firmada em junho deste ano, entre o projeto Amigos da Escola e a empresa Dal Ponte, com apoio da Osklen. A cada dois pares vendidos do modelo desenvolvido para a campanha, a Dal Ponte doou um para os alunos das escolas participantes do projeto.

Um parque de cidade

Localizar o Parque da Água Branca não é tarefa difícil. Esse espaço de natureza fica em uma região permeada de prédios, empresas e residências da Zona Oeste de São Paulo, bem próximo à região central da maior metrópole da América Latina.

Um pouco de história

Esse espaço já foi palco, no início do século 20, da Escola Prática de Pomologia e Agricultura, que tinha como missão ensinar a teoria e a prática dos processos científicos no cultivo de árvores frutíferas e legumes. Essa escola teve vida breve, sendo desativada no início de 1911. Porém, o espaço continuava lá, óbvia opção de lazer e contato com a natureza para os cidadãos paulistanos.

Durante muito tempo, após a desativação da escola, o parque foi utilizado como um viveiro de plantas da prefeitura, dividindo espaço com outras benfeitorias: armazéns, depósitos, estábulos, sobrado para moradia e até mesmo água canalizada, proveniente de fontes próprias. Um grande recurso público praticamente abandonado e ocioso.

A reação organizada da sociedade civil tardou, mas enfim chegou. Indignados com a degradante situação do parque - sujeira, assaltos e abandono -, um grupo de frequentadores formou, em 1981, a Associação de Ambientalistas e Amigos do Parque da Água Branca, a Assamapab, hoje legalmente apresentada como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip).

As batalhas pela consolidação do Água Branca como um dos mais importantes pólos de lazer, cultura e interação com a natureza dos paulistanos foram árduas, mas premiadas com conquistas. Uma delas, certamente muito impor-

tante, foi alcançada em 25 de março de 1983, com o início do processo de tombamento do parque, que acabou consolidado no dia 3 de junho de 1996.

Essa conquista foi fundamental para a preservação da área verde, com a manutenção de suas características. O tombamento coincidiu com a implantação do Projeto de Revitalização, iniciado em 1995, sob a coordenação da paisagista Bárbara Uccello. A equipe, totalmente



voluntária, foi formada por agrônomos, botânicos, arquitetos, veterinários e especialistas de várias áreas, que assumiram o desafio de executar obras de melhoria em vários setores, desde saneamento até mapeamento botânico.

Preocupação com a ecologia

Ao conhecer a sede da organização, uma pequena casa de madeira encravada no meio do parque, percebe-se a preocupação responsável com a ecologia, com ações que extrapolam os limites do parque, objetivando a formação de amantes da natureza, potenciais multiplicadores da importância do respeito ao meio ambiente. Para tanto, a associação mantém uma série de atividades, alicerçadas no trabalho voluntário: 15 fixos e dezenas incorporados às atividades esporádicas.

A viabilidade financeira é alcançada com ajuda de fontes variadas, medida prudente e necessária para atingir, sem sustos constantes, os objetivos sociais. Os recursos, portanto, vêm da contribuição de aproximadamente 400 sócios e da prestação de serviços de consultoria ambiental à empresas e prefeituras,



além do desenvolvimento de parcerias estáveis envolvendo as necessidades e potencialidades do parque e seus frequentadores.

Para ilustrar a estratégia de parcerias da Assamapab, faz-se necessário apresentar algumas de suas iniciativas. Fica claro que o conceito de parcerias sinérgicas chegou e ficou nesta organização, tornando possível a superação de obstáculos e o alcance de metas estipuladas.

Os grupos de trabalhos ou GTs, como são denominados, são divididos em iniciativas pontuais, mas relacionadas entre si. O Centro de Referência Ambiental, por exemplo, tem como atividades receber escolas do município - aproximadamente 180 alunos por semana - para visitas temáticas, nas quais são abordadas questões relacionadas à coleta seletiva de lixo, importância e valorização da água e história do parque, entre outros temas.

Além da educação com as visitas, o Centro de Referência tem uma parceria com o Capacitação Solidária, que possibilita a formação de jovens na função de monitores ambientais. O resultado dessa ação? Em dezembro de 2002 serão formados os primeiros 30 jovens monitores, após cinco meses de curso gratuito. A estratégia para evitar a evasão mistura qualidade no ensino à concessão de bolsas-auxílio, alimentação e vale-transporte. A grade curricular é composta por matérias específicas sobre ecologia, além de oportunas aulas de cidadania. Após a formatura, os jovens são encaminhados para empresas e outros parques da cidade.

Um outro grupo de trabalho, considerado o mais importante da organização, é o relacio-

NÚMEROS DA ASSOCIAÇÃO E DO PARQUE

- 91 toneladas - Quantidade de material reciclável coletado em 2002
- 120 mil - Número mensal de visitantes
- 180 por semana - Número de estudantes visitantes
- 30 por semestre - Número de jovens monitores formados

nia

Por
FELIPE MELLO E ROBERTO RAVAGNANI

nado à defesa da área verde do parque. Os voluntários dessa iniciativa, grande parte formada por profissionais ligados às questões do meio ambiente, acompanham as árvores do parque, bem como seu desenvolvimento ou problemas que possam apresentar. Esse trabalho garante a preservação das espécies presentes, mantendo as suas características nativas e possibilitando o estudo aprofundado.

Lixo rentável

Outra iniciativa incansável pela conservação do local é o trabalho de Coleta Seletiva, atividade social especialmente bem-sucedida. No último ano, foram 91 toneladas coletadas e R\$ 12.091,85 arrecadados, verba inteiramente revertida para a equipe de coleta, responsável pela separação e preparo desse material para comercialização. Esse grupo é formado por quatro ex-desempregados selecionados pela associação, que hoje resgataram minimamente sua cidadania e sobrevivem desta atividade.

Vale ressaltar a efetividade dessa ação, que convida o cidadão a praticar a coleta seletiva e a posterior entrega no parque, além de garantir o sustento honesto de trabalhadores anteriormente excluídos. Ação nas duas pontas: garantia de sustentação e continuidade.

Os demais grupos de trabalho ficam responsáveis por iniciativas como a Posse Responsável, que realiza trimestralmente uma feira, na qual os frequentadores do parque são convidados a adotar filhotes de animais de estimação que foram abandonados pelas ruas da cidade. Já o grupo de Pássaros Livres possui uma parceria com o Centro de Estudos Ornitológicos da USP, proporcionando um espaço onde voluntários podem alimentar as aves, além de observarem seu comportamento e movimentos migratórios.

A Assamapab valoriza e investe na comunicação com os visitantes do parque, estimulando o sentimento de propriedade coletiva e interação. O jornal da associação, com tiragem de dez mil exemplares, divulga informações relacionadas às atividades do parque, além de realizar entrevistas com especialistas em questões ambientais.

A interação é proporcionada pelo grupo de atendimento aos frequentadores, que mantém

DIVULGAÇÃO



regularmente aulas abertas e gratuitas, ministradas por voluntários, com mais de 50 participantes em cada atividade. Entre outras, relacionamos: Tai-chi-chuan, Dança do Dragão, logoterapia, Lian Gong, Exercício e Coração, Danças Circulares Sagradas, Ginástica Harmônica, Oficinas de Arte-Ecologia para Terceira Idade.

As iniciativas da Assamapab e seus resultados são provas de que a união de pessoas com objetivos comuns, visando o bem-estar da coletividade e administrando com profissionalismo o espaço público, podem mudar o destino de um presente da natureza. Felizmente a história dá voltas e hoje o Parque da Água Branca, elevado à condição de referência para a população paulistana, recebe aproximadamente 120 mil visitantes por mês. ☺

SOBRE O AUTOR

Felipe Mello e Roberto Ravagnani. Radialistas e diretores do Canto Cidadão, organização social sem fins lucrativos que produz e democratiza informações sobre o Terceiro Setor.



Informações

Av. Francisco Matarazzo 455
Caixa Postal nº 61.134 - CEP 05001-970
(011) 3675-7436
contatos@assamapab.org.br
www.assamapab.org.br

AUDITUS

Consultoria &
Auditoria Independente

Serviços Prestados

- ✓ Auditoria Contábil
- ✓ Consultorias
- ✓ Implantação e Supervisão de Sistema de Controles Internos
- ✓ Levantamento e Controle de Bens do Ativo Imobilizado
- ✓ Reavaliação de Ativos
- ✓ Acompanhamento e parecer sobre Fusões, Incorporações e Cisões/Desmembramentos
- ✓ Perícias (MPAS, CNAS, Ministério da Justiça)
- ✓ Planejamento Estratégico
- ✓ Cursos e Treinamentos
- ✓ Desenvolvimento do BALANÇO SOCIAL



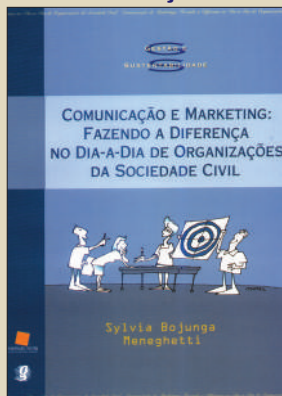
Principais Executivos e Responsáveis Técnicos

- Ricardo Monello
- Carmo Antônio Marino
- Alexandre Moreira de Sousa

www.
auditus
.com.br

Fone
(11) **3661-9933**

Comunicação e Marketing: fazendo diferença no dia-a-dia de organizações da sociedade civil



A formulação de uma política de Comunicação e Marketing tem por objetivo posicionar a instituição, planejar e orientar ações para o estabelecimento de trocas produtivas com o entorno social. Todo plano de Comunicação e marketing deve definir, portanto, as estratégias e canais para uma comunicação eficiente. Um dos pressupostos desse trabalho é que os objetivos de Comunicação e Marketing devem ser traçados sob o guarda-chuva do planejamento global; para a autora, é impossível desenvolver um trabalho bem feito e duradouro de Comunicação e marketing sem que se tenha um posicionamento institucional claro e um bom planejamento estratégico. A partir dessa perspectiva, são apresentadas uma série de informações, orientações práticas e conceitos visando a oferecer aos profissionais do Terceiro Setor ferramentas para a formulação de planos que viabilizem a comunicação eficaz, o envolvimento e a mobilização dos seus diversos públicos.



(11) 3081-0894/telefax: (11) 3085-5732

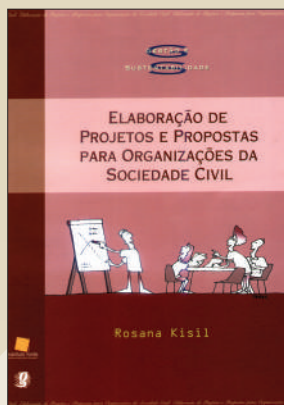
www.fonte.org.br

Autor: Sylvia Bojunga Meneghetti

Preço: R\$ 18,00

Elaboração de projetos e propostas para organizações da sociedade civil

O projeto escrito é uma ferramenta de trabalho, um instrumento gerencial. A organização do projeto em um documento auxilia a todos na compreensão das etapas de trabalho e das responsabilidades pessoais. Um projeto define estratégias, procedimentos e expectativas. No caso das organizações da sociedade civil, projetos e propostas bem formulados são condição fundamental no processo de captação de recursos. Esse livro apresenta os principais conceitos e técnicas envolvidos na elaboração de projetos e propostas e as principais etapas do seu desenvolvimento. Além disso, traz orientações específicas sobre a identificação de fontes de financiamento e estratégias para captação de recursos tendo como foco os projetos e propostas da instituição.



(11) 3081-0894 / telefax: (11) 3085-5732

www.fonte.org.br

Autor: Rosana Kisil - Preço: R\$ 17,00

Curso de Publicidade para o Terceiro Setor

O Centro Nacional de Estudos e Projetos (CNEP) e as Faculdades Integradas Hélio Alonso (Facha) oferecem o Curso de Publicidade para o Terceiro Setor, para orientar o uso da Publicidade como meio de solidificar a imagem para captação de recursos. O conteúdo destina-se a dirigentes e profissionais de instituições do Primeiro, Segundo e Terceiro Setores, estudantes e interessados nos assuntos relativos à Publicidade, Propaganda e Marketing Social. O curso acontece no dia 30 de novembro, das 9 às 18 horas.



Facha - R. da Matriz, 49 - Botafogo, Rio de Janeiro

(21) 2223-0290

www.cnep.org.br

Manual de Responsabilidade Social

A Singulares e Federações de todo o País receberam o Manual de Responsabilidade Social Unimed. Peça fundamental do Programa Nacional de Responsabilidade Social, a publicação tem por objetivo disseminar os mais modernos conceitos de intervenção social por meio de ações eticamente corretas. Produzido inteiramente em papel reciclado, o Manual apresenta passo-a-passo, os caminhos para a prática da Responsabilidade Social. A proposta é que o Manual norteie e organize a ação de cada uma das 364 cooperativas do Sistema. O Manual de Responsabilidade Social servirá como importante ferramenta para que as cooperativas possam desenvolver seus projetos de forma eficiente e correta.



(48) 216-8162 ou (11) 3265-9747

responsabilidadesocial@cfu.unimed.com.br

Guia de Gestão

A Fundação Abrinq e o Senac-SP lançaram em setembro um Guia de Gestão. A publicação tem uma linguagem acessível e exemplos de como aplicar práticas de gestão na área social.



Autor: Abrinq e Senac-SP

Editora: Senac-SP



Seminário debate redes, movimentos e participação social

O seminário Gestão Democrática das Cidades: Metodologias de Participação, Redes e Movimentos Sociais acontece em Porto Alegre (RS), de 21 a 23 de novembro, com os objetivos de sistematizar metodologias, descobrir experiências metodológicas e práticas sociais e governamentais orientadas à gestão participativa das decisões; ensaiar a combinação articulada de metodologias com a finalidade de novas aplicações de impacto para um desenvolvimento social integral e sustentável e preparar uma publicação que reúna essa sistematização e combinação articulada de metodologias.



cidadeviva@globo.com

riocidadao@bol.com.br

A solidariedade é a notícia

Em atividade desde novembro de 2001, o portal solidário De Peito Aberto, busca a divulgação da solidariedade em todas as suas formas, bem como a ampliação da cultura solidária em nossa sociedade. E, com esse objetivo, uma de suas propostas de trabalho é a criação e manutenção de sites gratuitos para pequenas entidades e ONGs que não tenham recursos para investir em um projeto para a internet. Com isso, espera contribuir para a propagação de idéias e ações pelo nosso País.



(11) 9679-2718

depeitoaberto@depeitoaberto.com

www.depeitoaberto.com

I Feira da Economia Solidária

De 6 a 8 de dezembro, acontece a I Feira da Economia Solidária da cidade de São Paulo, promovida pelo Fórum de Economia Solidária, da Prefeitura do Município de São Paulo/SDTS/Programa Oportunidade Solidária e de outras secretarias municipais. O evento tem por objetivo realizar a divulgação, o desenvolvimento e o fortalecimento da economia solidária em São Paulo, destacando-a como elemento fundamental da estratégia de inclusão socioeconômica e de transformações socioculturais. Estarão reunidas várias iniciativas de geração de trabalho, ocupação e renda, organizadas na cidade sob forma de cooperativas, grupos de produção, autogestão e clubes de troca e serviços, manifestações artístico-culturais e seminários.



(11) 3111-2739

feira_ecosol@hotmail.com

Playcenter abre inscrições para o Dia Especial

O Playcenter - parque símbolo de São Paulo - abre inscrições para a 29ª edição do Dia Especial, que será realizado no dia 11 de dezembro deste ano. Nesse dia, o parque funcionará exclusivamente para crianças, jovens e idosos com necessidades especiais - portadores de deficiência física ou mental, portadores do vírus HIV e crianças com câncer. A expectativa é que cinco mil crianças e jovens brinquem gratuitamente nas atrações do parque. O Playcenter iniciou, no dia 06 de novembro as inscrições para a participação no evento. As entidades devem fazer o cadastrado com o SAC (Serviço de Atendimento e Apoio ao Cliente) pelo fax (11) 3618-6214. As empresas interessadas em colaborar com a doação de alimentos ou brindes para o evento devem entrar em contato com Sueli nos telefones (11) 3618-6209/6210.



A 29ª edição do Dia Especial confirma a tradição do parque no atendimento às necessidades da comunidade, contribuindo para seu desenvolvimento e oferecendo muita diversão e entretenimento. Desde sua inauguração em 1973, o Playcenter recebeu mais de 145 mil visitantes especiais. Ao longo de sua história, o parque vem aperfeiçoando os brinquedos e as instalações para receber portadores de deficiência. A maior parte das atrações já conta com rampas, entradas exclusivas e travas de segurança para cadeira de rodas, entre outros recursos necessários para proporcionar diversão com total segurança e conforto.



(11) 3618-6209/6210

Entidades do Terceiro Setor terão guia na internet

Em iniciativa inédita, a Fundação Mario Covas, a Fundação Seade - Sistema Estadual de Análise de Dados - e o Núcleo de Estudos da População (Nepo) da Unicamp assinaram convênio para a criação do Guia do Terceiro Setor - um completo banco de dados que vai reunir informações consistentes sobre quais são, onde estão e o que fazem as entidades do Terceiro Setor no Brasil. O Guia do Terceiro Setor ficará hospedado no site da Fundação Mario Covas (www.covas.org.br) com acesso público e gratuito. Sua realização foi viabilizada por meio do convênio entre as instituições, o que possibilitará o desenvolvimento da metodologia necessária para a realização do mapeamento de todas as organizações não-governamentais e sem fins lucrativos que atuam em território nacional.



www.covas.org.br

PRÊMIO FILANTROPIA

Envie e-mail para: premio@revistafilantropia.com.br

Cadastre-se enviando e-mail com nome, endereço completo e tipo de assistência praticada e receba em breve o **regulamento de participação da premiação.**

Ao se cadastrar, será enviado gratuitamente um adesivo "Filantropia, eu pratico".



AGENDA/2002

- 2ª quinzena de novembro** II Encontro de Movimentos Sociais do Rio Grande
Local: Rio Grande, RS
Realização: O Comitê Rio Grande alien@vetorialnet.com.br
- 18 a 22/11** Curso de Marketing Social
Local: Hotel San Marco - Brasília, DF
Realização: John Snow Brasil Consultoria
Tel: (61) 328-1278 / www.socialtec.org.br
- 18 e 19/11** Seminário do Conselho Brasileiro do FSM
Local: Porto Alegre, RS
fsm2003cb@uol.com.br
- 20/11** 1º Fórum de Niterói do Terceiro Setor
Local: Auditório do Senac - Niterói, RJ
Tel: (21) 2719 - 8636 / (21) 2719 - 8757 / grandeniteroi@rj.senac.br / www.rj.senac.br
- 21 a 24/11** Fórum Social Capixaba: "Um Outro Espírito Santo é Possível"
Local: Ufes - Vitória, ES
coletivocapixaba@uol.com.br / www.fsm-es.qjb.net
- 22/11** 1º Seminário Terceiro Setor
Local: FEA/USP, São Paulo, SP
Realização: Assoc. dos Alunos e ex-alunos dos MBA's da USP CEATSIFIA
www.associacoambaup.org.br
cristina@associacoambaup.org.br
- 22/11 e 23/11** Gife - 6º módulo
Local: Fundação Roberto Marinho, Rio de Janeiro, RJ
Realização: Gife
Tel: (11) 3849-2022 R.15 / www.gife.org.br
- 23/11** Multirão Pró Pronovi
Local: Pronovi - Projeto Nova Vida
Ribeirão Pires, SP
Realização: Pronovi
4827-9109 ou 03 / pronovi@mailbr.com.br
- 24/11** 7ª Feira de Artes da Vila Mariana - Terceiro Setor, Recursos da Solidariedade
Local: Largo Senador Raul Cardoso
São Paulo, SP
Tel: (11) 5083-7517 / (11) 5083-5021
- 25 a 29/11** I Fórum Social Potiguar
Local: Potiguar, RN
Tels: (84) 964-7102, (84) 201-0242 fsm.m@bol.com.br
- 26/11/2002** Discussão sobre a Comunicação do Terceiro Setor - A Comunicação Ajudando a Construir Marcas no Terceiro Setor
Local: auditório do Senac
R. Dr. Vila Nova, 228 - São Paulo, SP
Realização: Senac - SP / Tel: (11) 6647 5151
- 26/11 a 17/12** I Fórum da Mundialização
Local: Albacete, Espanha
Realização: Caritas Diocesanas, Partido Izquierda Unida, Attac-Albacete e Trabalhadoras e Independentes jahijo2@airtel.net
- 27, 28 e 29/11** Curso Elaboração de Projetos e a Captação de Recursos
Local: Macapá, PA
Realização: Multidimensão Projetos Sociais
Tel: (71) 241-7005 / 9143-6313
acr@terra.com.br
- 28, 29, 30/11 e 01/12** Fórum Social Campinas
Tel: (19) 3871-7231
fsm2002comitecampinas@yahoo.com.br
- 4, 5 e 6/12** Curso Elaboração de Projetos e a Captação de Recursos
Local: Manaus, AM
Realização: Multidimensão Projetos Sociais
(71) 241-7005 / 9143-6313 / acr@terra.com.br
- 5 a 8/12** Natal Solidário 2002
Local: SESC - São José dos Campos
Realizadores: Prefeitura Municipal, Sindicato do Comércio Varejista, SESC, E Instituto GATIS e UNIVAP.
www.gatis.com.br institutogatis@directnet.com.br
- 06/12** II Fórum Estadual do Investimento Social
Local: Sesc - São José dos Campos
Realizadores: Prefeitura Municipal, Sindicato do Comércio Varejista, Sesc, E Instituto Gatis e Univap.
www.gatis.com.br institutogatis@directnet.com.br
- 06/12** IV Fórum Nacional de Debates: A Filantropia no Terceiro Milênio
Local: Sheraton Mofarrej Hotel - São Paulo/SP
Realização: Econômica Desenvolvimento Empresarial
Tel: (11) 3161-5286
- 6/12 e 7/12** Gife - 7º módulo
Local: Fundação Roberto Marinho
Rio de Janeiro/RJ
Realização: Gife
(Grupo de Institutos, Fundações e Empresas)
Tel: (11) 3849-2022 R.15 / www.gife.org.br
- 6 a 8/12** I Feira da Economia Solidária da Cidade de São Paulo
Local: São Paulo, SP
Tel: (11) 3111-2739 ou 3111.2298
feirecosol@hotmail.com
feira_ecosol@hotmail.com
- 07 a 09/12** Formação em Consultoria Organizacional
Realização: Criativação
Tel: 2535-1286 / criativa@criativacao.com.br
- 9/12** II Seminário de Responsabilidade Social
Local: Natal/RN
Realização: Natal Voluntários
www.natalvoluntarios.org.br
centro@natalvoluntarios.org.br
- 11/12** Seminário Preparatório para o Fórum Social Mundial 2003
Local: Vitória, ES
coletivocapixaba@uol.com.br
www.fsm-es.qjb.net
- 15/12** V Preparatória para o II Fórumzinho Social Mundial
Local: Parque da Redenção
Porto Alegre/RS
forumzinho@ig.com.br
- 17/12** O que o Marketing pode Fazer pelo desenvolvimento das Organizações do Terceiro Setor?
Local: São Paulo, SP
Realização: Senac
Tel: (11) 6647 5151

AGENDA/2003

- 2 a 7/01** Fórum Social Asiático
Local: Hyderabad, Índia
Tel: 91 11 6524323, 91 11 6524324
wsfhyd@hotmail.com. / Site: www.wsfindia.org
- 16 a 19/01** Fórum Social Pan-Amazônico
Local: Belém, PA
fspanamazonico@cibesa.com.br
www.fspanamazonico.com.br
- 18 a 28/01** Fórumzinho Social Mundial
forumzinho@ig.com.br
- 18 a 29/01** III Acampamento Intercontinental da Juventude do FSM
www.juventudefsm.org/index.php
juventudefsm@portoweb.com.br
- 19 a 22/01** Fórum Mundial de Educação
Local: Porto Alegre, RS.
organizacao@forummundialdeeducacao.com.br
www.forummundialdeeducacao.com.br
- 23 a 28/01** Fórum Social Mundial (FSM)
Local: Porto Alegre, RS
Tel: (11) 3258-4466/7110
fsm2003imprensa@uol.com.br
- fevereiro** Responsabilidade Social e Terceiro Setor
Realização: Ceats - Centro de Empreendedorismo Social e Administração em Terceiro Setor
(11) 3733-1193 e www.fea.usp.br/fia/ceats
- março** MBA em Gestão e Empreendedorismo Social
Realização: Ceats - Centro de Empreendedorismo Social e Administração em Terceiro Setor
tel: (11) 3815-7376 / www.fea.usp.br
- 21 a 24/03** Fórum Social Oceania
Local: Nelson, Nova Zelândia
Tel: 0064 (0)3 548-7284
info@oceaniasocialforum.org.nz

1 O que é Responsabilidade Social Empresarial?

É o respeito ético em face ao mundo externo com quem a empresa se relaciona, tais como funcionários, acionistas, clientes, fornecedores, governo, meio ambiente e credos, tudo visando a contribuir com o aprimoramento do desenvolvimento social do Estado, de forma sustentada, por intermédio da: (a) melhor distribuição de renda; (b) oferta direta e indireta de condições mínimas de sobrevivência, desde o emprego até educação, saúde e moradia provida de saneamento básico; (c) resgate moral e cívico dos desprovidos, por meio do combate das causas e efeitos da marginalidade; tudo focado à erradicação da pobreza. Enfim, a empresa considerada socialmente responsável é aquela que, além de perseguir o lucro, também está envolvida com questões sociais e conseqüente respeito ao próximo.

2 Como sobrevive uma entidade beneficente?

Primeiramente com doações, tanto de pessoas físicas como jurídicas. Contudo, a entidade beneficente poderá recorrer aos recursos públicos, efetuando convênios, parcerias e solicitando auxílios e subvenções aos governos municipal, estadual e federal, autarquias e sociedade de economia mista, além de linhas de crédito ao BNDES, e não pagamento de tributos, na hipótese de ser reconhecida como filantrópica pelo CNAS. Também poderá socorrer-se dos recursos advindos de organismos internacionais, tais como os do BID, Bird, Unicef e de embaixadas dos países desenvolvidos, como EUA, Inglaterra, Japão, Alemanha, Holanda e outros. As fontes mais ortodoxas também sustentam as entidades, como campanhas, bazares e sorteios.

3 A entidade beneficente pode promover sorteios de bens recebidos como doação visando à sua auto-sustentabilidade?

Sim. Entretanto, a entidade deverá atender aos seguintes requisitos: (a) deverá possuir Certificado de Fins Filantrópicos emitido pelo Conselho Nacional de Assistência Social (CNAS); (b) deverá possuir a Certificação de Utilidade Pública Federal; (c) o objetivo do recurso deverá ser para a manutenção ou custeio da obra social da entidade; (d) deverá possuir prova de que o bem sorteado é originado de doações de terceiros; (e) deverá haver um plano de sorteio. Há obrigatoriedade de formular o pedido à Secretaria de Direito Econômico, no prazo mínimo de 30 dias e no máximo de 180 dias da data do sorteio.

4 A entidade beneficente poderá ofertar algo em troca à empresa quando da captação de recursos?

Sim, ela poderá fornecer um recibo reconhecido pelos órgãos fiscais, que autorizam a empresa a deduzir o valor doado, como despesa operacional, até o limite de 2% do seu lucro operacional.

5 Toda entidade beneficente pode emitir o recibo de doação?

Sim, toda e qualquer entidade poderá emitir o recibo de doação, porém apenas aquelas que possuem a Certificação de Utilidade Pública Federal é que poderão habilitar a empresa a deduzir o valor como despesa operacional.

6 A entidade beneficente que possui filiais está obrigada a conquistar Certificação de Utilidade Pública de cada unidade se quiser ficar isenta ao pagamento de tributos?

Depende. Se as filiais estiverem radicadas no mesmo município ou estado, não há necessidade, pois quem deverá conquistar o reconhecimento é a matriz, ora mantenedora, cujos efeitos da certificação abrangerão a filial. Caso contrário, haverá necessidade do reconhecimento de cada filial, para poder ficar imune dos tributos estaduais e municipais. Quanto à Declaração de Utilidade Federal, somente a matriz poderá obter e os seus efeitos abarcarão todas as filiais.

7 Todas as atividades sociais mantidas por uma mantenedora possuem o direito acima?

Não, apenas aquelas que estão funcionando como filiais, sob a mesma inscrição no CNPJ/MF, e que possuam contabilidade única.

8 O estágio profissionalizante poderá ser eleito como vocação de uma entidade beneficente?

Sim, a Lei nº 8.742/93 (Lei Orgânica da Assistência Social) inclui como uma das vocações da ação social a promoção e integração ao mercado de trabalho, o que alberga o estágio no sentido genérico da palavra.

9 O dirigente de uma entidade filantrópica não pode ser registrado e remunerado como empregado?

Depende. As leis que regulam as entidades filantrópicas vedam distribuição de resultado a qualquer título, lucro, remuneração ou dividendos. Todavia, o dirigente poderá ser remunerado quando exercer atividade de ofício como, por exemplo, médico, dentista, advogado e outras similares, desde que não se confunda com a atividade de dirigente. Ante a maior transparência da gestão, não é recomendável a admissão de dirigente no quadro funcional, porém não há impedimento legal para tal, visto ser uma liberdade constitucional.

10 A entidade beneficente pode comercializar?

Sim, desde que não seja a atividade fim, mas a atividade meio. De forma mais clara, a atividade beneficente poderá comercializar como meio de sustentar a obra social, e não fazer da obra um comércio. Nesse caso, terá o mesmo regramento de uma empresa com fins lucrativos, porém se possuir a condição de filantrópica, poderá peregrinar pela imunidade dos impostos que incidam sobre a venda, como o ICMS.

Acontece

Ethos e Fiemg promoveram o 1º Seminário de Professores Universitários

O Instituto Ethos, em parceria com o Conselho de Cidadania Empresarial da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (Fiemg), promoveu em Belo Horizonte (MG), no último dia 18, o 1º Seminário de Professores Universitários sobre Responsabilidade Social das Empresas.

Os objetivos deste encontro foram identificar e discutir formas de atender às demandas para a responsabilidade social das organizações acadêmicas brasileiras e incentivar o ensino da cidadania e da ética nos cursos universitários. Foram discutidos, também, desafios da atividade produtiva empresarial no Brasil e que envolvem a gestão empresarial socialmente responsável.

Informações

(11) 3897-2413 ou 2414
@assessoria@ethos.org.br

TV Globo veicula chamadas para Natal Sem Fome

No dia 14 de outubro, a TV Globo começou a veicular chamadas para a campanha Natal Sem Fome, que foi lançada em São Paulo, no dia 16, com um café da manhã, na praça da Sé, no centro da cidade. No Rio, o início foi no dia 20, no Aterro do Flamengo, onde o público pôde se servir em um quilômetro de mesas montadas entre as passarelas das ruas Paissandu e Silveira Martins. Pessoas interessadas em ajudar levaram alimentos não-perecíveis, contribuindo com a campanha que há dez anos distribui cestas básicas a pessoas carentes na época do Natal. Como nos anos anteriores, haverá comitês de organização da Natal Sem Fome espalhados por todo o Brasil e as entidades responsáveis pela arrecadação e distribuição dos alimentos colocarão vários postos de coletas para que a população possa entregar gêneros alimentícios. A partir de dezembro, a campanha contará com uma linha telefônica gratuita para doação de dinheiro, com o qual será comprada comida para compor outras cestas básicas. No ano passado, o projeto arrecadou 3.500 toneladas de alimentos, totalizando 363.500 cestas básicas distribuídas a 1,5 milhão de famílias em todo o País. A campanha foi lançada em 1993 pelo sociólogo Betinho e atualmente é coordenada por seu filho, Daniel de Souza. Tem o apoio da TV Globo, de várias entidades, voluntários e de empresas parceiras.

Informações

0800-20-2000
www.acaodacidadania.com.br

Lançada a terceira edição do

Fórum Social Mundial

Em sua terceira edição, o Fórum Social Mundial, que já se firmou como um dos movimentos de maior importância na organização de entidades sem fins lucrativos, traz novidades. E a principal delas é o processo de internacionalização e regionalização do Fórum.

Lançado oficialmente no em setembro passado, a equipe de organização apresentou um levantamento das edições anteriores e o programa de preparação do III Fórum Social Mundial, que acontecerá em Porto Alegre (RS), entre os dias 23 e 28 de janeiro do próximo ano. A expectativa é que cerca de 100 mil pessoas compareçam ao evento em 2003.

De acordo com Oded Grajew, um dos idealizadores do Fórum, o principal objetivo do evento é apontar que um outro mundo é possível. "Queremos promover outras formas de pensar o mundo, mostrar que as pessoas

têm escolhas e perspectivas diferentes que se contrapõem ao modelo atual", disse.

Uma novidade para o FSM 2003 é a realização de "Mesas de Diálogo e Controvérsia", que permitirão a participação de representantes convidados de governos, órgãos da Organização das Nações Unidas (ONU) e partidos políticos. A proposta é que se definam tópicos para debates em que o estabelecimento do diálogo e da controvérsia, segundo regras previamente estabelecidas, possam ser úteis na explicação de propostas e estratégias da sociedade civil mundial.

Os eixos temáticos do FSM 2003 são: desenvolvimento democrático e sustentável; princípios e valores, direitos humanos, diversidade e igualdade; mídia, cultura e contra-hegemonia; poder político, sociedade civil e democracia; e ordem mundial democrática e paz.

Agência Eletrônica participa de projeto de inclusão digital

A Agência Eletrônica é a única empresa do Centro Oeste a participar do projeto ComUnidade Brasil, que reúne organizações não-governamentais, órgãos do governo e empresas privadas no combate ao analfabetismo digital. Embora a internet seja uma ferramenta essencial na vida de milhares de brasileiros, uma grande parcela da sociedade ainda está à margem das novas tecnologias da informação, os chamados analfabetos digitais. Para reverter essa realidade, o Governo Federal, o Governo do Estado do Mato Grosso e de seis municípios, empresas privadas e organizações do Terceiro Setor se uniram na criação do



projeto ComUnidade Brasil, para proporcionar mecanismos de inclusão social por meio da alfabetização digital. Serão instalados telecentros comunitários com acesso à rede mundial de computadores em seis municípios da região metropolitana de Cuiabá: Chapada dos Guimarães, Jangada, Nossa Senhora do Livramento, Santo Antônio do Leverger e Várzea Grande. Nessas salas, os moradores terão cursos sobre conteúdos básicos de Informática e acesso aos serviços públicos disponíveis na rede, poderão produzir e divulgar informações sobre sua localidade, participar de oficinas profissionalizantes e de capacitação.

Levantamento do Ipea mapeia ações sociais de empresas

Um levantamento divulgado neste ano pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, o Ipea, ligado ao Ministério do Planejamento, mostra que 59% dos 1.752 empregadores de pequeno e grande porte consultados nas regiões Sudeste, Nordeste e Sul desenvolvem algum trabalho social. De acordo com a pesquisa, os donos das pequenas empresas (86%) e os dirigentes

dos negócios de maior porte (72%) são os principais responsáveis pelo trabalho social desenvolvido por suas organizações. A participação dos funcionários ocorre em 36% das empresas pesquisadas. Somente um entre quatro empregadores, na média, incentiva seus funcionários a desenvolverem algum tipo de atividade comunitária durante o expediente ou fora do horário de trabalho.



Dia de Fazer a Diferença acontece em 1º de dezembro

O Dia de Fazer a Diferença é um dos maiores eventos de mobilização para causas sociais do mundo, possibilitando que qualquer pessoa possa participar. Não é necessário dinheiro nem grandes talentos, somente solidariedade. É um chamado à ação. No domingo, dia 1º de dezembro, é possível

pintar, limpar, fazer alguém sorrir, levar esperança a alguém, reinventar lares, empresas, escolas, comunidades e atitudes. O Dia de Fazer a Diferença tem a finalidade de mostrar que todos podem ser solidários. O evento também tem o objetivo de permitir a maior integração entre as empresas participantes, instituições, ONGs, escolas e cidadãos. Os interessados devem encontrar uma oportunidade, inscreverem o projeto no Dia de Fazer a Diferença para concorrer na menção de reconhecimento, planejarem as ações, colocarem os planos em ação e contarem os resultados do projeto.



Informações

www.fazendodiferenca.com

Varejistas de Rio Preto discutem Responsabilidade Social

Com o objetivo de despertar no varejista a consciência social, a Philip Morris Brasil, em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV), realizou no último dia 17 de outubro, em São José do Rio Preto, interior de São Paulo, o Fórum Regional de Tendências e Responsabilidade Social no Varejo, reunindo as principais lideranças e comerciantes dos setores de panificação, bares e restaurantes, lojas de conveniência, bancas de jornal e hoteleiros da região.

O evento, que reuniu cerca de 230 participantes, teve como um dos principais objetivos, buscar o comprometimento do varejista para que não venda cigarros a menores de idade. A questão foi discutida com comerciantes a fim de conscientizá-los sobre a importância de desenvolver uma postura ética.

Dentro da programação, os professores da FGV - Jacques Gelman, Juracy Parente e Jean Bartoli, ministraram palestras sobre os temas "Empreendedorismo", "Melhoria Contínua e a Eliminação dos Desperdícios" e "Responsabilidade Social e o Varejo". Os professores discutiram medidas a serem tomadas a fim de evitar perdas nas empresas, explicando ainda como funciona o engajamento em ações sociais e a importância de ser um profissional arrojado, que sempre parte em busca do que quer.



Organização Mundial da Saúde publica o Primeiro Relatório Mundial sobre Violência e Saúde

O primeiro relatório mundial sobre violência e saúde publicado pela Organização Mundial da Saúde (OMS) mostra que 1,6 milhão de pessoas morrem todos os anos vítimas da violência, que atos violentos não acontecem de forma aleatória e não são simplesmente resultado de escolhas individuais e de fatos acidentais ou inevitáveis na vida das pessoas. A violência está associada a determinadas atitudes e comportamentos e é influenciada por vários fatores na família, na comunidade, na economia e na cultura. O relatório inclui recomendações para prevenção da violência, que devem ser analisadas pelo presidente da República e pelos governadores que tomarão posse em 2003 como: formular, implementar e monitorar um plano nacional de prevenção da violência; aumentar a capacidade para coletar dados sobre a violência; definir prioridades e apoiar a pesquisa sobre as causas, consequências, custos e prevenção da violência; fortalecer as respostas às vítimas da violência; integrar a prevenção da violência a políticas sociais e educacionais, promover igualdade social e de gênero; aumentar colaboração e troca de informação sobre prevenção da violência; promover e monitorar a adesão a tratados internacionais, leis e outros mecanismos de proteção dos direitos humanos; procurar respostas práticas, acordadas internacionalmente, para o comércio global de drogas e armas. O relatório deverá ser traduzido para o Português e publicado no Brasil. O documento está disponível em Inglês no site.



Informações

www.who.org



ONG organiza voluntariado pró-diversidade lingüística

No Brasil, a Rede Esperanto - Instituto de Intercâmbio Internacional organiza grande movimento que lutará pela diversidade lingüística em três frentes simultâneas: defesa das línguas ameaçadas de extinção, valorização da língua portuguesa em âmbito mundial e difusão da língua internacional Esperanto. Atuando já como língua-ponte, com seu caráter de neutralidade, sua adoção em grande escala tornaria horizontal o eixo de relação entre as línguas nacionais ou étnicas, conferindo grande impulso a uma nova política das línguas, que tenha como questão central a preservação de todas e sua difusão não hegemônica.

O Esperanto, por ser planejado e regular, pode ser aprendido com mais facilidade que

outros idiomas. Sua pronúncia é fonética, ou seja, cada letra tem um único som, o que elimina por completo problemas com a pronúncia das palavras. As classes gramaticais possuem terminações absolutamente regulares e um sistema de derivação de palavras por sufixação e prefixação permite a aquisição de vocabulário de uma forma rápida e eficiente.



Informações

(61) 328-2847

iii@redeesperanto.org.br

www.redeesperanto.org.br



Em 29 e 30 de agosto, no Rio de Janeiro, profissionais discutiram a área jurídica do Terceiro Setor. A principal conclusão fruto deste simpósio versa sobre a nítida carência de normas específicas para o Terceiro Setor.

No tocante à lei das Oscip's, ficou evidenciado que ela representou realmente um marco legal para o Terceiro Setor. Anteriormente, não havia qualquer norma legal tão expressa sobre o tema.

Realizado I Simpósio Jurídico para o Terceiro Setor

Informações

(21) 2223-0290



Acontece

Obras Sociais Agostinianas ampliam creche da Zona Leste de São Paulo

Para atender as necessidades da população dos bairros Jardim Santo André e São Mateus, localizados na Zona Leste de São Paulo, as Obras Sociais Agostinianas, apoiada pela Construir Engenharia, estão ampliando as instalações da Creche Santa Rita de Cássia e do Centro da Juventude Pingo da Alegria. O projeto vai beneficiar diretamente a mais de 1.500 jovens e suas famílias. Até o final do ano, será inaugurado uma Creche e um Centro da Juventude com 7.500 metros quadrados de área construída, que contará com berçários, salas de aula, bibliotecas, cozinha, refeitório, quadras poliesportivas e grandes áreas verdes. Para colocar tudo isso em funcionamento, serão empregados mais de 50 funcionários, que serão selecionados dentro da própria comunidade, entre professores, monitores e cozinheiras, que terão treinamento qualificado para atenderem bebês, crianças e jovens.

Exposição **Um Mundo de Paz** pretende sensibilizar a comunidade para a discussão do tema

De 9 a 20 de dezembro, acontece no Núcleo de Ciências/ProEx/Ufes, o projeto pedagógico itinerante, intercultural e internacional "Um Mundo Pintado de Paz". É uma exposição de 54 pinturas feitas por crianças de 6 a 13 anos dos países: Marrocos, México, Espanha, Peru, Paraguai, Colômbia, Estados Unidos, República Dominicana e Guatemala. O Brasil será representado na exposição com 12 pinturas, totalizando 66 obras. A mostra é a primeira etapa do programa "Niños por el Mundo" (crianças pelo mundo). Este projeto pretende abordar, em sucessivas edições, diferentes temáticas relacionadas com cooperação, solidariedade e educação de valores. A exposição visa a inclusão social e a sensibilizar os professores e estudantes a desenvolverem a temática de paz nas escolas e comunidades por intermédio da arte.

IV Fórum Nacional de Debates:

06 de dezembro

A Filantropia no Terceiro Milênio



Local: Sheraton Mofarrej Hotel São Paulo/SP

Realização: Econômica Desenvolvimento Empresarial

Atenção Empresários e Contadores

A **Revista Filantropia** publica o Balanço Social de sua empresa com preço especial.

Contadores: Consulte-nos sobre as vantagens de publicar o BS de seus clientes conosco.

Filantropia que também faz filantropia

A partir da próxima edição da Revista Filantropia, estaremos publicando pedidos especiais de entidades e pessoas físicas. Serão publicados pedidos de medicamentos, equipamentos de reabilitação, cirurgias especiais e outras necessidades mais específicas.

A equipe da revista dará prioridade de acordo com a urgência e dificuldade do pedido e terá somente a função de "ponte" entre o necessitado e o doador.

Cabe ao doador verificar a veracidade e real necessidade da doação.

Para fazer seu pedido, envie e-mail com informações da entidade (ou do necessitado), endereço, telefone, e-mail, nome do responsável pelo pedido, e o maior número de detalhes dos itens pedidos. Após analisarmos o pedido e de um contato pessoalmente ou pelo telefone, publicaremos seu pedido.

E-mail: filantropia@revistafilantropia.com.br

Nesta edição, separamos um caso específico:

Procura-se

Medicamentos para portadores de Epidermólise Bolhosa Congênita

Esta doença, muito grave e incurável, é de nascença e causa lesões do tipo bolhas hemorrágicas que se desfazem descolando a pele, o que deixa, muitas vezes, o corpo das crianças em carne viva. Estas lesões atingem todo o corpo do paciente, especialmente os pés e as mãos, membros que, normalmente, se deformam e se atrofiam com o passar dos anos. As lesões, ainda, atingem o esôfago impedindo que os portadores se alimentem adequadamente, o que faz com que todos tenham um peso muito abaixo do normal.

A Associação Mineira dos Parentes e Amigos dos Portadores de Epidermólise Bolhosa – AMPAPEB está solicitando os seguintes medicamentos:

- Dermacerium
- Trofodermin
- Dersani loção
- Sustagem
- Clusival
- Ataduras (6, 8 e 10cm)
- Algodão
- Soro fisiológico
- Sabonete Dermacyd (feminino e infantil)
- Tylenol gotas
- Óleo mineral (oral)
- Óleo de amêndoas
- Losec mups 20mg
- Naturetti geléia
- Logoral colutório

PARA DOAÇÕES:

Associação Mineira dos parentes e amigos dos portadores de Epidermólise Bolhosa (AMPAPEB), Cláudia Portella, Presidente.

Rua Antônio Dias, 244; Belo Horizonte/MG - CEP 30350150 - Fone: (31) 3344-8975, ou através do e-mail ampapeb@terra.com.br

3º Simpósio de Contabilidade do Terceiro Setor

esclarece dúvidas e mostra a importância de uma contabilidade transparente na Filantropia

A Econômica Desenvolvimento Empresarial promoveu o 3º Simpósio de Contabilidade do Terceiro Setor, no dia 20 de setembro, no Sheraton Mofarrej Hotel, em São Paulo. A iniciativa contou com o apoio da Quality, Signe, Escritório Contábil Dom Bosco e Revista Filantropia. Dirigentes, contadores, advogados e administradores que atuam na área filantrópica assistiram os painéis sobre materialização contábil das ações sociais, aspectos legais da contabilidade da entidade social, auditoria do Terceiro Setor e especificidades das normas contábeis aplicáveis ao Terceiro Setor.

As palestras foram ministradas por especialistas da Sociedade Beneficente São Camilo, do INSS, da Com.Pacto Tecnologia da Informação, da Ibracon e da KPMG. Na oportunidade, todos os participantes puderam aprender a forma correta sobre como contabilizar as gratuidades exigidas por lei, conhecer as inovações tecnológicas de controle das gratuidades como o Sisgrats e esclarecer dúvidas.

Para Valdir Moysés Simão, diretor de Arrecadação do INSS, o evento foi positivo e trouxe a possibilidade de as entidades entenderem como devem registrar sua atuação contabilmente, atendendo às exigências do Fisco e evitando os prejuízos decorrentes de não atender alguns requisitos. "Achei fantástico o SiGrats. Ele vai facilitar a vida das entidades e do Fisco, que terão acesso às informações em tempo real. A periodicidade de registro das informações poderá ser diária".

O presidente do Sindicato das Empresas de Serviços Contábeis (Sescon), Carlos José de Lima Castro, também gostou do evento. "O assunto foi tratado em profundidade, mas de forma didática. Acredito que é superválida a tentativa de monitorar a contabilidade de forma tão ágil com o SiGrats. Mas se a instituição não tiver uma contabilidade muito bem feita, tudo irá por água abaixo". Ele avalia que a contabilidade das instituições é completamente diferente da prestação de contas de uma empresa. "Os controles internos e a contabilidade têm de ser muito bem trabalhados para fundamentar as gratuidades", disse.

Lima Castro está certo de que a contabilidade do Terceiro Setor é uma especialidade e afirmou que as associações e os sindicatos da área contábil estão pensando e se preocupando muito com essa questão, que brevemente deverá se tornar uma disciplina específica e obrigatória nas faculdades de Contabilidade brasileiras. Entre as diferenças que o Terceiro Setor têm em sua contabilidade, ele destaca as doações, subvenções, serviços assistenciais, contribuições e o trabalho de voluntários.

O contador e advogado da Controle, Daniel Salgueiro da Silva, afirmou que o evento foi de extrema importância. "Em virtude do impulso que tomou o Terceiro Setor, esse simpósio serviu para difundir o crescimento desse segmento e registrar a importância que a Filantropia vem ganhando a cada dia". Ele alertou que até pouco tempo o Terceiro Setor não sofria tanta fiscalização e relegava sua contabilidade a um segundo plano, mas que atualmente a demonstração de receitas e despesas não pode mais ser feita de forma simples e deixar de atender às necessidades dos empreendedores, investidores e associados.

"Hoje se exige até balanço social, algo que era impensável até há bem pouco tempo" – comentou – "Nos últimos anos, no entanto, as entidades passaram a desenvolver um papel tão importante que passaram a ser cobradas, pois quem contribui quer saber de que forma o seu dinheiro está sendo aplicado", explicou Salgueiro da Silva.

Como até recentemente não havia uma ferramenta que pudesse formatar as gratuidades do Terceiro Setor, o contador disse considerar o SiGrats um instrumento de extrema valia e que deverá ter grande aceitação nas entidades, já que facilita e padroniza o trabalho. "Outras áreas do Terceiro Setor também precisam que sejam promovidos eventos como esse simpósio. A Gestão e o Direito são algumas delas. E o mesmo acontece com as demais regiões do País, que também carecem desse tipo de iniciativa, como é o caso do Nordeste".



FOTOS: ECONÔMICA



Marcos Biasioli discorre sobre o tema, que foi assistido por cerca de 400 pessoas



Juventude e Terceiro Setor

Novas sementes plantadas no Complexo do Carandiru

A desativação do complexo prisional do Carandiru foi um verdadeiro presente para a população de São Paulo e para as entidades do Terceiro Setor. Situada em uma área de 300 mil metros quadrados, o equivalente a uma fazendinha em muitas regiões do País, o local será transformado em um Parque da Juventude direcionado para o desenvolvimento de atividades educacionais, de desenvolvimento humano, de cidadania e de qualidade de vida. Entre essas atividades, uma delas deverá receber atenção especial da Revista Filantropia - o Centro de Excelência do Terceiro Setor.

Abrangência social

A proposta do Parque da Juventude é abrangente no sentido de o futuro local estar sendo criado com a finalidade de desenvolver atividades de importância social tanto para os jovens e para a população em geral como para aqueles que, de algum modo, contribuem para o bem comum da sociedade. Ao Centro de Excelência do Terceiro Setor, por exemplo, foi reservada uma área de 6.500 metros quadrados no antigo Pavilhão 5 do Confinamento, cuja coordenação e gestão está a cargo do Senac-SP, que terá responsabilidade de implementar uma base de desenvolvimento de pessoas, entidades e organizações do Terceiro Setor.

A escolha do Senac-SP é justificada pela atuação da entidade em projetos bem-sucedidos no Fórum Permanente do Terceiro Setor, pela agenda de cursos que realiza nessa linha e pelo chamado Projeto Profissional, no qual, em acordo com a Secretaria Estadual de Educação, foi responsável pela capacitação de 50 mil jovens. O compromisso com o Senac-SP, firmado em 12 de agosto deste ano, prevê a atuação conjunta com entidades governamentais e empresas da iniciativa privada, para levar ao uso integrado da área do Parque da Juventude, com foco nas áreas esportiva, central e institucional.

Já nos primeiros meses do próximo ano, as áreas abertas do Parque serão entregues ao público e às entidades gestoras, com pistas de cooper e de skate e dez quadras poliesportivas, além de um espaço de 50 mil metros quadrados que sediará uma área de preservação ambiental. Quatro pavilhões do antigo presídio serão reformados para abrigar o Centro Cultural, o Centro de Tecnologia de Informação e Inclusão Digital, o Centro Tecnológico Paula Souza e o Centro de Excelência do Terceiro Setor, dentro da chamada Área Institucional. Nesse espaço, a população terá oportunidade de se inscrever e participar de cursos gratuitos e receber orientação profissional, tendo ainda acesso a novas tecnologias de informação e capacitação.

Convivência

“O Centro de Excelência será um local de convivência entre organizações sociais e governamentais com um objetivo comum, que é a capacitação e fortalecimento do Terceiro Setor no Estado de São Paulo, focando esforços principais na gestão”, explicou a gerente corporativa do Senac-SP, Neusa Maria Goys, em entrevista à publicação Carta de Educação Comunitária, da mesma entidade.



DIVULGAÇÃO

Como estrutura física para o Centro de Excelência do Terceiro Setor foram previstos auditório, salas de reunião, salas de aulas, espaço de convivência, lanchonete, livraria e loja de produtos sociais (atenção entidades de apoio ao artesanato!). Também serão criados diversos núcleos de apoio e desenvolvimento. Um desses núcleos, o de Estudos de Integração entre Governo e Terceiro Setor, terá a missão de implementar pesquisas e prestar serviços para as organizações sociais e entidades governamentais de apoio.

Por sua vez, o de Informação Juvenil terá como objetivo a difusão de informações sobre temas mais diretamente ligados à juventude, como escolas, empregos, entidades de apoio e outros. Já ao Núcleo de Informação em Empreendedorismo Social caberá o desenvolvimento e treinamento de pessoas que tenham vocação para o Terceiro Setor e agentes comunitários.

A área denominada Incubadora de Entidades Sociais direcionará seu trabalho para agregar os jovens em grupos informais visando a capitalizar seu potencial de organização de movimentos estruturados, enquanto o Núcleo de Associações deverá apoiar as entidades já estruturadas que ofereçam oportunidades de trabalho voluntário.

As entidades

Além do Senac-SP, assinaram o Protocolo de Intenções com o Governo do Estado de São Paulo para a criação do Parque da Juventude o Instituto Faça Parte, Fundação Educar Dpaschoal, Cidade Escola Aprendiz, Instituto Pensante, Centro de Estudos do Terceiro Setor da Fundação Getúlio Vargas, Comitê para Democratização da Informática (CDI) e Sebrae. 



DIVULGAÇÃO

O Parque da Juventude abrigará, entre outras coisas, Centro Esportivo de lazer e quatro núcleos de estudo, sendo um deles o Centro de Excelência do Terceiro Setor (círculo vermelho)

“Torneando” um Brasil melhor

Por

MARCELO TORRECILLAS

Estamos acostumados a ler e estudar a história nos livros. Repassamos a história para nossos descendentes nas escolas, mas parece que esquecemos que a história ainda não acabou. Ela é escrita a cada dia, com cada atitude que tomamos.

Vivemos, agora mesmo, um momento de transição histórica, não só no Brasil, mas no mundo todo. É inegável o avanço das tecnologias. É inegável a mudança na consciência coletiva. Assim como são inegáveis os problemas que essa transição traz.

Problemas todo mundo tem. A vida é feita de um monte de coisas, inclusive de problemas. Quem trabalha com assistência social sabe, muito bem, quantas e quantas pessoas estão passando por apertos sérios neste exato momento. Às vezes, tudo parece obscuro e terrivelmente negro ao nosso redor, mas a estrada da vida é feita de túneis e, alguns deles, são muito longos mesmo.

Tem tanta confusão pelo mundo, tanta guerra, que eu já nem sei mais quem está brigando com quem e nem porquê começou a briga. Acho que nem eles mesmos sabem. Mas, pau comendo solto pelo planeta, e tem neguinho doooido para apertar o botãozinho vermelho.

Por falar em apertar o vermelho, um abraço bem apertado para o Lula, nosso novo presidente! Esmola demais ou sonho realizado? O importante é que finalmente um representante legítimo do povo assumiu as rédeas da nossa pátria. Mas, e agora que chegamos à terra prometida? O que a gente faz?

Acho que a vida também é feita de oportunidades. O clima está a favor de quem sempre se empenhou em ajudar o nosso povo tão sofrido. E não é pouca gente, não: 70% da população exerce algum trabalho comunitário ou social. Em todas as crises que o País enfrentou, sempre foi o brasileiro quem ajudou o brasileiro. Nós nunca pudemos mesmo contar muito com a ajuda de um governo comandado por pessoas inescrupulosas, gananciosas, verdadeiros genocidas, que, infelizmente, escaparam impunes. Mas a democracia venceu e, se com os nossos braços fortes conseguimos conquistar essa igualdade, “em teu seio, ó liberdade, desafio o nosso peito à própria morte”.

Mas isso também já é história, já é passado. Serve só para a gente não cair de novo na mesma arapuca. É hora de ajudar o Luiz Inácio a “tornear” um novo Brasil. Pensando no futuro e aproveitando os bons ventos da mudança, conseguiremos mostrar para o mundo como é que se ganha uma guerra contra o terror. O terror da fome, da miséria, da pobreza, das doenças. O terror criado pela ganância e em nome do poder econômico.

É hora de fazer cumprir as profecias do nosso hino, de tomar o sol da liberdade em raios fúlgidos em maresia e de tornar o Brasil no símbolo de um sonho eterno, de paz no futuro e glórias no passado, de ordem e progresso.

Nossas mangas já estavam mesmo arregaçadas, já estávamos trabalhando por isso, mesmo. É hora de mostrar que o nosso braço mais forte é a solidariedade brasileira.

Força, Brasil. 

