



filantropia[®]

Voluntariado & Terceiro Setor

Contabilidade

Consciência da população alavanca o investimento na divulgação de balanços sociais e ambientais

Assistência social

Ação vai além da caridade e atua pela qualidade de vida da população em situação de risco ambiental

Responsabilidade social

O merchandising social e a contaminação da televisão brasileira pelo discurso para o consumo

COMUNICAR PARA CRESCER

Os instrumentos usados pelas organizações sociais em busca de credibilidade e visibilidade



Entrevista

Jorge Duarte

Gerente de Desenvolvimento Social do Senac São Paulo destaca as realizações da instituição em educação profissional e capacitação comunitária

Visibilidade das organizações e captação de recursos

O Terceiro Setor está na moda! O mundo está focado na atuação social. A mídia, as empresas, os governos, as pessoas de um modo geral estão dispostos a ajudar. Nos bastidores, entidades, ONGs, instituições, enfim, os atores do Terceiro Setor que gerem e administram as ações sociais civis, devem aproveitar o momento!

Está na moda ajudar entidades sociais, tanto financeira como voluntariamente. Por isso, a comunicação social de sua organização deverá mostrar que “é bonito e saudável” contribuir com o próximo e, com isso, incentivar a adesão ao seu projeto.

O marketing ou o estudo do mercado são uma das principais ferramentas da comunicação. O mundo corporativo utiliza-se do marketing a fim de angariar novos clientes e incrementar suas vendas. Por terem fins lucrativos, as empresas necessitam reforçar sua marca junto aos seus grupos de influência ou de interesse (*stakeholders*), motivando consumidores, vendedores e funcionários.

Igualmente acontece no setor social. As entidades devem criar uma identidade junto à comunidade onde atua por meio de material impresso, campanhas publicitárias e demais ferramentas disponíveis. Uma organização que já foi notícia em algum jornal ou revista tem mais apoio da sociedade. Quem não comenta ao ver a foto de um amigo no jornal: “Olha, Fulano está ficando importante, hein?” O mesmo acontece com empresas e entidades.

No Terceiro Setor a comunicação deve se apropriar das técnicas utilizadas na administração moderna para compor seu planejamento e executar seu “marketing”. A palavra não combina muito com o cenário social em que as organizações atuam, mas é de fato um ponto fundamental em que dirigentes e voluntários das ONGs devem se apoiar.

Com planejamento e integração, as ferramentas de comunicação podem ser usadas para diversas finalidades. Além da própria divulgação institucional, pode-se buscar novos doadores, parceiros e voluntários. É por meio da comunicação que a entidade irá prestar contas a seus parceiros, doadores, corpo diretivo, conselheiros e à própria comunidade sobre o andamento de suas atividades.

A comunicação sempre foi, é e sempre será o melhor meio de dar visibilidade e credibilidade a um projeto social e, conseqüentemente, isso ajuda na captação de recursos.

É por essa razão que a primeira edição deste ano traz uma matéria especial sobre o valor e a atuação da comunicação no Terceiro Setor. Como o nosso Chacrinha eternizou: “Quem não comunica se trumbica”.

Conselho Editorial

“Transforme espectadores em colaboradores”

Walter Benjamim
(escritor alemão)



Nãobastafazerobem,éprecisofazerbemfeito.
Aprimore-selendoa *Revista Filantropia*.





Marcha de abertura do capítulo Caracas

Máscara usada por participantes



Boneco de Hugo Chávez, que faz discurso ao ser apertado

Fórum Social Mundial 2006 Américas

Entre os dias 24 e 29 de janeiro, a capital venezuelana, Caracas, sediou o capítulo Américas do Fórum Social Mundial policêntrico deste ano. De acordo com a organização, o evento reuniu aproximadamente 80 mil inscritos em 2 mil atividades. Brasil, Venezuela e Colômbia foram as delegações mais numerosas e os eixos temáticos se dividiram em: Poder, política e lutas pela emancipação social; Estratégias imperialistas e resistências dos povos; Recursos e direitos para a vida: alternativas ao modelo civilizatório depredador; Diversidades, identidades e cosmovisões em movimento; Trabalho, exploração e reprodução da vida; e Comunicação, culturas e educação: dinâmicas e alternativas democratizadoras. Apesar de a organização ter cumprido à risca o programa, não faltaram reclamações ao governo venezuelano, que segundo alguns deu mais suporte à autopromoção – na imagem do presidente Hugo Chavez – que propriamente à estrutura do fórum. A sexta edição do FSM iniciou em Bamako (Mali/África), de 19 a 23 de janeiro, e o próximo evento acontece em Karachi (Paquistão/Ásia), com data a definir.

www.forumsocialmundial.org.br

Show de solidariedade na Bahia

No dia 17 de dezembro, foi realizado o show da campanha Axé Pra Você – Ato de Solidariedade, iniciativa da Rede Bahia em parceria com as empresas Coca-Cola, Insinuante, Claro e Telemar. No estádio Fonte Nova, em Salvador, o público acompanhou as 20 maiores atrações da música carnavalesca baiana – que doaram seu cachê –, em um show de mais de 6 horas. Somente com a bilheteria, foram arrecadados aproximadamente 200 mil reais, além das doações feitas por telefone. Todo o dinheiro será doado a instituições baianas indicadas pelo Unicef.

www.axepravoce.com.br



Apresentação do grupo Timbalada, com a participação de Carlinhos Brown

Ranking ambiental

A Nova Zelândia é o país de melhor performance ambiental do planeta, de acordo com o ranking elaborado por pesquisadores das Universidades de Yale e Columbia, nos Estados Unidos. O Brasil ficou em 4º nas Américas e em 34º na classificação global, atrás de Argentina (30º), Chile (26º) e Colômbia (17º). O estudo fez uma avaliação de qualidade ambiental relacionada aos ecossistemas e à saúde humana em 133 países. Entre 16 indicadores considerados estão qualidade do ar, recursos hídricos, infraestrutura sanitária, mortalidade infantil, energias renováveis, conservação da biodiversidade e emissões de gases do efeito estufa.

Rally beneficente

Evento organizado por colaboradores da Mega Sistemas Corporativos, localizada em Itu (SP), torna-se o maior rally beneficente do Estado de São Paulo. A quinta edição, que aconteceu em 17 de dezembro passado, teve 120 carros inscritos e arrecadou 28 toneladas de alimentos. Com isso, o total de doações nos 5 anos do projeto ultrapassou 100 toneladas de alimentos, que foram distribuídos a dez instituições sociais de Itu, Salto, Sorocaba e Indaiatuba.

www.itu.com.br/megacidadao

Distribuição dos alimentos arrecadados



Desnutrição infantil ainda assusta

Pesquisa realizada em 2005 pela Fundação Ação Criança mostra que a desnutrição ainda é um problema mais recorrente que o sobrepeso em crianças de baixa renda. Ao todo, 4.493 crianças de 43 unidades associadas participaram do estudo. Os resultados mostram o aumento significativo do número de crianças eutróficas, ou seja, com peso e estaturas normais (87,31%), e a redução dos casos de sobrepeso (5,33%). Já a desnutrição representa 7,1%, sendo subdividida em grave, moderada e leve.

www.acaocrianca.org.br

Dia Especial Playcenter

Mais de seis mil crianças deficientes e seus acompanhantes participaram do Dia Especial Playcenter, realizado no dia 6 de dezembro do ano passado. O parque de diversões abriu suas portas para atender exclusivamente cerca de 46 instituições, como Apae, Casas André Luiz, AACD, além das crianças de salas especiais das escolas municipais e estaduais de São Paulo. Para segurança dos visitantes, as atrações foram classificadas em cinco grupos, com restrições individuais para cada tipo de deficiência. No entanto, 90% dos equipamentos estavam em operação.

www.playcenter.com.br

Crianças com deficiência aproveitam as atrações dos parques acompanhados por monitores treinados. David Costa, deficiente visual e presidente da Associação Brasileira de Desportos para Cegos (à esq.) e Hebert Klassa, gerente de desenvolvimento organizacional do Playcenter



FRÉDÉRIQUE THULLER

Troféu Beija-Flor 2005

A ONG Riovoluntário promoveu no dia 12 de dezembro, no Rio de Janeiro, a cerimônia de entrega do Troféu Beija-Flor aos profissionais que se destacaram no voluntariado em 2005. O evento foi comandado pela atriz Maria Zilda e pelo cantor Gabriel o Pensador. Os vencedores são: Lucia Maria Cardoso Figueiredo (Associação Ressurgir), Maria da Conceição Pascoal Soares (Espaço Logos Sagrado de Cidadania Consciente), Ludinha Vianna (Apae), Ângela Marcia Quagliani Pereira (Instituto Rogério Steinberg), Sérgio Caddah (Casa de Apoio à Criança com Câncer Santa Teresa), Pedro Toledo (Brazil Foundation), Ana Lucia Camargo (Ballet de Santa Teresa), João Areis Moreira da Costa (Legião da Boa Vontade de Niterói), Marcia Frazão Pinto Martins (Instituto Nacional de Câncer – Inca) e Sandra Terezinha Rodrigues (Riovoluntário).

www.rivoluntario.org.br

Ajuste fiscal X combate à desigualdade

Lançado durante a edição de Caracas do Fórum Social Mundial policêntrico, o novo relatório da rede Social Watch sobre a erradicação da pobreza e da desigualdade de gênero no mundo afirma que o Brasil continua a optar pelo ajuste fiscal em detrimento do investimento social. Ao analisar os últimos 5 anos, os autores do informe regional brasileiro afirmam que o cenário das políticas de combate à desigualdade é praticamente o mesmo do período anterior. Com o título Rugidos e murmúrios, a rede internacional de organizações aponta que o fenômeno do mais falar do que fazer é uma característica mundial quando se trata do combate às desigualdades.

www.socialwatch.org

US\$ 100 mil a filantrópicas

No dia 19 de janeiro, pelo sétimo ano consecutivo, o Programa Grants, da Fundação UPS, doou 100 mil dólares a cinco entidades filantrópicas brasileiras que atuam no combate à fome e pela inserção social. O Centro de Promoção Humana Bororé recebeu US\$ 14.850, a Care do Brasil recebeu US\$ 27.950, a Assistência Social Lar Ditoso obteve US\$ 20 mil, o Reino da Garotada de Poá ganhou US\$ 18 mil e a Laramara contou com US\$ 20.700. O programa permite que os funcionários da UPS indiquem organizações com base nas necessidades constatadas em suas comunidades.

www.ups.com

Dirigentes da UPS e participantes do evento de entrega das doações do Programa Grants na sede da UPS, em São Paulo



DIVULGAÇÃO

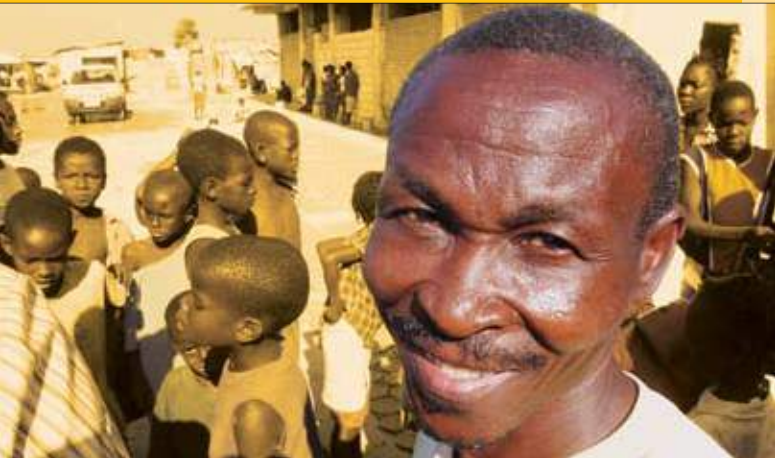
ONU premia publicidade brasileira

Criado pela Leo Burnett em 2004 para o Instituto Akatu pelo Consumo Consciente, o anúncio *Favela* foi premiado em janeiro pelo Departamento de Informações Públicas da ONU. A cada ano, a Nações Unidas destaca, dentre os trabalhos inscritos no Festival de Nova York, aqueles que melhor atendem aos objetivos da comunicação social. Antes disso, a peça publicitária recebeu diversos prêmios no Brasil e no exterior, como o Leão de Ouro, em Cannes.

www.akatu.org.br



MARIO BALDIA



MARCELLO CABAL JR/ABR

Haitianos observam a produção do Te, tipo de biscoito de terra, água, sal e manteiga. Esta é a comida vendida para as pessoas mais pobres na capital, Porto Príncipe

Idosos ganham festa de Carnaval

No dia 11 de fevereiro, a Associação Madre Theodora dos Idosos, em São Paulo, promoveu a comemoração antecipada de Carnaval para a terceira idade, com a participação de 20 membros da Ala Fuzuê da escola de samba Vai-Vai – sendo três baianas, três mulatas, nove moças encarregadas pelo som e cinco participantes da comissão. O evento foi realizado pela Mude, maior distribuidora nacional de soluções de infraestrutura de redes, por meio do Projeto Cidadania Participativa.

- www.vaivai.com.br
- www.mude.com.br
- www.projetcidadania.com.br

Componente da escola em visita aos idosos



JULIANA FRATINI

IBM realiza a Afro-Tech

Entre os dias 13 e 17 de fevereiro, a IBM Brasil, em parceria com a Frente Parlamentar em Defesa da Igualdade Racial e a Lenovo, realizou a Semana de Inclusão Social para a Comunidade Afro-Descendente (Afro-Tech), na Assembléia Legislativa de São Paulo. Pelo segundo ano consecutivo, 96 crianças e 62 jovens afro-descendentes de cinco instituições paulistas tiveram, gratuitamente, aulas de informática, introdução à tecnologia, sistemas de informação e internet, além de palestras sobre o mercado de trabalho.

- www.ibm.com.br

Crianças brincam no KidSmart, computador em formato de brinquedo e com programas educacionais

Em defesa do Haiti

Entidades e movimentos sociais que participaram do Fórum Social Mundial, na Venezuela, lançaram em 14 de fevereiro a Campanha de Solidariedade ao Haiti, que tem como pontos de reivindicação principais a retirada das tropas estrangeiras do país, a anulação da dívida externa e a não-renovação do mandato da Minushita (Missão de Estabilização do Haiti). Os integrantes da Missão Internacional de Investigação e Solidariedade ao Haiti também concluíram o relatório sobre a situação encontrada no país, que enfrenta uma grave crise econômica, social e política.

Gife quer atrair Segundo Setor para o social

Foi apresentado para a mídia, no dia 16 de fevereiro, a nova campanha publicitária do Gife. Criada pelo Grupo YPY de Comunicação – holding formada pelas agências África, DM9DDB, Loducca, MPM e Tudo –, a iniciativa pretende estimular a participação do setor privado na busca de soluções para os desafios sociais, culturais e ambientais do país, de forma estratégica. A campanha leva a questão social para a esfera empresarial, utilizando elementos típicos do dia-a-dia das indústrias e do mundo dos negócios.

- www.gife.org.br

Capacitação ambiental de educadores

Encerrou-se no dia 7 de fevereiro o programa do Projeto Piava, da Fundação Agência de Água do Vale do Itajaí, que ofereceu 10 cursos de capacitação em educação ambiental a cerca de 350 professores e lideranças comunitárias que trabalham com educação nos 50 municípios da bacia hidrográfica do Itajaí, interior de São Paulo. Além de aulas expositivas e oficinas, o grupo também fez o plantio de mudas nativas nas margens dos rios da região.

- www.comiteitajai.org.br

Agência de desenvolvimento em Cidade de Deus

No final do ano passado, a Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) liberou a primeira parte dos R\$ 430 mil que serão usados na criação de uma agência de desenvolvimento local na Cidade de Deus, Rio de Janeiro. Além de servir para capacitação profissional, a unidade será ponto de apoio para a concretização de empreendimentos da comunidade, que participará ativamente de todas as discussões e planos de ações. A execução do projeto está a cargo do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) e do Comitê Comunitário da Cidade de Deus.

- www.finep.gov.br
- www.ibase.org.br



DIVULGAÇÃO



Eduardo de Carvalho e o barco ecológico criado por ele

Empresário conclui aventura em barco pet

Terminou no dia 26 de dezembro o Megapet, projeto de preservação ambiental idealizado pelo empresário paulista Eduardo de Carvalho. Partindo de Natal (RN), ele navegou o Rio São Francisco por dois meses a bordo de um barco feito com garrafas pet, parando nas cidades ribeirinhas para palestrar sobre a gravidade da poluição e os benefícios da reciclagem.

www.projetomegapet.com.br

Reciclagem aumenta, mas consciência ambiental não

Cresce a proporção de moradores de grandes capitais brasileiras como Belo Horizonte, Curitiba, Florianópolis, Salvador e São Paulo adeptos aos serviços de reciclagem. Por outro lado, a consciência ambiental da população não tem crescido na mesma intensidade. É o que aponta a pesquisa realizada pela Market Analysis Brasil em julho de 2005. Entre os 500 adultos entrevistados, 78% disseram ter acesso ao serviço de coleta seletiva em seu bairro, mas somente 23% das pessoas afirmaram conhecer o destino dado ao lixo após a coleta.

www.marketanalysis.com.br

Educação continuada no campo

A Finep assinou no dia 25 de janeiro convênio com a Fundação Birmann, parceira da empresa Brasil Ecodiesel, para a concessão de financiamento de R\$ 2,3 milhões. O objetivo é a criação de um centro profissional de ensino técnico e educação continuada, que atenderá mais de 600 famílias de agricultores do Núcleo de Produção Comunitária Santa Clara, assentamento no município de Canto do Buriti (PI). Além do ensino de técnicas agrícolas, serão criados laboratórios e uma biblioteca virtual, com foco na inclusão digital, e uma rádio comunitária.

www.finep.gov.br

Visita de Lula ao núcleo Santa Clara no ano passado



Nova campanha da Abrinq

Começou a ser veiculada em fevereiro a nova campanha institucional da Fundação Abrinq, que comemora 15 anos de atuação e consolida o nome da organização na luta pela garantia dos direitos das crianças e dos adolescentes no país. As peças publicitárias com o slogan "Pensou Criança, Pensou Fundação Abrinq" foram criadas voluntariamente pela McCann Brasil e contou com a narração da atriz Fernanda Torres.

www.abrinq.org.br

Reciclagem na indústria

Em apenas dois anos, a Tintas Coral destinou mais de 30 milhões de garrafas recicláveis de pet para a composição das matérias-primas de seus produtos. A reutilização das embalagens – provenientes de acordos com fornecedores e cooperativas de catadores – fornece a resina alquídica, substância usada na fabricação de tintas e vernizes de base solvente. Além de beneficiar o meio ambiente, o processo também traz economia de recursos na fabricação dos produtos da empresa.

www.tintascoral.com.br

Concurso premia escolas públicas

A Cáritas Brasileira promoveu o concurso O Direito de Participar, que premia as histórias em quadrinhos criadas pelos estudantes de escolas públicas, com temas como meio ambiente, violência, segurança alimentar, água, cultura, sexualidade, preconceito racial, direitos, entre outros. As premiações são regionais e aconteceram nos dois primeiros meses do ano. O concurso é uma parceria entre Cáritas Brasileira, Cáritas Suíça, Unicef e Caixa Econômica Federal.

www.caritasbrasileira.org

Premiação ambiental

Em cerimônia realizada no dia 10 de fevereiro, no Rio de Janeiro, o Instituto Ambiental Biosfera e o Instituto Brasileiro de Estudos Especializados (Ibrae) outorgaram a International Paper o Diploma de Destaque Nacional em Meio Ambiente, Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Social.

www.internationalpaper.com.br

Nota de falecimento

Faleceu no dia 19 de janeiro, aos 77 anos, Alex Chafic Maluf, que desde 2003 ocupava o cargo de diretor-presidente da Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD). Ele era voluntário na instituição há quase 30 anos.

www.aacd.org.br

Jorge Duarte

Gerente de Desenvolvimento Social do Senac São Paulo fala de seu envolvimento com o Terceiro Setor social e destaca a importância dos projetos em educação profissional realizados pela instituição, considerada uma das mais representativas do país

ELAINE IORIO

Jorge Duarte, 46 anos, nasceu no Uruguai e lá viveu toda a infância na companhia da família. Chegou ao Brasil somente em 1974, então com 14, quando o pai recebeu uma proposta para trabalhar no país vizinho. Na época, o Estado uruguaio passava por turbulento processo político, uma vez que havia sofrido um golpe militar no ano anterior que perdurou até 1985.

Em terras tupiniquins, longe dos conflitos violentos que afligiam seu país, ele concluiu os estudos e decidiu, entre tantas opções, que cursaria Psicologia, pois queria entender a complexidade do ser humano. Trabalhou na área durante anos, especializou-se em recursos humanos até que, em 1995, participou de um longo processo seletivo, com duração de mais de dois meses, e ingressou no Senac São Paulo.

Até dezembro de 1996, foi coordenador da área de cosmetologia, que desenvolve e oferta cursos para farmacêuticos, químicos e outros profissionais. Em janeiro do ano seguinte, assumiu o cargo de coordenador de projetos sociais da instituição, sendo este o primeiro passo de sua trajetória profissional na área social.

Com o intuito de se aprimorar profissionalmente, fez diversos cursos relacionados ao tema, com destaque para a especialização em Desenvolvimento Local pela Organização Internacional do Trabalho (OIT) e o MBA em Gestão e Empreendedorismo Social pela FIA-USP.

Finalmente, em 2002, assumiu a Gerência de Tecnologia e Gestão do Terceiro Setor do Senac, hoje denominada Gerência de Desenvolvimento Social, na qual participa diretamente dos principais projetos promovidos pela instituição, que tem como foco o desenvolvimento profissional e o protagonismo social.

Em entrevista à **Revista Filantropia**, Jorge Duarte faz um panorama sobre a atuação do Senac São Paulo, destacando principalmente as realizações na área de educação profissional e capacitação de agentes comunitários.

Revista Filantropia: Qual a sua relação pessoal com o Terceiro Setor?

Jorde Duarte: Em 1970, aos 10 anos de idade, formei um grupo na escola com a orientação de um professor e éramos voluntários para arrumar as carteiras, fazer manutenção em portas e cuidar do jardim. Nessa época [ainda no Uruguai], também participei de campanhas para arrecadação de alimentos, cobertores e dinheiro, que eram doados a institutos sociais. Fui representante de classe por muitos anos até que fui presidente de diretório acadêmico na universidade.

Em 2000, junto com outros colegas, criamos a associação dos funcionários do Senac, que volto a presidir após cinco anos. Participei como conselheiro de algumas organizações, mas tenho orgulho de participar atualmente e ativamente do conselho de uma escola pública de São Bernardo do Campo, onde moro. Além disso, trabalho com comunidades e como colaborador do Senac desde janeiro de 1997. Portanto, participei de toda a construção da proposta do Senac para o Terceiro Setor.

Filantropia: Em quais projetos o senhor fez parte ou esteve à frente?

JD: Em 1997, coordenei os programas de geração de renda do Centro de Educação Comunitária para o Trabalho, destinados às comunidades economicamente desfavorecidas. Nesta relação, passamos a entender que para promover o desenvolvimento comunitário não bastava apenas a realização de cursos. Havia a necessidade de profissionalização para melhor gerir as organizações e os projetos. Por volta de 1998, quando se começava a falar sobre o crescimento do Terceiro Setor, implementamos as primeiras turmas do Programa Educação para o Trabalho. Surgia também o Fórum Permanente do Terceiro Setor, um espaço para o debate dos graves problemas sociais.

Passamos a ofertar uma programação centrada em ferramentas de gestão para organizações sociais. Em 2003, ocorreu o lançamento do Programa Formatos Brasil – capacitação de lideranças – com foco em planejamento, elaboração de projetos, captação de recursos, avaliação e comunicação da causa social. E, em consequência das necessidades de capacitação continuada, surgiu a organização do trabalho em rede, como forma de articular recursos locais e capacidade coletiva capaz de dar sustentação a esse propósito e aos projetos desenvolvidos pelas organizações nas suas comunidades.

Ao projeto Rede Social é que direcionei toda a minha energia, ou seja, na organização de pessoas e organizações, que de forma igualitária e democrática implementam novos compromissos e melhoram a vida das comunidades. Considero que a rede é a única forma capaz de dar sustentação a projetos de desenvolvimento local.

Filantropia: Fale sobre projetos e atividades desenvolvidos em conjunto com a administração nacional.

JD: Ao longo dos 60 anos de história do Senac, surgiram atividades e projetos pontuais geralmente demandados pelo governo federal como, por exemplo, o projeto Soldado Cidadão, que é a capacitação profissional de jovens egressos do serviços militar. Em 2003, tivemos apoio institucional do departamento nacional para o Programa Formatos Brasil, uma capacitação em ferramentas de gestão para líderes de organizações de base comunitária que se realizou em 13 estados da federação, mas também não avançou para um projeto mais denso, coletivo e nacional. A ação dos departamentos regionais, que se organizam por estado, é autônoma. Além disso, a diversidade entre os estados é muito grande, dificultando uma ação mais unificada. Mas é preciso fazê-lo.

O Senac é uma organização muito grande e muito importante para o desenvolvimento social deste país. Temos de encontrar formas para que o trabalho social seja mais articulado, inclusive com as demais organizações do sistema S [Sesc, Sesi, Senai e Senac, entre outras]. Há um grupo de sonhadores, no qual eu me incluo, que está desenhando o Projeto S Brasil para o Desenvolvimento Local.

A partir da capacitação de lideranças, a proposta é criar redes sociais que possam fomentar os processos de desenvolvimento local, ao menos em cada localidade onde o Sistema S atua. Provavelmente sejam mais de mil equipamentos pelo Brasil afora e se capacitarmos uma média de 30 líderes por instituição teremos mais de 30 mil lideranças trabalhando em rede e com metodologias para promover o desenvolvimento. Isto poderia virar um exemplo para todo os país.

Enquanto o desenho do sonho Brasil se constrói no papel, o estado de São Paulo avança com uma proposta que já favoreceu mais de 1,5 mil lideranças e tem articulado uma rede de mais de seiscentas organizações divididas em 27 núcleos espalhados pelo estado e que se preparam para trabalhar com metodologias de desenvolvimento local.

Filantropia: Quais os principais projetos da instituição em educação e profissionalização?

JD: Não deveríamos separar estas duas palavras, pois o Senac é uma instituição de educação profissional. Mas a distinção ajuda a fazer a análise. Começamos pelos cursos técnicos mais importantes e que têm inserido milhares de pessoas no mercado de trabalho. São eles: enfermagem, segurança do trabalho, design de interiores e informática. Do ponto de vista educacional, destaco três projetos significativos nestes últimos dez anos.

O desenvolvimento local é uma estratégia que considera o desenvolvimento de comunidades identificadas geograficamente a partir dos seus recursos e potencialidades

DIVULGAÇÃO



O Programa Educação para o Trabalho – realizado em parceria com empresas e subsidiado para jovens de baixa renda –, que conta com uma metodologia inovadora e já incluiu mais de 12 mil jovens no mercado de trabalho; o Programa Formatos, com metodologia diferenciada que favorece a aprendizagem entre os próprios participantes; e, atualmente, o grande projeto educacional do Senac é o Centro Universitário, que oferta uma programação de graduação e pós-graduação diferenciada, visando a empregabilidade e o empreendedorismo dos seus alunos.

Filantropia: Qual a importância do Senac e de outras instituições de ensino na profissionalização do Terceiro Setor?

JD: O Senac tem o papel de profissionalizar pessoas, independente do setor ao qual elas pertençam. Com o recurso público que recebe, além do capital advindo da venda de serviços educacionais, investe em organizações de base comunitária. Por isso, parte significativa de sua programação na área social é subsidiada pelo próprio Senac.

A partir de 1995, deixamos de ter uma unidade como centro. Agora, temos a área de Desenvolvimento Social, da qual sou o gestor, e que tem como uma de suas atribuições articular os diversos setores de conhecimento do Senac e fazer com que parte disto seja compartilhado com líderes de organizações de base comunitária que têm pouco acesso à informação.

Não conheço outras instituições educacionais que trabalhem com o mesmo modelo. Apenas ofertam programação para organizações do Terceiro Setor porque há mercado, mas não existe necessariamente uma ação de responsabilidade social específica.

Filantropia: Como o Senac São Paulo prepara seus cursos para o Terceiro Setor?

JD: Principalmente ouvindo seu público e entendendo as suas necessidades. Este processo de gestão não era muito claro anos atrás, mas aprendemos. Hoje, realizamos levantamentos sistematizados a fim de identificar o que é preciso desenvolver. Também não atendemos somente à média, que não é a excelência, mas buscamos estar antenados com o mundo da gestão, por meio da internacionalização nas parcerias.

A Johns Hopkins University é um dos importantes parceiros na formação de lideranças. Entretanto, muitos acreditavam que o Senac seguiria as metodologias e os pressupostos básicos dessa importante organização. Não é bem assim. Eles defendem o Terceiro Setor

como setor da economia, que deve ter força política baseada em sua própria economia para que os projetos busquem a eficácia e a sustentabilidade. Nós concordamos com a força política do setor, mas consideramos que isto se situa na ação coletiva das organizações e nos resultados da melhoria da qualidade de vida e do convívio das comunidades. Continuamos parceiros, apreendendo mutuamente, mas cada um com as suas concepções.

Com a Creçacor, organização europeia que trabalha com economia solidária, realizamos ações que influenciam nossa programação. Eles, por exemplo, não falam muito em Terceiro Setor e nem querem reconhecê-lo como setor da economia. São realidades diferentes. O estado de bem-estar na Europa é, de forma geral, garantido para grande parte da população. Então, as organizações se dividem entre as de defesa de direitos e de grupos minoritários. As demais são organizações que buscam gerar riqueza, caso haja benefício social do ponto de vista de inclusão de pessoas com deficiência ou outros determinados em lei, então se tornam empresas sociais com respectivas isenções fiscais etc.

O nosso modelo não tem de ser nem americano nem europeu, deve ser latino-americano e ponto. E para isso, temos de buscar mais aproximação com os países latinos, participar definitivamente desse bloco.

Filantropia: Quais os objetivos atuais da instituição?

JD: O objetivo do Senac é ser referência nacional na contribuição para o desenvolvimento sustentável. Haverá um forte investimento em graduação nos próximos anos, pois entendemos a importância dessa modalidade como algo que dará visibilidade a toda a programação de vanguarda que hoje o Senac oferta ao mercado. Também queremos encontrar o equilíbrio entre a auto-sustentabilidade da operação – para que o recurso público que recebemos seja 100% investido em novas tecnologias, internacionalização etc. – e o investimento no desenvolvimento social.

Na área social os objetivos são relevantes e, até 2010, estaremos trabalhando diretamente em processos de desenvolvimento local nas mais de 50 comunidades em que o Senac atua no Estado de São Paulo. Serão centenas de projetos desenvolvidos junto à comunidade, em rede, com foco na sustentabilidade, na preservação do meio ambiente, e que atendam efetivamente as pessoas. Eu diria que o principal objetivo do Senac é promover e desenvolver gente.

Filantropia: Como o Senac contribui com o desenvolvimento social do país, bem como na própria gestão do Terceiro Setor?

JD: Em minha opinião, o Senac está entre as grandes corporações educacionais do mundo. Entendo que toda a sua atuação educacional, na formação profissional de milhares de pessoas, com produtos e metodologias de qualidade, contribui com o desenvolvimento. Mas vamos além, compartilhamos esse desenvolvimento tecnológico e suas metodologias com setores menos favorecidos da sociedade focando o investimento nas organizações da sociedade civil. Preocupa-nos a sustentabilidade e por isso temos a rede, para efetivar esse processo de desenvolvimento.

Podemos citar alguns números de ações mais diretas. O Programa Educação para o Trabalho, por exemplo, beneficiou mais de 40 mil jovens e o Programa Formatos capacitou quase dois mil líderes comunitários até o momento. Articulamos e mediamos redes em mais de 20 locais no Estado de São Paulo, reunindo cerca de 600 organizações, que implementam em média 80 novos projetos por ano, além de seus próprios e com maior efetividade, que beneficiam mais de um milhão de pessoas. Estou convencido de que programas com essa visão de desenvolvimento e de sustentabilidade contribuem com o país.

Filantropia: O Senac quer trabalhar mais diretamente com desenvolvimento local. Qual a sua concepção sobre o tema?

JD: Desenvolvimento social fundamenta-se no próprio conceito de desenvolvimento sustentável. O desenvolvimento local é uma estratégia que considera o desenvolvimento de comunidades identificadas geograficamente a partir dos seus recursos e potencialidades. Portanto, quando falamos de desenvolvimento local falamos do desenvolvimento das pessoas e de suas comunidades. É criar e favorecer condições para que elas potencializem habilidades, conhecimentos, experiências e possam aproveitar oportunidades, satisfazer necessidades, resolver problemas e melhorar sua qualidade de vida e de convívio social.

As ações se darão a partir dos locais onde haja processos de redes organizadas. Esses grupos, junto com o Senac, deverão articular-se com o poder público e empresas, realizar diagnósticos participativos, desenvolver um plano estratégico de desenvolvimento, definir agenda de prioridades, tanto para os projetos que possam ser realizados com ativos locais quanto para os que precisam de captação de

A área de Desenvolvimento Social tem como uma de suas atribuições articular os diversos setores de conhecimento do Senac e fazer com que parte disto seja compartilhado com líderes de organizações de base comunitária que têm pouco acesso à informação

recursos, para que em até três anos, aproximadamente, seja possível a criação de uma agência de desenvolvimento local que gerencie e dê sustentação ao processo.

Filantropia: Como você avalia os investimentos e projetos do governo federal no setor social?

JD: Acho importante a ação do governo de promover as pessoas que estão abaixo da linha da pobreza. Porém, não é a carteirinha disso ou daquilo, cesta básica e outros mecanismos que resolvem o problema. O que tem de ser feito é promover o protagonismo local.

O estado é grande demais para fazer coisas pequenas e às vezes muito pequeno para entender coisas grandes. O número de organizações da sociedade civil deve beirar 350 mil no Brasil. Se cada uma beneficiar um público de mil pessoas pelo menos, então serão 35 milhões de pessoas atendidas. Eu desconheço um projeto significativo do governo federal dirigido a organizações da sociedade civil.

O atual governo tem mais alguns meses de 2006 e, quem sabe, mais quatro anos para

perceber a importância do trabalho que é feito para 35 milhões de pessoas. Nunca é tarde e eu sou bastante otimista. O fomento ao desenvolvimento local é uma questão de tempo e independe de governos, assim como foi a globalização.


Filantropia: Como tem sido a relação do Senac São Paulo com o poder público?

JD: A relação com o poder público é boa, mas setores técnicos do governo confundem o papel do Senac. O fato de receber um recurso público não o torna uma organização estatal. O Senac é uma organização privada sem fins lucrativos e tem uma gestão independente do Estado. Muitas vezes o poder público guia-se pela gestão de governo, ou seja, trabalha no máximo para até quatro anos. Parcerias são viáveis neste curto espaço de tempo, mas as alianças são mais difíceis. O Senac e o poder público são instâncias muito grandes para fazer apenas parcerias.

Em 2005, participamos com mais de 60 organizações da criação de uma política nacional de apoio ao desenvolvimento local, que deverá ser apresentada ao presidente da

república até março deste ano, espero. A organização é do Instituto Cidadania e poderá ser uma oportunidade para o poder público apoiar ações que promovam o desenvolvimento.

Filantropia: Após 60 anos de atuação, que avaliação o Senac São Paulo faz de sua própria atuação?

JD: Não é nada fácil falar dos 60 anos do Senac São Paulo. Estamos falando de um mundo. Trabalho nessa instituição há dez anos e a cada dia conheço um pouquinho mais da sua história e da sua atuação. Se tivesse de resumir em poucas palavras, diria que o Senac teve uma atuação empreendedora, inovadora, vanguardista e que a partir dos anos de 1990 elabora e implementa um planejamento estratégico arrojado. De lá para cá, busca competitividade, internacionalização, melhoria contínua dos processos de gestão, qualidade, reconhecimento e referência naquilo que faz. 

Senac São Paulo

 www.sp.senac.br

ARA-ATUALIZA

Grupo Arilton Portella

- ▶ **Contabilidade entidades do 3º setor**
- ▶ **Assessoria no Setor de Recursos Humanos inclusive na elaboração de folhas de pagamentos**
- ▶ **Assessoria e Consultoria Jurídica para entidades do 3º Setor**

Rua Izidoro Chanoski, 157 - Vista Alegre
Curitiba - Paraná - CEP 80820-580
Tel. (41) 3335-3437
Fax. (41) 3336-2814

www.ara-atualiza.com

Merchandising social. O que é isso?

A tevê brasileira tornou-se a principal vitrine deste novo conceito de marketing, usado na maioria das vezes de maneira equivocada

FERNANDO CREDIDIO

fernando.credidio@parceirodavid.org



TV GLOBOMÁRIO DE SOUZA

A novela *América*, da TV Globo, abordou a questão dos deficientes visuais com personagens como Gabrielzinho do Irajá, Dudu Braga e Jatobá (Marcos Frota)

Em *Mulheres Apaixonadas*, também da TV Globo, Flora (Carmem Silva) e Leopoldo (Oswaldo Louzada) viveram o simpático casal de idosos que sofria preconceito por causa da idade



TV GLOBO JOÃO MIGUEL JUNIOR

A cada dia que passa, produtos e serviços ocupam mais espaço na televisão brasileira, fora dos *brakes* (intervalos) comerciais. É uma profusão de depoimentos, testemunhais e exposição de marcas que vêm contaminando os programas e as telenovelas, driblando a restrição dos intervalos comerciais e a atenção do telespectador. Chamam a isso, equivocadamente, de *merchandising*.

Ainda que as publicações técnicas não legitimem nenhuma expressão, apenas as registrem, vou me socorrer de uma delas para elucidar o termo *merchandising*. Segundo Marcos Cobra, autor do livro *Marketing Básico – Uma Perspectiva Brasileira*, *merchandising* compreende um conjunto de operações táticas efetuadas no ponto de venda para se colocar no mercado o produto ou o serviço certo, com o impacto visual adequado e na exposição correta.

Em corroboração a essa definição, Eneus Trindade afirma, no artigo intitulado *Merchandising em telenovela: a estrutura de um discurso para o consumo*, que as diversas aplicações que o termo vem recebendo não passam de uma designação para técnicas promocionais que, necessariamente, não possuem nenhuma semelhança com o verdadeiro procedimento de *merchandising*, no que diz respeito ao seu conceito mercadológico, o qual está fortemente atrelado à ação promocional para um produto ou serviço no ponto de venda.

Concordo com ambos os autores. Entendo também que a expressão *merchandising*, em telenovela, não se aplica nem pode ser entendida no seu sentido conceitual. Na verdade, a expressão correta para esse tipo de exposição é *tie in*, que significa amarrar dentro, ou seja, amarrar dentro de um determinado contexto. Esta é a denominação mais apropriada, porque a televisão, como veículo, não deve ser considerada um ponto de venda, afinal, ninguém adquire um produto diretamente da tela, mas sim por meio dela.

E o lado social?

Logo, se não existe *merchandising* televisivo, a expressão *merchandising* social também inexistente. Assim sendo, o que vimos assistindo são *tie in* sociais.

A estratégia de se amarrar produtos a contextos é antiga. A primeira experiência desse tipo, em telenovela aconteceu em *Beto Rockfeller* (Bráulio Pedroso, 1969, TV Tupi), cujo protagonista, personagem do ator Luís Gustavo, amanhecia quase todos os dias ressecado das noites de farra e tomava o antiácido efervescente *Alka Seltzer*, produzido pela Bayer. Contudo, a estratégia se consolidou a partir da novela *Dancing' Days* (Gilberto Braga, 1979, TV Globo), com a exposição das calças *jeans* Staroup pela personagem Júlia Matos, interpretada por Sônia Braga.

Mais importante, porém, do que discutir conceitos ou relembrar estratégias comerciais das emissoras de televisão é abordar o que vem sendo produzido a título do chamado *merchandising* social e, principalmente, as verdadeiras intenções das emissoras que o veiculam.

O fato é que existem outros interesses além daquele de difundir campanhas institucionais, de utilidade pública e de marketing social por trás das inserções nas telenovelas ou naquelas veiculadas nos intervalos da programação. Tais iniciativas fazem parte de uma estratégia ampla e organizada de conferir ao canal uma imagem de cidadão e socialmente responsável. Nesse aspecto, comungo da opinião do jornalista Joelmir Beting que, em entrevista dada à Revista Imprensa de março de 2004, afirmou que quando a mídia divulga e cobra responsabilidade social de todo mundo, ela mesma se esquece de que não está zelando muito pela sua própria.

Mas voltando ao dito *merchandising* social, a Agência de Notícias dos Direitos

da Infância (Andi) define o termo como sendo a inserção intencional, sistemática e com propósitos definidos de questões sociais e mensagens educativas nas tramas das telenovelas e outros programas de TV. As questões sociais abordadas mostram-se, aos telespectadores, como parte integrante do enredo das telenovelas e minisséries. Aparecem associadas, de forma positiva e educativa, aos diversos personagens que, deste modo, atuam como porta-vozes dos conceitos, atitudes e comportamentos que estão sendo promovidos.

A Rede Globo começou a veicular esse tipo de campanha em 1995, na novela *História de Amor*, de Manoel Carlos, em que o personagem Edgar, de Nuno Leal Maia, ficava paraplégico e, mesmo assim, praticava esportes. O assunto foi tão debatido na época que o autor convidou Pelé, que na época era Ministro do Esporte e Turismo, a fazer uma participação na trama. A experiência se repetiu no ano seguinte, na novela *Explode Coração* (Glória Perez, 1996, TV Globo), em que foi abordado o problema das crianças desaparecidas, o mesmo tema retomado agora pela novela *Prova de Amor* (Tiago Santiago, 2006, TV Record), que será mote de um comentário adiante.


Os exageros

Daquela época em diante, a maioria dos autores concedeu generosos espaços a esse tipo de sensibilização. Os casos mais lembrados são aqueles que abordaram a doação de órgãos: *Laços de Família* (Manoel Carlos, 2000, TV Globo), o consumo de drogas: *O Clone* (Glória Perez, 2002, TV Globo), a questão dos idosos: *Mulheres Apaixonadas* (Manoel Carlos, 2003, TV Globo), o mal de Alzheimer: *Senhora do Destino* (Aguinaldo Silva, 2004, TV Globo) e, mais recentemente, os deficientes visuais: *América* (Glória Perez, 2005, TV Globo), que originou o programa fictício *É Preciso Saber Viver*, apresentado por Dudu Braga, filho do cantor Roberto Carlos.

Não há dúvida que esse tipo de iniciativa, por parte dos autores, é extremamente válida. Como estratégia de mudança de atitudes e adoção de novos comportamentos, é um instrumento dos mais eficazes, tanto pela grande audiência que atinge quanto pela maneira lúdica como dissemina novas condutas e práticas.

Entretanto, o *merchandising* social excessivo nas novelas está levando ao desgaste da fórmula e até atraindo a antipatia do público, em alguns casos. Afinal, tudo que

é em exagero cansa e enjoa, principalmente quando as mensagens são transmitidas em tom professoral. É o que vem ocorrendo na boa novela *Prova de Amor*, em que os personagens Alexandre e Janice, vivenciados pelos atores Déo Garcez e Fernanda Nobre, transformam o roteiro didático em demasia, recitando suas falas em uma monotonia enfadonha que não raras vezes beira o intolerável.


Como bem analisou a jornalista Mariana Trigo, em uma recente crítica distribuída pela agência *TV Press*, atualmente, não basta a uma novela ter boa história, satisfatórios índices de audiência e virar assunto de discussão. O fato é que grande parte dos autores não costura suas tramas sem destacar algum tipo de abordagem social. Afinal, além de a trama ser vista com outros olhos pela direção das emissoras, todo mundo quer ficar bem na foto. Contudo, não bastam apenas boas intenções, dosar a quantidade de abordagens e ter talento continuam sendo condições fundamentais. 

Fernando Credidio. Pós-graduado em Comunicação e Marketing, é empreendedor social, palestrante e gestor de responsabilidade social empresarial. Preside o Instituto Parceiros da Vida de Comunicação & Responsabilidade Social Empresarial e coordena o curso *Management in Social Responsibility (MSR)*.




Unilever faz ação social com consumidoras

O Instituto Unilever, em parceria com a ONG Cidade Escola Aprendiz, realizou o projeto Aprendiz na Escola 2005, entre março e dezembro de 2005. A ação promoveu a revitalização de quatro muros de escolas municipais e estaduais de São Paulo, além da fachada da Companhia Paulista de Trens Metropolitanos (CPTM), por meio de oficinas de mosaico e pintura em azulejos. Para participar da atividade, as consumidoras foram estimuladas a enviar códigos de barras de produtos da empresa, e parte das vendas desses produtos foi revertida para o projeto. As consumidoras também enviavam uma expressão artística sobre o tema vitalidade, conceito relacionado à missão da Unilever. A ação contou com a participação de consumidoras, pais, professores, dois mil alunos e diretores das escolas Amorim Lima, no Butantã; Campos Sales, em Heliópolis; Paulo Freire, em Paraisópolis; e Marina Cintra, na Consolação.

 www.unilever.com.br

Programa Progredir inicia suas atividades em São Francisco Xavier


O programa Progredir, coordenado pela organização Pró-Terra e patrocinado pela Fundação Monsanto, entra no segundo mês de implantação contabilizando 34 produtores rurais cadastrados em São Francisco Xavier, no Vale do Paraíba, que recebem orientações sobre alternativas e técnicas de cultivo e gerenciamento de suas propriedades. Coordenadores e voluntários estão visitando as propriedades rurais para avaliar as atividades econômicas desenvolvidas em cada local. O objetivo das visitas é coletar informações que vão subsidiar o trabalho de orientação dos produtores rurais sobre cuidados com o solo, preservação da vegetação, criação de animais e produção de alimentos.

 www.proterra.org.br

 www.monsanto.com.br


Danone desenvolve nutrição social

Mais de 157 toneladas de alimentos. Esse é o número final das doações feitas pela Danone durante o ano de 2005. Foram atendidas mais de 120 organizações em São Paulo, Minas Gerais e Bahia, por meio de parcerias com a entidade Banco de Alimentos, a Secretaria da Educação do Estado de Minas Gerais e outras entidades da sociedade civil. A Danone pretende trabalhar fortemente nas localidades em que atua, levando saúde e nutrição aos menos favorecidos.

 www.danone.com.br

Qualidade de vida com projeto Cidadania Participativa da Mude

Com a finalidade de atender às principais necessidades de comunidades carentes e contribuir com o bem estar social, a Mude, maior distribuidora nacional de soluções de infra-estrutura de redes, reuniu seus profissionais para atuar no projeto Cidadania Participativa no bairro Jardim São Luís, região de periferia situada na Zona Sul de São Paulo, com alta desigualdade econômica. A intenção é realizar obras, eventos e fazer doações para construir, manter e melhorar a qualidade de vida daqueles que não possuem recursos e instrução. O projeto atende três organizações: Creche Menino Jesus, Associação São José & Centro Comunitário do Jardim São Luís e Associação Madre Theodora dos Idosos.

 www.mude.com.br

Profissionalização da mobilização de recursos

Apesar de ser uma preocupação antiga e muito presente no Terceiro Setor, a captação passou recentemente a ser encarada de forma mais profissional e séria

ADER ALVES DE ASSIS JR.
aderjr@fundocristao.org.br

Um dos maiores desafios das organizações sem fins lucrativos brasileiras é o desenvolvimento e a diversificação dos recursos para garantir a sua atuação junto à sociedade civil. Portanto, ampliar as fontes de financiamento e recursos se tornou necessário para que as entidades, além de sobreviver, possam ser efetivas no cumprimento de sua missão organizacional junto aos diversos atores.

Para garantir a sustentabilidade de projetos institucionais, a busca pela profissionalização das organizações tem sido cada vez mais presente no Terceiro Setor. Nos últimos anos, houve um amadurecimento do setor, com entidades mais estruturadas, determinadas e focadas em seus objetivos.

Entretanto, há ainda algumas barreiras culturais a serem vencidas, como a utilização de técnicas de marketing, a aproximação com o mundo corporativo e a participação mais ativa da sociedade civil. Isso requer investimento, capacitação e técnica.

Instrumentos de ação

As empresas utilizam técnicas de marketing e comunicação para desenvolver e fortalecer o conceito de suas marcas no mercado, visando o crescimento das vendas de seus produtos e serviços. No Terceiro Setor, as organizações da sociedade civil precisam aplicar esses mesmos conceitos e técnicas no dia-a-dia para obterem sucesso na mobilização de recursos.

Seguindo o exemplo de outros países, a utilização dessas técnicas começou a mostrar resultados já na década de 1970. Marketing é a base de apoio, a parte invisível aos olhos do ambiente externo, mas que sustenta a comunicação em suas diversas formas.

Assim, o sucesso das atividades desenvolvidas para a mobilização de recursos está diretamente relacionado à capacidade de

identificação de seus públicos, envolvendo seus desejos, percepções e expectativas.

Antes, o mercado era de um para muitos e hoje é de muitos para um. Isso porque novas organizações vêm surgindo cada vez mais, e a procura por indivíduos, empresas e agências de desenvolvimento capazes de se tornar doadores tem aumentado consideravelmente. É preciso compreender que a experiência e a capacitação profissional se tornam cada vez mais importantes para o aumento da efetividade das ações de mobilização de recursos no Terceiro Setor.

A busca por parcerias e projetos com o setor privado é extremamente necessária e importante para o crescimento das entidades sociais nacionais. O mundo empresarial, que fora tão distante às instituições do Terceiro Setor e julgava-as gerencialmente amadoras, está cada vez mais sensível às questões sociais e tem dedicado recursos de vários tipos a esse campo.

Outro exemplo é a aproximação com a sociedade civil para a mobilização de recursos. São milhares de indivíduos dispostos a contribuir para as atividades das organizações sem fins lucrativos.

Atual conjuntura

Todos esses novos atores envolvidos no Terceiro Setor exigem uma comunicação profissional e direcionada. O termo captação de recursos é comumente associado à mobilização de fundos financeiros, restringindo-se a atividade a duas grandes práticas: elaboração de projetos e campanhas ou ações permanentes para angariar fundos de indivíduos ou empresas. Essas são práticas importantes, mas uma política de mobilização de recursos apoiada apenas nessas duas atividades pode se revelar bastante limitada e, às vezes, até inadequada.

A redução do poder aquisitivo de grande parte da população brasileira, a ausência da tradição de contribuição financeira para pro-





O mundo empresarial, que fora tão distante às instituições do Terceiro Setor e julgava-as gerencialmente amadoras, está cada vez mais sensível às questões sociais e tem dedicado recursos de vários tipos a esse campo

jetos e causas sociais, o trabalho do governo em limitar as deduções fiscais e a escassez de recursos cada vez maior das fontes de financiamento tornam a mobilização de recursos mais complexa, embora não impossível.

O perfil diversificado do mercado e as atuais condições econômicas brasileiras nos encorajam a implementar uma estratégia de mobilização de recursos mais diversificada, criativa e adequada, ampliando a noção de capital. Assim, o conceito de mobilização de recursos é algo que vai além das finanças. Inclui a disponibilidade de tempo, prestação de serviços profissionais, fornecimento de mão-de-obra, enfim, tudo o que engloba o voluntarismo.

A implementação da Lei do Voluntariado ampliou ainda mais o conceito de mobilização de recursos e garantiu uma maior participação da sociedade nas ações e práticas sociais brasileiras. Mobilizar recursos não é um evento, mas um processo que valoriza o exercício da liberdade de comprometimento e participação de todos os atores da sociedade civil, partindo de seus talentos e capacidades pró-ativas, de forma que estes se tornem co-responsáveis pelas atividades sociais da organização.

O comprometimento e a participação são os mais valiosos patrimônios que uma organização


sem fins lucrativos pode alcançar. O objetivo é obter a confiança dos atores envolvidos e construir relacionamentos fortes e duráveis para que saibam que vale a pena investir e apoiar o seu trabalho, suas ações, propostas e idéias. Isso torna a mobilização de recursos mais uma arte do que uma ciência, mais uma capacidade do que uma técnica.

Uma estratégia de mobilização de recursos efetiva e apropriada proporciona às entidades uma maior autonomia frente às exigências e mudanças solicitadas por parte das fontes de recursos, mantendo sua identidade, valores e missão organizacional. Mais do que auto-sustentação, trata-se da sustentabilidade dos objetivos e iniciativas da organização, garantindo a responsabilidade e transparência com a sociedade civil.

Imagine só, com tantos problemas que existem no Brasil, a mobilização de recursos se torna fundamental para as organizações brasileiras. O Brasil tem um Produto Interno Bruto de R\$ 800 bilhões, que representa a nona economia social. O brasileiro, em média, consome 60 quilos de carne por ano *per capita*, enquanto o mundo inteiro come 38 quilos.

O Brasil produz mais de 1 bilhão de toneladas de grãos, o que dá a média de 300 quilos para cada brasileiro. Esses dados realmente mostram que fome não é o problema do Brasil. O grande problema é ser um país de contrastes. É um país rico, mas com gente pobre: são 50 milhões de pessoas que vivem em condições de indigência, com renda inferior a R\$ 80.

Diante desse quadro, um novo caminho vem sendo construído, por meio do envolvimento direto e indireto de diferentes setores da sociedade civil, indivíduos, organizações e empresas que em parceria ou não com o governo propõem-se a participar das questões sociais. Esse movimento da sociedade pode aparecer como uma alternativa de organização e trazer respostas inovadoras.

Ainda há muito o que fazer, mas estamos aprendendo, com a nossa prática e com a experiência de países onde a solidariedade social existe como exercício de cidadania, a fazer um Brasil mais digno, transformando cidadãos e comunidades independentes. 

Ader Alves de Assis Jr. Gerente de marketing e mobilização de recursos do Fundo Cristão para Crianças, mestre em Administração e professor de Marketing do Centro Universitário de Belo Horizonte (UniBH).

CANTO
CIDADÃO

Apelar é a única forma de conquistar e manter a audiência?

Programa de Rádio Canto Cidadão - 3 anos de audiência

No ar, todo sábado, um programa que trata de cidadania, voluntariado, responsabilidade social, entre outros **temas do Terceiro Setor**.
O resultado? A conquista de cada vez mais ouvintes em todo o país.
A missão? Misturar cidadania e alegria na instigação e no fortalecimento do cidadão a ouvir, aprender e contribuir para o equilíbrio social.



Sábado, 11h - 12h, AM 1450 kHz (Grande SP). Outras localidades, acesse www.cantocidadao.org.br

Administração das entidades constituídas por religiosos

Princípios básicos adotados em qualquer organização social ganham ainda mais importância quando o administrador carrega representatividade religiosa



SERGIO ROBERTO MONELLO

atendimento@sergiomonello.com.br

As entidades beneficentes constituídas por religiosos, pessoas que professaram votos perante um instituto religioso de vida consagrada, têm por dever realizar exata contabilidade dos bens das organizações nas quais exerçam funções administrativas em decorrência do voto de pobreza.

Assim, os administradores religiosos devem manter um controle que atinja com eficácia as finalidades das entidades. Nas várias dimensões que a administração de uma organização social apresenta, alguns devem ter melhor atenção.

Finalidades institucionais: o administrador e seus auxiliares devem conhecer com profundidade o estatuto social da entidade. Devem estar atentos ao planejamento das atividades, no cumprimento exato das finalidades estatutárias da organização. E para

isso, precisa ser criativo. A preocupação do administrador, em consonância com o estatuto social da entidade, deve ser de promover pessoas, dar a elas, dentro dos parâmetros das finalidades institucionais da instituição, condições de exercício de sua cidadania.

Recursos humanos: uma das grandes preocupações da Igreja é a prática da justiça. Na administração de recursos humanos, deverá o administrador estar atento aos ensinamentos na doutrina social da Igreja, com o fito de promover as pessoas que colaboram com seus serviços e assessoria para com a entidade. É necessário estar atento ao pagamento do justo salário, nas condições de trabalho.

Financeiro: cuidar com precisão da saúde financeira da organização é evitar qualquer situação de desperdício ou má aplicação de recursos financeiros, que

devem ser aplicados nas finalidades da entidade. Para tanto, o administrador deve trabalhar sob planejamento, com previsão orçamentária de sua administração e no efetivo cumprimento desta.

É fundamental trabalhar em plena observância ao ponto de equilíbrio financeiro da organização. Enfim, é necessário que o administrador mantenha todo o tipo de controle para a eficácia da administração financeira. Igualmente, todos os ingressos, desembolsos, receitas, despesas, obrigações e investimentos devem estar devidamente alicerçados em documentos idôneos na forma da lei.

Patrimônio: o patrimônio social é a garantia ao exercício das finalidades institucionais. Para tanto, o administrador religioso precisa manter um carinho especial no controle patrimonial, procurando cuidar e controlar



A contabilidade vai exteriorizar se a organização estáou não sendo bem administrada e se seus recursos estão sendo devidamente aplicados nas finalidades estatutárias

com atenção esses bens, de forma detalhada e específica, pois constituem dádiva de Deus a serviço dos assistidos da entidade.


Contabilidade: o bom administrador não consegue viver sem ter a contabilidade ao seu lado, já que se trata de um dos maiores e melhores instrumentos de controle. Para atingir os efeitos esperados, a contabilidade precisa estar fundamentada em um plano de contas que traduza, efetivamente, a realidade administrativa, econômica, financeira e patrimonial da entidade, além de consignar com precisão em seus registros suas receitas, despesas, ingressos, desembolsos e mutações patrimoniais.

A contabilidade vai exteriorizar se a organização está ou não sendo bem administrada e se

seus recursos estão sendo devidamente aplicados nas finalidades estatutárias. O uso de auditorias contábeis interna e externa também é importante, de acordo com o volume de recursos e bens a serem administrados. São instrumentos eficazes para o administrador corrigir eventuais falhas em seu controle. Aliás, a auditoria contábil é sempre salutar à saúde da entidade.

Jurídico: o administrador deve agir em conformidade com o ordenamento jurídico do país. Para tanto, é importante a segurança jurídica de todos os seus atos administrativos. O ideal é ser assistido com uma advocacia preventiva, a fim de se evitar erros e falhas concernentes ao direito civil, direito do trabalho, direito previdenciário, direito tributário e a outros

ramos do direito. Todos os atos administrativos devem estar sedimentados em observância às normas legais. A Constituição Federal é, indubitavelmente, o maior suporte de direito a ser utilizado pelo administrador.

Muitos outros aspectos da administração em suas várias dimensões poderiam ser aqui analisados, no entanto, esses são os mais importantes. Embora, o foco seja os administradores religiosos, os pressupostos comentados também se aplicam a qualquer administrador de entidade beneficente. 

Sergio Roberto Monello. Professor, advogado e contabilista. Sócio-diretor do Escritório Contábil Dom Bosco.



7º Congresso Brasileiro de Direito do Terceiro Setor

Setembro/06, no Hotel Gran Melia Mofarrej - São Paulo

Inscrições abertas! Reserve já a sua!
 Mais informações
congresso@economica.com.br
www.economica.com.br
 11 3161-5286

Organização social:

MARCOS BIASIOLI E MARIA HELENA GABARRA OSÓRIO

marcos@mbiasioli.com.br – mhelena@mbiasioli.com.br

Recentemente o Município de São Paulo, na esteira do que já ocorria com o Estado de São Paulo, aprovou a lei¹ que qualifica como organizações sociais as entidades sem fins lucrativos, cujo objetivo social seja voltado para a prestação de assistência à saúde².

Não obstante a ausência do pioneirismo no assunto, pois a União Federal, os estados de São Paulo, Pernambuco, Pará, Maranhão, Bahia e Minas Gerais e as cidades de Curitiba e Rio de Janeiro já implementaram propostas similares, o episódio foi suficiente para acalorar o debate em pleno ano eleitoral. Como pano de fundo, a legislação municipal, a exemplo das outras, regula a transferência de recurso público para a gestão privada que opera em prol da sociedade e mais, foi sancionada pelo principal oponente do governo federal.

Ocorre que no atual cenário nacional, em que as Comissões Parlamentares de Inquéritos (CPIs) tentam desbaratar organizações criminosas que operavam com facilidade a malversação de verbas, falar na repartição de recurso público gera urticária, e o meio político para tentar resgatar a seriedade e se fingir de guardião da sociedade já emprega a máxima de Spencer Johnson *Quem mexeu no meu queijo?* (best-seller americano). Oded Grajew, desmantelando a empreitada política, assinala “que a sociedade brasileira paga as instituições para proteger os recursos públicos, mas o que acontece é que o cachorro não late, o guarda não apita e os alarmes não tocam”³.

Assim, para que possamos tentar decifrar o enigma das vias sinuosas das organizações sociais, à guisa de soar o alarme quando constatada a abertura das comportas do orçamento público, se torna indispensável a construção de uma breve digressão sobre o tema, a iniciar por sua conceituação.

Conceito de organização social

O diploma civil divide as pessoas jurídicas em cinco espécies: sociedades; associações;

fundações; organizações religiosas; e partidos políticos. Com exceção feita às sociedades, as demais pessoas jurídicas não vislumbram lucro. Para ter maior credibilidade, as fundações e associações buscam junto à União, aos estados e municípios certificações de reconhecimento público tais como Declaração de Utilidade Pública⁴, entidade beneficente de assistência social⁵, organização da sociedade de interesse público (Oscip)⁶ e organização social (OS)⁷.

Enfim, organização social é uma qualificação obtida por pessoas jurídicas sem fins econômicos, que cumprem os requisitos legais, e são administradas por membros do próprio poder público, da sociedade civil, por pessoas de notória capacidade profissional e ilibada idoneidade moral. Elas têm como objetivo social complementar as ações do Estado, o que lhe faculta a celebração de “contratos de gestão” para administrar bens e serviços públicos.

Modelo de gestão

A implementação do modelo de gestão por intermédio das OSs se insere no contexto da reforma do aparelho do Estado, que historicamente é menos eficaz que a iniciativa privada. A transferência da gestão para as organizações não deve ser confundida com privatização, uma vez que não ocorre a efetiva cessão dos bens do Estado, mas sim a celebração de uma permissão de uso.

As organizações se constituem na *publicização* ou institucionalização das entidades de direito privado, uma vez que é realizada a destinação de um bem público para uma instituição pública não-estatal, devidamente qualificada, estabelecida mediante a celebração de um contrato de gestão.

Este modelo de gestão visa atribuir autonomia administrativa e agilidade, a fim de desburocratizar e, em especial, garantir maior flexibilidade na administração dos recursos humanos atrelados à área. As organizações sociais, muito embora sejam entidades não-estatais, possuem



a via sinuosa do desenvolvimento social

forte dependência do poder público concedente, uma vez que a legislação que as regula determina especificidades sobre funcionamento, composição de órgãos e deliberações, corpo decisório, além da participação obrigatória de membros do poder público em sua constituição.

A interferência do poder estatal se justifica, em grande parte, ante ao fato de que os serviços transferidos para a gerência da OS, muito embora não sejam serviços de competência exclusiva do poder público, são atividades de claro interesse público, como é o caso da saúde. Visa, sobremaneira, a garantia de qualidade de serviços e acesso dos segmentos excluídos da sociedade aos serviços prestados, privilegiando os atendimentos em relação à demanda diante da realidade da comunidade atendida.

Um exemplo de experiência malsucedida é a vivida pelo Reino Unido a partir de 1986, quando o governo de Margaret Thatcher aprovou a criação dos “corpos públicos não-departamentais”, também denominados de *quangos*. Houve uma grave redução da efetividade das políticas públicas, notadamente no que se refere ao *National Health Serviced*, que no passado representava um dos melhores serviços públicos da Europa, mas acabou perdendo seu conceito após a administração pelos *quangos*⁸.

Controle das organizações sociais

A via sinuosa das organizações sociais centraliza-se no fato de que as legislações das três esferas (Federal, Estadual e Municipal) em nenhum momento determinam a obrigatoriedade da realização de licitação para a celebração do contrato de gestão – nem para contratações de mão-de-obra ou realização de compras –, o que oportuniza compras fraudulentas e generalizado nepotismo com salários milionários.

Tal fato afronta, em parte, a Lei de Licitações¹⁰, e indiretamente ao que determina a Constituição Federal⁹. O Superior Tribunal de Justiça, julgando a constitucionalidade da

lei licitatória, aduz com proeza na lavra do voto do Ministro Relator, Américo Luz: “A escolha final há de recair sempre na proposta mais vantajosa para a Administração”¹¹.

A lei municipal paulistana nada regula quanto à licitação para compras e realização de concurso público para admissão de pessoal, mas determina a abertura de processo de seleção se houver mais de uma OS habilitada a gerir os hospitais públicos em uma mesma região. Embora não se regule pela lei de licitações, tal diploma ao menos procura preservar, em parte, os princípios da legalidade, igualdade, impessoalidade, moralidade e eficiência pelos quais deve se pautar a administração pública.

Por sua vez, em relação às compras e contratações realizadas com recursos públicos, posteriores à assinatura do contrato de gestão, muito embora também não dependam da realização de concursos e licitações, deverão também se pautar pela preservação dos princípios já destacados, conforme decisão proferida inclusive pelo Tribunal de Contas da União¹².


Ademais, as organizações sociais, no âmbito dos contratos de gestão, estão sujeitas aos controles contábil-financeiros exercidos pelo controle público, que possui dois papéis: evitar a malversação do recurso público e chancelar a boa administração.

Desenvolvimento social

A inserção dos entes que compõem o Terceiro Setor na reconstrução do aparelho do Estado, entre eles as organizações sociais, é sinal de crescimento do desenvolvimento social e de aplicação da Carta Política, pois do contrário representaria um retrocesso no processo e uma violação a lei.

Assim, temos que as OSs, se bem fiscalizadas e orquestradas por um Conselho Fiscal atuante, que preserve os bens públicos por meio da iniciativa privada, que adote uma política licitatória em todos os seus atos,

apesar da legislação assim não obrigá-las, que seja monitorada pelos Tribunais de Contas e pela própria sociedade, ainda que por meio do Ministério Público, certamente poderão vir a representar um verdadeiro sinônimo de desenvolvimento social.

A partir de então, se passará a distinguir, na prática, políticas de Estado e de governo, que ainda não é cristalina, como bem define em outras palavras Maria Luiza Mestriner: “Assistência, filantropia e benemerência têm sido tratadas no Brasil como irmãs siamesas, substitutas uma da outra”¹³. Enfim, o Brasil precisa de mais esta via sinuosa para o seu crescimento, porém, com a cautela que lhe faltou em outras empreitadas evitando novas mazelas. 

Marcos Biasioli. Advogado em São Paulo, mestrado em Direito – PUC/SP, pós-graduado em Direito Empresarial – The European University, administrador de empresas pela Universidade Mackenzie, membro do conselho científico da Comissão de Direito do Terceiro Setor da OAB/SP, idealizador e editor da Revista Filantropia.

Maria Helena Gabarra Osório. Advogada graduada pela Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, com especialização em Direito do Terceiro Setor pela FGV/SP. É membro da Comissão de Direito do Terceiro Setor da OAB/SP e advogada associada da M.Biasioli Advogados Associados.

¹ Lei Municipal nº 14.132, de 24 de Janeiro de 2006.

² A LEGISLAÇÃO PAULISTANA LIMITA A ATUAÇÃO DAS OS À ÁREA DE SAÚDE, ENQUANTO A LEGISLAÇÃO FEDERAL PERMITE AINDA SUA ATUAÇÃO EM ÁREAS COMO PESQUISA CIENTÍFICA, DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO, PRESERVAÇÃO DO MEIO AMBIENTE E CULTURA.

³ JORNAL FOIHA DE SP, 1º/11/05, CADERNO OPINIÃO – PÁG. A3.

⁴ EXARADA PELO MINISTÉRIO DA JUSTIÇA (ÂMBITO FEDERAL), PELAS ASSEMBLÉIAS LEGISLATIVAS (ÂMBITO ESTADUAL) E CÂMARAS (ÂMBITO MUNICIPAL).

⁵ EMITIDA PELO CONSELHO NACIONAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL – CNAS.

⁶ RECONHECIDA PELO MINISTÉRIO DA JUSTIÇA.

⁷ RECONHECIMENTO EXARADO PELO PODER EXECUTIVO.

⁸ ARTIGO O PROGRAMA DE PUBLICIZAÇÃO E AS ORGANIZAÇÕES SOCIAIS, DE LUIZ ALBERTO DOS SANTOS.

⁹ TANTO É VERDADE QUE A LEI FEDERAL DA ORGANIZAÇÃO SOCIAL ESTÁ SENDO PALCO DE DISCUSSÃO ACERCA DE SUA CONSTITUCIONALIDADE NO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL, POR MEIO DAS AÇÕES DIRETAS DE INCONSTITUCIONALIDADE, Nº 1.943-1 e 1.923-5.

¹⁰ Lei 8.666/93.

¹¹ STJ – PLENO – MS 5.602 – DJ 4/1/98.

¹² DECISÃO PLENÁRIA DO TCU Nº 907/97. “[...] EMBORA NÃO INTEGRANTES DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA, MAS COMO DESTINATÁRIOS DE RECURSOS PÚBLICOS, ADOTEM, NA EXECUÇÃO DE SUAS DESPESAS, REGULAMENTOS PRÓPRIOS E UNIFORMES, LIVRES DO EXCESSO DE PROCEDIMENTOS BUCROCRÁTICOS, EM QUE SEJAM PRESERVADOS, TODAVIA, OS PRINCÍPIOS GERAIS QUE NORTEIAM A EXECUÇÃO DA DESPESA PÚBLICA.”

¹³ O ESTADO ENTRE A FILANTROPIA E A ASSISTÊNCIA SOCIAL, PÁG. 14, ED. CORTEZ, 2ª EDIÇÃO.

Transparência acima de tudo

Tomada de consciência da sociedade brasileira sobre responsabilidade social corporativa está levando cada vez mais empresas e entidades a publicar balanços com informações de natureza social e ambiental

LUCIANO GUIMARÃES

O que o Banco do Brasil, a siderúrgica Acesita, a Calçados Azaléia, o Grupo Pão de Açúcar, a Petrobras, a companhia aérea TAM, a América Latina Logística (ALL) e a Universidade do Vale do Paraíba (Univap) têm em comum, além da solidez do nome e da reconhecida competência em suas áreas de atuação? É que todas essas empresas fazem parte de um rol cada vez maior de companhias e instituições que publicam, anualmente, balanços sociais e ambientais.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), ONG fundada em 1981 pelo sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, as informações divulgadas em um balanço social dizem respeito a projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade. Os demonstrativos também são instrumentos estratégicos para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social corporativa.

Publicadas como notas complementares nos balanços contábeis das empresas e entidades (inclusive as sem fins lucrativos) desde o início da década de 1990, esses demonstrativos ganharam importância a partir de 1997, com ações de conscientização promovidas pelo Ibase. A organização criou até o Selo Balanço Social Ibase/Betinho, que chancela as atividades sociais das empresas.

No entanto, somente em 2004 é que o Conselho Federal de Contabilidade (CFC), levando em consideração os padrões adotados pela ONG, criou a Norma Brasileira de Contabilidade Técnica (NBCT 15) – Informações de Natureza Social e Ambiental, aprovada em 2004 pela Resolução CFC nº 1.003/04. A Norma entrou em vigor em 1º de janeiro deste ano.

Padrões técnicos

Apesar da normatização, a elaboração e a divulgação das informações não são obrigatórias, mas, caso a empresa ou a entidade queira fazê-las, deve obedecer aos padrões técnicos da NBCT 15, entre os quais estão: a obrigatoriedade da assinatura no balanço de um contabilista responsável. Cabe

aos Conselhos Regionais de Contabilidade (CRCs) de cada estado fiscalizar o exercício profissional, conforme já faz com as demais demonstrações contábeis, a fim de coibir a publicação voluntária ou involuntária de informações incorretas.

A NBCT 15 exige que sejam divulgadas informações que vão desde o valor da remuneração e benefícios concedidos a empregados, os gastos com encargos sociais, com previdência privada, cultura, total de admissões e demissões, e até mesmo se a empresa tem processos trabalhistas na Justiça.

No tocante às informações relativas à interação com a comunidade, envolvendo o meio ambiente, os demonstrativos devem trazer dados sobre o número de reclamações recebidas diretamente na entidade, por meio de órgãos de defesa do consumidor e por meio judicial. Em geral, são elementos sigilosos dentro das empresas, mas quem deseja ser transparente deve atender essas normas.

“Transparência gera credibilidade. Muitas empresas que no passado tiveram problemas com a degradação ambiental passaram a se preocupar em divulgar os investimentos feitos em preservação e recuperação do meio ambiente, como forma de melhorar sua imagem perante a sociedade”, explica o contador e consultor Ernesto Dias de Souza, redator de contabilidade do Centro de Orientação Fiscal (Cenofisco) e da Lex Editora.

Conscientização

Segundo Souza, a sociedade brasileira sofreu grandes transformações nos últimos anos, e essa nova fase de consciência do cidadão sobre a responsabilidade social das empresas faz a diferença no momento de se optar pela compra de um produto ou serviço. A mudança de pensamento da comunidade e das empresas pode ser verificada no comportamento das mulheres brasileiras.

“Atualmente, são elas que estão cada vez mais à frente dos lares, formam opinião e, normalmente, escolhem as mercadorias no supermercado. São as mulheres que decidem o que os membros da família vão comer, vestir,

Para Souza, as empresas ganham institucionalmente, pois mostram à sociedade suas contribuições para o bem da comunidade e do meio ambiente




DIVULGAÇÃO/ENFEREIRO

calçar, para onde vão passear e como se divertirão etc. Já as empresas devem procurar demonstrar a esse público que gera empregos e oportunidades a todos, principalmente ao sexo feminino e não as discrimina”, afirma o especialista.


Há profissionais contábeis, peritos no tema, que acreditam que em alguns anos a publicação de informações de caráter social e ambiental passe a ser obrigatória. O contabilista Valdir Campos Costa, conselheiro efetivo do Conselho Regional de Contabilidade do Estado de São Paulo (CRC-SP), por exemplo, salienta que o

Congresso Nacional, sensível à importância da NBCT 15, pode aprovar uma lei obrigando todas as empresas e entidades a publicar demonstrativos sociais e ambientais.

“De qualquer modo, quem já faz essa ação por vontade própria, deixa claro à sociedade que tem responsabilidade com a comunidade. É salutar que as empresas façam essa radiografia de si mesmas e mostrem à sociedade e ao mercado em geral que são sérias e transparentes, e que estão comprometidas com o desenvolvimento do país”, argumenta Costa. 

Resolução CFC nº 1.003/04 e a NBCT 15

 www.crcsp.org.br/serie_millennium/resolucoes/Res1003.htm

 www.cfc.org.br/conteudo.aspx?codMenu=67&codConteudo=689

Informações sobre balanço social e ambiental

 www.balancosocial.org.br

Quem publica balanço social dá o verdadeiro valor à sociedade

Dentro de alguns anos, a publicação de balanços sociais e ambientais no Brasil deverá ser uma prática muito comum entre as grandes corporações. Este é o lado positivo da questão. O negativo, entretanto, mostra que falta ao país uma legislação mais abrangente para questões dessa natureza.

“Empresas brasileiras e estrangeiras instaladas aqui, e que não estejam constituídas na forma de sociedades por ações, não estão obrigadas à divulgação de suas demonstrações contábeis (e o balanço social não está entre elas)”, explica Ernesto Dias de Souza, contador e consultor do Cenofisco e da Lex Editora.

Normalmente, frisa o especialista, nem mesmo as corporações que devem preparar demonstrativos para fins fiscais ou societários divulgam uma demonstração não-obrigatória. É nesse ponto que se distinguem as empresas comprometidas com o bem social daquelas que não respeitam a si próprias e os valores de cada comunidade.

“No caso de uma companhia aberta que publique suas demonstrações em outro país, cuja legislação exija o balanço social, a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) estabelece que essa divulgação também seja feita no mercado interno, para que não haja informação privilegiada àquela veiculada no exterior”, diz Souza.



Sergio Monello

Escritório Contábil Dom Bosco

➤ Especializado em contabilidade de entidades do 3º Setor

➤ Assessoria fiscal, previdenciária e trabalhista

➤ Assessoria na Obtenção e gerenciamento das Certificações

➤ Assessoria em departamento pessoal

➤ Assessoria na elaboração e gestão de programas, projetos e gratuidades assistenciais

40 anos
de exclusivo compromisso com as entidades do 3º setor

(11) 3872-1195

www.sergiomonello.com.br

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

Filial Brasília - Centro Multimercado
SRTVS, Quadra 701, Bloco O, sala 611
Brasília/DF - CEP 70340-000



Alterado código de processo civil

Com a inclusão do art. 466-A no Código Civil, a sentença que condenar o devedor a emitir declaração de vontade produzirá todos os efeitos da declaração não emitida. Em relação ao art. 466-B, caso aquele que se comprometeu a concluir um contrato não cumprir a obrigação, a outra parte poderá obter uma sentença que produza o mesmo efeito do contrato a ser firmado. Já o art. 466-C prevê que, se tratando de contrato que tenha por objeto a transferência determinada da propriedade de bem, a ação não será acolhida se a parte que a intentou não cumprir a sua prestação. Há ainda o art. 475, que determina ser definitiva a execução da sentença transitada em julgado e provisória quando se tratar de sentença impugnada mediante recurso ao qual não foi atribuído efeito suspensivo.



DAVID PLAYFORD



Cancelamento de matrícula negado

As universidades não podem cancelar a matrícula de um aluno durante o período letivo por falta de pagamento da mensalidade, de acordo com o entendimento do ministro Edson Vidigal, presidente do Superior Tribunal de Justiça. Foi aplicado ao caso o art. 6º da Lei nº 9.870/99: "São proibidas a suspensão de provas escolares, a retenção de documentos escolares ou a aplicação de quaisquer outras penalidades pedagógicas por motivo de inadimplemento, sujeitando-se o contratante, no que couber, às sanções legais e administrativas, compatíveis com o Código de Defesa do Consumidor, e com os art. 177 e 1.092 do Código Civil Brasileiro, caso a inadimplência perdure por mais de noventa dias".

www.stj.gov.br



Recadastramento anual para dispensa do IPTU

Está em trâmite o Recurso Especial interposto pela Fundação Álvares Penteado, que discute a necessidade de as instituições de educação e assistência social, imunes do pagamento de IPTU, terem que se recadastrar anualmente para manter a dispensa do tributo, ação determinada pelo Primeiro Tribunal de Alçada Civil de São Paulo. A recorrente sustenta que os art. 9º e 14 do Código Tributário Nacional não impõem ao imune essa obrigatoriedade. A Ministra Denise Arruda, relatora do processo, mostrou-se favorável ao pedido da fundação e considerou que a determinação cria requisito não-previsto em lei. Ela se baseou ainda na avaliação do próprio STJ, segundo a qual entidade, que goze da imunidade há mais de 40 anos, não está obrigada a recadastrar-se ano-a-ano para fazer jus ao benefício. Atualmente, o recurso está suspenso, diante do pedido de vista do ministro José Delgado.



Atendimento às pessoas em situação de rua

O parágrafo único do art. 23 da Lei nº 8.742/93 determina que na organização dos serviços da assistência social serão criados programas de amparo às crianças e adolescentes em situação de risco pessoal e social, em cumprimento ao disposto no art. 227 da Constituição Federal e na Lei nº 8.069/90. Agora, com a alteração feita pela Lei federal nº 11.258/05, também estão incluídas as pessoas que vivem em situação de rua.



ALVARO DAMPO



Investimento em audiovisual

A diretoria colegiada da Agência Nacional do Cinema (Ancine) decide, por meio da Instrução Normativa nº 49/06, que os contribuintes do imposto de renda incidente sobre as importâncias pagas, creditadas, empregadas, remetidas ou entregues aos produtores, distribuidores ou intermediários no exterior – como rendimentos decorrentes da exploração de obras audiovisuais estrangeiras em todo o território nacional, ou por sua aquisição ou importação a preço fixo –, poderão se beneficiar do abatimento de 70% do valor devido como imposto de renda na fonte sobre as operações financeiras.

www.ancine.gov.br



Aviso prévio é obrigação

O fornecedor que rompe contrato com a empresa, sem aviso prévio, deve arcar com as obrigações assumidas, inclusive indenização prevista no acordo. Os desembargadores da 19ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul acolheram ação de cobrança, em que a fornecedora rompeu unilateralmente o acordo, sem pagar a indenização prevista de R\$ 3.172. As partes só poderiam rescindir o negócio se fosse observada a antecedência mínima do aviso prévio e se a empresa que rompeu o acordo arcasse com as obrigações assumidas.



Caracterização de deficiência

A Resolução nº 41/05 do Conselho Nacional dos Direitos da Pessoa Portadora de Deficiência instaurou a Comissão Provisória de Revisão das Caracterizações de Deficiência Visual Monocular, Deficiência Auditiva Leve e Deficiência Renal Crônica. O grupo é composto por representantes dos Ministérios da Previdência Social e da Saúde, da Federação das Associações de Renais e Transplantados do Brasil e da Sociedade Brasileira de Medicina Física e Reabilitação.

www.mj.gov.br/sedh/ct/conade



Reunião do presidente Lula com líderes da base aliada na Câmara e no Senado, no Palácio do Planalto, para definir o novo salário-mínimo

Novo salário-mínimo

Após longo debate com centrais sindicais, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva anunciou no dia 24 de janeiro o reajuste no valor do salário-mínimo, que passará para R\$ 350 a partir de 1º de abril. Conforme o Ministério do Trabalho e Emprego, o valor representa um crescimento real (já descontada a inflação projetada para o período) de 13% em relação ao ano passado, a maior variação desde 1995. Cerca de 40 milhões de trabalhadores recebem salário-mínimo no Brasil.

www.mte.gov.br

Líder do U2 visita Lula e doa guitarra para Fome Zero

Ativista social pelos direitos humanos e pelo perdão da dívida dos países em desenvolvimento, o cantor Bono, líder da banda irlandesa U2, elogiou o programa brasileiro de erradicação da fome e afirmou que o Brasil é a primeira liderança da América Latina. Durante almoço com o presidente Lula no dia 20 de fevereiro, na Granja do Torto, o vocalista anunciou a doação de sua guitarra ao programa Fome Zero. Após o encontro, que durou aproximadamente duas horas, Bono foi acompanhado pelo ministro da Cultura, Gilberto Gil, em um passeio turístico por Brasília. A banda esteve no Brasil para dois shows em São Paulo, no dia 20 e 21 de fevereiro.

www.radiobras.gov.br



Presidente Lula e o vocalista da banda irlandesa U2, Bono, durante encontro na Granja do Torto

Brasil e Argentina parceiros em saúde

Os ministros da Saúde do Brasil, Saraiva Felipe, e da Argentina, Ginés González García, assinaram no dia 18 de janeiro, em Brasília, termo de cooperação para a construção de uma fábrica de medicamentos e kits de diagnósticos para várias doenças. A planta industrial será instalada na Argentina, com investimento dos dois países. Serão responsáveis pela execução dos projetos a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) e a Administração Nacional de Laboratórios e Instituto de Saúde da Argentina (Anlis).

www.saude.gov.br

Combate à violência sexual infanto-juvenil

Aconteceu em Brasília, durante os dias 15 e 17 de fevereiro, o Seminário de Integração das Universidades Parceiras do Programa de Ações Integradas e Referenciais de Enfrentamento à Violência Sexual Infanto-Juvenil no Território Brasileiro (Pair) e do Projeto Escola que Protege, do MEC, a fim de promover o intercâmbio entre universidades, governo e entidades civis no combate à violência e ao abuso sexual de crianças e adolescentes. O Pair é coordenado pelo MDS, pela Secretaria Especial de Direitos Humanos da Presidência da República e pela Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional (Usaid).

África conhece Bolsa Família

Representantes de governos africanos estiveram no Brasil entre 23 e 25 de janeiro para conhecer o programa Bolsa Família, além de formalizar a cooperação técnica entre o Brasil e países africanos para a implantação de programas de transferência de renda. O encontro de cerca de 30 autoridades africanas com diretores do MDS foi acompanhado por técnicos do Departamento para o Desenvolvimento Internacional do Reino Unido (Dfid).

www.mds.gov.br



Ministro do MDS, Patrus Ananias, reúne-se com representantes de seis países africanos (Zâmbia, África do Sul, Nigéria, Gana, Guiné-Bissau e Moçambique) para discutir parcerias na área social

Curso a distância do Ministério da Saúde

O Ministério da Saúde iniciou em 6 de fevereiro o curso a distância de Aperfeiçoamento em Gestão de Projetos de Investimentos em Saúde, promovido em todo o Brasil por meio de uma parceria com a Escola Nacional de Saúde Pública Sérgio Arouca (ESNP/Fiocruz). A primeira turma foi de aproximadamente 800 profissionais em todo o país. O curso tem carga horária de 240 horas – distribuídas em sete meses de duração e em quatro etapas distintas – e é parte da formulação e estruturação de uma política de investimentos em saúde articulada com a política de qualificação do Sistema Único de Saúde (SUS).

www.saude.gov.br

MDS investe R\$ 15 bi em dois anos

De acordo com balanço do MDS, os programas de assistência social, segurança alimentar e transferência de renda do governo federal receberam investimentos de R\$ 15,742 bilhões em 2005 e a execução orçamentária chegou a 98,4% do total de recursos previstos. O MDS completou dois anos no dia 23 de janeiro.

Alguns investimentos:

- Erradicação do Trabalho Infantil: R\$ 533 milhões
- Sentinela: R\$ 35 milhões
- Casa das Famílias: R\$ 103 milhões
- Bolsa Família: R\$ 6,4 bilhões (incluída a verba do Ministério da Saúde)
- Cisternas: R\$ 64 milhões
- Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar: R\$ 348 milhões
- Restaurante Popular e Cozinha Comunitária: R\$ 35 milhões
- Educação Alimentar: R\$ 5 milhões

www.mds.gov.br



ELZA FIUZA/ABR

2,7 milhões de crianças e adolescentes entre 5 e 15 anos ainda trabalham

Trabalho infantil em Ouro Preto preocupa

O MDS ampliou em janeiro de 60 para 280 o número de crianças atendidas pelo Programa de Erradicação do Trabalho Infantil (Peti) em Ouro Preto (MG). A expansão prioriza as localidades com maior incidência de trabalho infantil e na validação das informações pelos representantes de estados e municípios com base nas realidades locais. Com a integração do Peti ao Bolsa-Família, o governo espera que as 2,7 milhões de crianças e adolescentes de 5 a 15 anos que trabalham, de acordo com o IBGE, não precisem mais exercer essas atividades.

www.mds.gov.br

Selo de Qualidade Ambiental

A Câmara dos Deputados analisa o Projeto de Lei 6.262/05, que cria o Selo de Qualidade Ambiental, a ser atribuído pelo Ministério do Meio Ambiente a produtos cuja fabricação e utilização não causem danos ambientais. Com o selo o produto ficará isento do pagamento do Imposto Sobre Produtos Industrializados (IPI).

www.camara.gov.br
www.mma.gov.br



Plenário Ulisses Guimarães – Câmara dos Deputados

Encontro de Consads

Entre 11 e 13 de dezembro, o Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS) realizou o Encontro Nacional dos Consórcios de Segurança Alimentar e Desenvolvimento Local (Consads), em Brasília. Entre os temas em pauta estava a avaliação do desempenho do MDS junto aos Consads e do próprio trabalho dos consórcios, que vêm sendo criados há dois anos.

www.mds.gov.br

Fundos Constitucionais crescem 200%

Nos últimos três anos os investimentos dos Fundos Constitucionais de Financiamento do Nordeste (FNE), do Centro-Oeste (FCO) e do Norte (FNO) tiveram crescimento de 200%, alcançando R\$ 6,9 bilhões em 2005. De acordo com informações divulgadas em 18 de janeiro pelo Ministério da Integração Nacional, os recursos foram aplicados em mais de 600 mil operações de crédito destinadas a empreendimentos de pequeno, médio e grande portes. Os Fundos Constitucionais foram criados em 1989 para promover o desenvolvimento econômico e social das regiões beneficiadas por meio de programas de financiamento aos setores produtivos.

www.integracao.gov.br

Linguagem de sinais na universidade

Decreto assinado pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva em 22 de dezembro torna a Linguagem Brasileira de Sinais (Libras) matéria obrigatória para estudantes dos cursos de licenciatura em Pedagogia e Fonoaudiologia a partir deste ano. A meta para 10 anos é de que todos os cursos de nível superior tenham aulas dessa linguagem. A Lei de Libras foi regulamentada no dia 27 do mesmo mês pelo ministro da Educação, Fernando Haddad.

www.mec.gov.br

○ ministro da Educação
Fernando Haddad



RODREVELT PINHEIRO/ABR



Comunicar para crescer

Cada vez mais necessária, a comunicação ajuda entidades a desenvolverem melhor suas atividades

THAÍS MENDES

Parte intrínseca da natureza humana, a comunicação sempre esteve presente na história. Com ela, o homem conseguiu descobrir o mundo e os outros ao seu redor, levando à sua evolução. No Terceiro Setor, o papel da comunicação tem também tamanha importância. Sem ela, as organizações sociais ficam no escuro e não mostram seu potencial, o que acarreta diversas consequências negativas.

Quando a organização tem visibilidade, ou seja, mostra de maneira positiva suas ações, consegue conquistar credibilidade na área em que atua. “Há muitas entidades disputando a atenção e os recursos de quem pode ajudar. Um dos quesitos mais importantes para conquistar apoiadores é definir um plano de comunicação que alcance o público-alvo da campanha, expressando com clareza e objetividade a importância do trabalho em questão”, diz o jornalista André Trigueiro, escritor do

livro *Mundo Sustentável – Abrindo espaço na mídia para um planeta em transformação* (Ed. Globo), cujos direitos autorais serão 100% destinados ao Centro de Valorização à Vida (CVV).

Comunicação, profissionalização e captação de recursos

Para alcançar a sonhada visibilidade, é preciso que a comunicação seja planejada e estratégica. Para isso, faz-se necessário um planejamento que inclua gastos com recursos humanos e financeiros periódicos. “A comunicação é o principal trampolim para a captação de recursos. Quanto maior e mais bem organizada for a comunicação, mais resultado será trazido para a captação, por isso é importante investir nisso”, explica Marcio Zeppelini, consultor em comunicação para o Terceiro Setor e editor da **Revista Filantropia**.

A profissionalização da área de comunicação se torna cada vez mais importante

para a credibilidade das informações transmitidas, seja à mídia ou aos parceiros das organizações. De acordo com Trigueiro, o amadorismo custa caro ao Terceiro Setor. “É grande o número de entidades que procuram ajustar seus procedimentos na divulgação de maneira cada vez mais profissional, prestando mais atenção em detalhes que antes passavam despercebidos”, diz.

O Projeto Axé, ONG de Salvador que tem como objetivo ser um espaço educativo para crianças em situação de exclusão, foi fundado em 1º de junho de 1990 e sempre procurou comunicar suas ações, mesmo sem sentir necessidade de montar um esquema de comunicação propriamente dito. “A única estratégia elaborada por nós foi de comunicar as atividades, resultados e problemas vivenciados pelo Axé em seu dia-a-dia, sobretudo à cidade de Salvador, e depois a nível nacional e internacional”, conta Cesare de Florio La Rocca, presidente da entidade.

Para Felipe Mello, diretor da ONG Canto Cidadão, não ter uma boa estratégia de comunicação é sinal negativo. “Quando não existe planejamento do que será divulgado, para quem será divulgado ou por que, o tipo de material que chega à mídia é frágil, sem consistência ou coerência com a história do trabalho. E isso pode até mesmo comprometer a imagem da iniciativa, tanto junto ao veículo de comunicação quanto aos ouvintes ou telespectadores, na hipótese de uma matéria ruim ser divulgada”.

Fernando Credidio, presidente-executivo do Instituto Parceiros da Vida de Comunicação & Responsabilidade Social Empresarial, complementa que a comunicação deve ser marcante. “A organização deve falar para quem ela está se dirigindo. Acho que tem de ser agressiva, no sentido de incentivar e emocionar aquela pessoa, sem cair no lugar-comum. Também é bom sensibilizar os jornalistas com a parte boa das ações, sem omitir as deficiências da entidade”, sugere.

As dificuldades sentidas pelas entidades para conseguir espaços de divulgação muitas vezes atrapalham o trabalho realizado, ou até mesmo diminuem o âmbito que poderiam alcançar. O Centro de Valorização à Vida (CVV), que possui 60 unidades em todo o Brasil e é composto por cerca de 3 mil voluntários, é divulgado mas não tanto quanto gostaria, pela necessidade que tem de ser conhecido.

“Os voluntários são responsáveis por conseguir apoio local, regional e nacional para realizar a divulgação do serviço. Nacionalmente, buscamos agências de publicida-

de que possam criar e veicular campanhas. Essas mesmas campanhas são ‘distribuídas’ em nível local pelos próprios postos, com o apoio das equipes de divulgação. Além da publicidade, temos o apoio de uma assessoria de imprensa que nos ajuda em entrevistas”, conta Adriana*, voluntária da área de comunicação.

Porém, na hora de divulgar as peças publicitárias, sempre aparecem problemas. “Muitas vezes o parceiro que criou a campanha sente dificuldade em produzi-la. Em outras, temos a criação e a produção, mas não conseguimos espaço para veiculação. A dificuldade também está no fato de os materiais serem caros, dificultando o volume de distribuição”, acrescenta ela.

Prestação de contas

A transparência de uma organização é essencial para fidelizar os doadores. Para ajudar nesse processo, a prestação de contas é protagonista, pois mostra os resultados aos contribuintes e à comunidade atingida. “Qualquer coisa que você peça, qualquer tipo de doação, o mais importante é o depois, o ato de prestar contas. Assim, ao pedir novamente, é mais fácil conseguir a confiança do doador”, diz Zeppelini. Felipe Mello complementa: “Comunicar para inspirar, reforçar a marca, ganhar respeito, abrir portas e prestar contas. De dentro para fora, esses objetivos devem estar intrinsecamente associados ao processo de comunicação, e são fatores decisivos para a manutenção e crescimento dos projetos”.

Atingir o público-alvo com histórias tocantes é comum na rotina das entidades sociais. Porém, tudo o que é divulgado deve ser verdadeiro, sem apelo sentimental exagerado. “É forçoso dizer que não se deve, em hipótese alguma, maquiagem a realidade para se obter a visibilidade almejada. Qualquer pequeno arranhão na credibilidade de uma organização voluntária pode determinar seu desaparecimento por inanição”, diz Trigueiro.

Apelo social

O objetivo social da organização deve ser o foco da comunicação. Ou seja, a causa defendida é o caminho para mostrar aos receptores a mensagem que será transmitida. “É muito mais fácil conseguir espaço quando se fala da causa, e não da instituição em si. Por exemplo, se sua entidade trata de câncer de mama, fale sobre a doença, diagnósticos, tratamentos, auto-exames. E, no final, assine com o nome da instituição”, recomenda Zeppelini.

Atingir o público-alvo com histórias tocantes é comum na rotina das entidades sociais. Porém, tudo o que é divulgado deve ser verdadeiro, sem apelo sentimental exagerado



* O CVV SÓ FORNECE O PRIMEIRO NOME DE SEUS VOLUNTÁRIOS POR MOTIVOS DE SEGURANÇA PESSOAL.

“A comunicação é o principal trampolim para a captação de recursos. Quanto maior e mais bem organizada for a comunicação, mais resultado será trazido para a captação”

Marcio Zeppelini



A preocupação em não fazer papel de “coitadinha” também deve existir. “A mídia gosta de histórias que mexam com o imaginário coletivo. De forma simplificada, a organização precisa contar uma história interessante para o veículo de comunicação, de forma direta, clara e empolgante. Não sou partidário da linha da ONG que faz o papel de vítima. Em termos práticos, o resultado pode nem ser positivo para a própria organização, pois ficará associada a ela a imagem de problema, e não de solução”, explica Mello.

Outro enfoque importante para a comunicação é fazer com que os receptores se sintam parte do problema, ou seja, se encaixem na causa de sua entidade. Novamente no exemplo da organização que trata câncer de mama, é importante não somente comunicar o alvo principal do problema, que são as mulheres, mas também os filhos e maridos, que vão precisar lidar com o problema na família.

“As entidades precisam construir uma comunicação voltada para o interesse público, e não apenas para suas próprias necessidades. Porque muitas vezes elas só pensam na comunicação para conseguir algo que estejam precisando no momento. Acho que é preciso ir mais adiante. Além de atrair atenção da imprensa, as organizações têm grande oportunidade de resgatar formas alternativas de comunicação e promover o desenvolvimento de sua causa, não importa qual seja”, diz Credidio.

Comunicação interna

O que acontece na entidade, os objetivos que ela atinge e as realizações conquistadas são informações que nem sempre chegam aos ouvidos dos funcionários e voluntários que se esforçam para conseguir esses resultados. Por isso, a rede de comunicação interna da organização também faz parte do sucesso das ações desenvolvidas. “A comunicação interna deveria envolver toda a equipe, empregados, voluntários. O papel da entidade é fazer com que eles sejam também agentes mobilizadores”, diz Credidio. “É muito importante mostrar onde se está aplicando os recursos captados, as conquistas. Às vezes, o funcionário ou o voluntário batalha e não vê resultado porque ele não tem acesso aos dados. Você pode ter um número extremamente positivo e o funcionário está desmotivado porque não sabe”, complementa Zeppelini.

“Não poderia haver uma boa comunicação externa, por meio dos veículos de comunicação, se depois de muitas dificuldades e tentativas não tivéssemos conseguido

identificar, elaborar e implementar bons canais de comunicação interna. Mesmo com esse esforço permanente, às vezes acontecem falhas na comunicação interna”, conta La Rocca sobre o Projeto Axé, mostrando como é difícil fazer as notícias sobre sua entidade chegarem à mídia sem que a comunicação interna esteja organizada.

Para comunicar seus funcionários, voluntários, colaboradores e parceiros, existem diversas opções, como envio de e-mails, faxes, informativos, boletins internos, reuniões, relatórios e até pelo uso do site. Para Mello, “a performance individual e, conseqüentemente do time, está intimamente ligada à fluência e à democratização interna das informações. As pessoas temem o que desconhecem e têm o hábito de abdicar ao que lhes abandona. Por isso, é preciso deixar claro o que está sendo feito e quais ações estão por vir”. “A comunicação interna mantém a unidade dentro da organização”, completa Adriana.

Internet

Ferramenta fundamental para a visibilidade e credibilidade da organização, a internet é hoje um dos meios de comunicação mais comuns. A rapidez de acesso e o preço mais baixo são dois atrativos para quem quer divulgar sua entidade, além de muitas vantagens oferecidas pela rede.

Possuir um site com informações sobre as ações desenvolvidas faz com que elas ganhem mais repercussão e sejam vistas por pessoas de todo o mundo. Qualquer pessoa interessada no projeto pode acessar a página e encontrar tudo o que deseja saber, inclusive sobre como se tornar um doador ou parceiro. “As fotos e textos colocados no site conseguem mostrar de forma clara e objetiva o que a entidade faz. Isso transmite uma imagem mais confiável, se comparado a uma instituição cujo trabalho é divulgado somente pelo telefone”, diz Zeppelini.

Além do site, há também outros meios de se comunicar pela internet, como o e-mail e a *newsletter* on-line. Desde que enviados a quem se interessa, claro, para não gerar problemas. “Uma dica é não enviar e-mails pesados para a redação dos veículos sem que elas solicitem. Isto somente gerará antipatia com relação à forma de agir da organização. O caminho para manter uma boa relação com a mídia é fornecer elementos interessantes para que ela componha seus espaços”, conta Mello.

Outra oportunidade de colocar material à disposição da mídia é a sala de imprensa do site, que oferece fotos em alta resolução e

notícias sobre a entidade. Com isso, jornalistas têm acesso ao material de divulgação da organização sem precisar esperar pela ajuda de um funcionário. Outro fator importante é manter os dados sempre atualizados, a fim de fortalecer a credibilidade da organização.

Telemarketing. Vale a pena?

O uso do *telemarketing* para conquistar doadores divide opiniões, e nem sempre é uma boa maneira de se aproximar de novos parceiros. O ato de ligar para a residência das pessoas escolhidas, muitas vezes sem nenhum critério, é um tanto invasivo, e pode ser até mal recebido por quem atende o telefone. Além da possibilidade de não surgir interesse pelo assunto, às vezes a pessoa não pode falar ao telefone naquele momento. “Se a ONG realiza um cadastro de pessoas interessadas, ou ainda aparece em matérias e diversas pessoas enviam e-mails querendo saber mais, o *telemarketing* pode funcionar como um reforço na transmissão da mensagem. Claro que o bom senso sugere que não sejam feitas ligações em horários ofensivos”, diz Felipe Mello.

Sob outro ponto de vista, Fernando Credidio critica o *telemarketing* pela porcentagem direcionada às empresas, e não para as ONGs.

“Para mim, deveria se chamar televendas, e não *telemarketing*. As organizações fazem parceria com empresas de *telemarketing* que ficam com até 70% do volume arrecadado. Se a pessoa recebesse um telefonema para doar R\$ 10, por exemplo, e soubesse que R\$ 7 vai para a empresa, acho que ela desistiria de fazer a doação”.

Para Marcio Zeppelini, essa ferramenta só é eficaz se não andar sozinha. “É preciso executar ações antes, durante e depois do *telemarketing*. Antes você consegue nomes de quem já conhece ou ouviu falar da entidade. Durante a conversa telefônica, você indica o site para mais informações, e depois envia um e-mail de agradecimento ou um convite para um evento. Esse conjunto todo, se bem elaborado, pode ser uma boa estratégia”, diz.

Contato com a imprensa

Antes de começar a enviar sugestões de pauta, é preciso definir qual veículo de comunicação será utilizado, e para cada um deles o material deve ser diferenciado. “Fazer o release e distribuir para todos os veículos está errado. É preciso observar as características de cada meio de comunicação e enviar matérias específicas. Não adianta preparar um texto

“As entidades precisam construir uma comunicação voltada para o interesse público, e não apenas para suas próprias necessidades”

Fernando Credidio



A **Synergia** está ao seu lado na busca pelo desenvolvimento sustentável, assessorando as ações filantrópicas desde as atividades mais intrínsecas até a captação de recursos.



grande e enviar a mesma pauta para uma editoria do Terceiro Setor e para uma de beleza, por exemplo. Falta informação para vender a causa adequadamente”, explica Credidio.

“Para chegar até a mídia, é preciso saber quem é ela e qual linguagem ela fala. Recomendando a criação e atualização constante de um banco de dados com contatos regionais e nacionais nos principais veículos de televisão, rádio, jornal, revista, internet e qualquer outra forma de mídia existentes em sua localidade. Uma vez identificada a pessoa que receberá o seu material, respeite o tempo dela”, complementa Mello.

O ato de chamar a atenção da mídia para que ela escolha sua pauta no meio de tantas outras não é tarefa fácil. A relevância do tema para o público-alvo da publicação é ponto imprescindível na escolha, assim como a ética e a transparência, considerados obrigatórios.

A televisão, especificamente, é o veículo mais difícil para se conseguir espaço. “90% dos brasileiros têm na televisão a principal fonte de informação. A boa visibilidade neste veículo assegura muitas vezes o empurrão necessário para que uma determinada organização seja reconhecida com mais facilidade e, por conta disso, enfrente menos dificuldades no dia-a-dia. Pautar um canal de televisão requer planejamento estratégico, que identifique os caminhos para a construção de uma pauta, amadurecimento de um bom contato, e o mais importante de tudo, ter o que mostrar”, diz André Trigueiro. A televisão

necessita de boas imagens, e se a organização não as possui, fica ainda mais difícil conseguir algum espaço.

Além disso, a televisão tende a ser mais seletiva que os outros veículos. “Como a abrangência da televisão é muito maior, em âmbito nacional, a concorrência também pode ser mais acirrada”, diz Zeppelini. Porém, Trigueiro alerta para a característica instantânea do meio de comunicação. “Naquela semana, todo mundo se lembra da reportagem. Depois, o tempo vai ajudando a esquecer – e o esquecimento será tão mais rápido quanto for o desleixo da organização em não prestar atenção a outros caminhos para a divulgação”.

Após o contato com a imprensa, é preciso definir quem vai dar a entrevista para fornecer informações corretas sobre a organização. “Acho que isso é um fator que complica um pouco a comunicação, porque não existe essa preocupação em selecionar pessoas que melhor se expressem em entrevistas. Normalmente vai o diretor ou presidente da organização, até por ego ou vaidade”, diz Credidio.


No caso do Projeto Axé, todos são treinados para saber responder à demanda da comunicação. “Qualquer adulto do Axé está apto a dialogar com os profissionais da imprensa. Ressalvados os limites legais do Estatuto da Criança e do Adolescente, da conveniência, da defesa e da proteção da infância e da juventude, também nossos educandos têm acesso ao diálogo com a imprensa na-

cional e de outros países. A prática está a tal ponto sedimentada no Axé que as crianças aprenderam a se tornar de entrevistados a entrevistadores”, conta La Rocca.

Fator essencial para o crescimento

Conseguir fidelizar parceiros e doadores que possam ajudar a causa e mostrar profissionalismo na área da comunicação é fato que dá maior visibilidade à entidade. “Não adianta conseguir um sócio que esteja apoiando por dó. Ele precisa, além de investir dinheiro, tempo e dedicação, vestir a camisa mesmo”, explica Zeppelini, que completa: “É necessário convencê-lo de que se hoje a organização atende a 100 pessoas, com a ajuda dele poderia ampliar para 200”.

Além disso, fazer com que a comunicação integre o planejamento estratégico da organização e que haja um orçamento específico para ela é igualmente essencial para o sucesso. De acordo com Fernando, a comunicação faz parte da gestão, “não dá para separá-la da administração de uma entidade”.

Para não fazer parte da máxima “quem pede esmola, recebe trocado”, o ideal é mostrar o lado positivo da entidade, torná-la referência na área em que atua. “Boa comunicação demanda sinceridade e empolgação. Deixar claro qual a missão da organização e por que ela merece respeito. Quem comunica de forma entusiasmada coleciona mais interessados, pois a idéia é ‘vendida’ de forma especial”, finaliza Felipe Mello. 

10 dicas de comunicação para sua organização

- 1 Crie um diferencial ao seu projeto e identifique o melhor apelo social.
- 2 Se necessário, promova eventos.
- 3 Tenha concisão e clareza – diga tudo, mas somente o necessário.
- 4 Tenha ética, acima de tudo.
- 5 Muito cuidado para não se tornar piegas. Uma frase pode surtir um ótimo efeito, mas também pode dar a conotação de “coitadinha”.
- 6 Fotos! Utilize-as sempre que puder e prefira as imagens de sua própria entidade ou da comunidade onde atua, evitando banco de imagens.
- 7 Use e abuse da assessoria de imprensa. Cobre-a por veiculações espontâneas, faça com que ela “crie” notícia.
- 8 Deixe os detalhes no site. Lá tem espaço de sobra para colocar informações minuciosas.
- 9 Dados estatísticos dão credibilidade. Faça pesquisas.
- 10 Cupons de adesão agregam valor à entidade. Ter em mãos os dados do potencial doador é muito valioso.



Conselho de Entidades Sociais do Paraná

Elo de interação entre o Primeiro, o Segundo e o Terceiro Setor, o Consesp possibilita o fortalecimento da rede de solidariedade entre as entidades e a sociedade

ELAINE IORIO

Após o final da década de 80, o crescimento do Terceiro Setor, com a fundação de novas organizações sociais, e a ampliação de atuação eram evidentes. Entretanto, era igualmente notória a falta de conhecimento entre essas entidades, resultando em duplicidade de atendimento e falta de controle e intercâmbio necessários para um melhor e mais eficaz trabalho de inclusão social.

Visualizando a real necessidade de se criar um órgão representativo que defendesse os direitos e ampliasse os benefícios e a interação entre as entidades paranaenses, foi fundado em 11 de março de 1988 o Conselho de Entidades Sociais do Paraná (Consesp), cujos objetivos são:

- Propiciar a integração do trabalho social em planejamentos, projetos, programas, atividades e serviços de natureza social, assistencial e promocional.
- Estimular a criação e a dinamização de serviços sociais, oferecendo assessoramento e orientação nos aspectos técnicos, jurídicos e administrativos.
- Instigar e promover o trabalho do voluntário nas entidades sociais.

São 125 entidades sociais filiadas atualmente, que compartilham os valores defendidos pelo conselho, como participação independente de credo ou religião, luta pelo bem comum e defesa de direitos da pessoa humana, tais como, vida, liberdade, igualdade, saúde, educação, moradia, segurança.

Filiação

Para se filiar ao Consesp as entidades devem preencher o cadastro fornecido pelo conselho e atender a requisitos como: ser dotada de personalidade jurídica; ter estatuto social, CNPJ, declaração de Utilidade Pública Municipal e Estadual; e apresentar a última ata de posse da diretoria eleita.

As entidades filiadas usufruem algumas vantagens, entre elas: participação em todos os eventos e promoções do Consesp; engajamento e mobilização de ações em prol e benefício das filiadas e do próprio conselho; parceria de troca de recursos, experiências, informações e orientações que beneficiam os voluntários e o público-alvo em atendimento; e a oportunidade de denunciar atos de exploração junto à sociedade, por parte de indivíduos e entidades que corrompem a área da beneficência e da filantropia.

Atuação

Nos últimos 18 anos, o Consesp vem trabalhando pelo fortalecimento do setor social paranaense, e entre suas principais realizações estão:


- Cooperação na capacitação de recursos.
- Coordenação de campanhas de arrecadação de gêneros alimentícios, cobertores, remédios, roupas, calçados e móveis usados, que são distribuídos entre as entidades sociais filiadas.
- Instituição da data 27 de setembro como o dia do Voluntário Paranaense e do período de 24 a 30 de setembro como a semana do Voluntário Paranaense (Lei Estadual nº 9.315/89).
- Criação do Troféu União, em homenagem à Entidade do Ano, e da placa de mérito ao Voluntário do Ano.
- Instituição da Bandeira do Voluntário.
- Elaboração da Oração do Voluntário.
- Criação da Canção do Voluntário.
- Elaboração e publicação do Manual do Voluntário.

A criação do Manual do Voluntário (R\$ 5)


é motivo de grande orgulho para o conselho. Segundo a 1ª vice-presidente da organização, Rute Yamasaki, ser voluntário tem motivo nobre, é emprestar seu talento pessoal e tempo disponível para que outra pessoa possa ter a oportunidade de também aprender e crescer, “mas somente nos últimos anos é que esse perfil de voluntariado vem se sedimentando por meio da chamada sociedade civil minimamente organizada. É o chamado voluntariado profissional”.


Já em relação aos projetos desenvolvidos completa ela, em parceria com instituições de ensino, pastorais sociais, consulados e instituições públicas e privadas, destacam-se:


- Projeto Aprendendo a Crescer: cursos de geração de renda para voluntários e população carente das entidades sociais.
- Programa de Lazer dos Voluntários: oportuniza aos voluntários momentos de descontração, novas amizades, diversão, turismo e cultura.
- Projeto Oficina de Música: voltado para adolescentes e idosos das entidades e comunidades da região metropolitana de Curitiba.
- Programas de Atendimento à Saúde e Odontologia: destinado aos assistidos e usuários das entidades filiadas.


Para os próximos capítulos, o conselho prevê a construção do Memorial do Voluntário Paranaense e de sua sede própria, que será vitrine do trabalho do voluntário e ponto de registro da história do voluntariado do Paraná. 

Consesp

 Rua João Antonio Xavier, 730
Curitiba/PR

 www.consesp.org.br

 consesp@yahoo.com.br

 (41) 3342-6171

Cooperativismo, economia solidária e software livre

ROSALVI MARIA T. MONTEAGUDO

contato@rosalvimonteagudo.com.br



A repartição eqüitativa do lucro e o problema do trabalho não foram resolvidos, inclusive, nas empresas industriais criadas pelas cooperativas de consumo

Com a revolução tecnológica, surge uma nova concepção de cooperativismo, fazendo-se necessária a revisão dos esquemas de geração de trabalho

No Brasil e no globo ainda não foi realizada a verdadeira proposta do cooperativismo de organizar o capital sem dano ao social. O surgimento dessa proposta foi durante a predominância do capitalismo em uma crise socioeconômica. Atualmente, estamos vivendo a mesma época em que o regime capitalista tira partido de tudo para dominar a humanidade, que passa por miséria e desemprego, sem defesa desse poder econômico.

O cooperativismo surgiu com muitas outras sugestões ainda atuais. Além de ter uma presença forte para a organização socioeconômica, chegou a prever as etapas do desenvolvimento futuro, com possibilidade de vitória devido aos seus princípios ativos. Os pioneiros diziam: “Todos que trabalharam e contribuíram na formação da riqueza deviam ter parte na distribuição”. Outro problema levantado era resolver o desemprego, por meio das indústrias criadas pelas cooperativas de consumo. Até hoje não se encontrou o meio de superar a dificuldade de organizar o mercado de trabalho devido à manutenção do modelo de empresa seguido pelo capitalismo.

Que soluções as empresas têm trazido para organizar o socioeconômico? Nem as cooperativas têm feito isso, pois mantiveram os mesmos modelos mantidos pelo capitalismo. Um programa completo tendo como base os princípios teóricos e as regras práticas da organização e do funcionamento sempre foi uma das grandes revoluções aos sistemas socioeconômicos, em que as idéias e as realizações são inseparáveis. A participação no lucro da empresa foi um dos princípios cooperativistas, graças

aos maus resultados nas empresas capitalistas e do problema da organização do mercado de trabalho. Porém, a repartição eqüitativa do lucro e o problema do trabalho não foram resolvidos, inclusive, nas empresas industriais criadas pelas cooperativas de consumo.

A era da informação

Agora, na terceira revolução industrial e tecnológica, a do computador, cria-se uma nova concepção e adaptação à geração de trabalhos pelos meios de comunicações, com a internet e a iTV (TV virtual), entre outros. A liberdade é por meio do software livre; e uma empresa é um modelo que deve pertencer à sociedade para resolver o problema do desemprego e distribuir renda entre todos, fixando o homem em seu local de trabalho, com respeito a sua geopolítica e em desenvolvimento dos recursos humanos, uma vez que todos são cooperadores/donos e usuários do capital.

Os princípios cooperativistas podem contribuir na organização socioeconômica, mas precisam ser criadas novas regras práticas, para a autonomia na organização e o funcionamento das empresas. Entretanto, examinam-se cuidadosamente para uso útil em um software livre, com planejamento e programações para compartilhar os recursos humanos, materiais e econômico-financeiros, em benefício de todos.

É uma moderna ferramenta que deve pertencer a todos, mas é necessário que se apresente com novas associações de idéias à fraternidade e igualdade. Por outro lado, precisa dar outra direção para a interdependência entre os meios tecnológicos, via software livre e o mercado interno, em respeito à geopolítica, a fim de organizar a mão-de-obra e gerar trabalho. Essa é a verdadeira revolução/evolução socioeconômico.



A “iempresa” é o meio de implementar as novas regras, por meio do software livre, para gerar trabalho em um novo modelo socioeconômico, com autonomia na organização e distribuição de renda

O software livre faz uma interdependência com o mercado interno de cada país, por meio de um moderno Federalismo em ação global, para que pertença à humanidade. Apesar de estar dentro de um entendimento da época atual, precisa ser revisto para que o cooperativismo possa integrar o social com o econômico de maneira clara e transparente. A preocupação é de apresentar aspectos modernos que possam conduzir as efetivas mudanças, no sentido de satisfazer as necessidades humanas.

O conceito de “iempresa”

A sociedade precisa se organizar para compartilhar as formas de solidariedade social. Na moderna tecnologia, a do computador, precisa acompanhar as necessidades humanas, implementando decisões adequadas aos seus diversos níveis. Despertando para as novas técnicas, o desenvolvimento será delineado conforme a realidade existente, de baixo para cima, em benefício de todos e não de poucos. Nesta era da globalização, todos indistintamente serão atingidos.

O que parecia indispensável era que o cooperativismo adquirisse uma identidade, para que os objetivos fossem atingidos. O modelo por si só não era suficiente, era preciso encontrar um sistema que tornasse viável a sua atuação no mundo moderno. Uma nova empresa capaz de trazer discernimento à situação presente, criando uma possível consciência social significativa. A “iempresa” é o meio de implementar as novas regras, por meio do software livre, para gerar trabalho em um novo modelo socioeconômico, com autonomia na organização e distribuição de renda. Uma questão simples que pode organizar um meio de compartilhar e cooperar para organizar a mão-de-obra.

O problema da organização do patrão/consumidor não foi resolvido, o mercado de

consumo, a produção e a geração de trabalho, porém, buscam solucioná-los na “iempresa”. Ao organizar necessidades, interesses e reivindicações, o modelo torna de forma transparente a maior produção da humanidade: a informação. É a heterogeneidade na homogeneidade. O mercado financeiro passa a ser regulamentado pelo humano sistema de equilíbrio, que é o controle democrático da produção, pela cooperação, de baixo para cima, para adaptar os indivíduos às transformações constantes da sociedade.

Segue uma Revisão dos Princípios Cooperativistas, em que se criam sugestões com novas regras aos universais princípios:

Adesão livre

A adesão é livre, mas tem como suporte um estudo anterior no mercado, a fim de organizar o processamento das novas regras para estabelecer a simbiose socioeconômica e formar os valores prefixados em equidade A/B/C/D, via software livre.

Controle e gestão democrática

O controle democrático se fortalece pelo mesmo nível de decisão em horizontalidade entre todos os cooperados/donos, em uma dinâmica gestão administrativa e democrática, por meio de novas regras e fixação do homem em seu local de trabalho.

Participação econômica dos sócios

A cooperação econômica é feita em simbiose socioeconômica via software para estabelecer as bases dos cooperadores/donos, prefixando os valores A/B/C/D e organizando o capital associado ao trabalho.

Autonomia e independência

A autonomia na organização da “iempresa” em seu funcionamento é em interdependên-

cia socioeconômica. Inverte-se o papel das empresas pela autonomia, pois, ao ficarem independentes da interferência estatal, passam a colaborar com o Estado na independência socioeconômica do país.


Educação, treinamento e informação



Organiza a educação, o treinamento e a informação por meio de valores sociais, para formar seus recursos humanos. O sistema de informação solidário é em cooperação social, e compartilha os recursos humanos em desenvolvimento do capital produtivo.

Intercooperação

Organizar a “iempresa” em semi-integração, cooperação, integração e interação para interligar e suprir todas as necessidades, as reivindicações e os interesses dos cooperadores/donos de baixo para cima. Porém, precisa unir a organização técnica de uma extremidade a outra, ou melhor, de uma pertinência da necessidade de um indivíduo em interação e relevância do globo, via software livre. Entretanto, precisa de uma governança na internet.

Preocupação com a comunidade

Tem como saída o sistema de informação solidário para suprir todas as necessidades, gerando trabalhos, uma vez que todos devem trabalhar para viver bem. Organiza o valor da moeda preestabelecido, prefixado e pós-fixado A/B/C/D. 

 www.rosalvimonteagudo.com.br
 www.econsolidaria.org.br

Rosalvi Maria T. Monteagudo, Bibliotecária com pós-graduação em Ciência da Informação. Estuda e elabora trabalhos sobre sistema de informação, redes mundiais e banco de dados.

Uma formação acadêmica diferente

Muito mais que satisfação pessoal o trabalho voluntário promove o desenvolvimento do ser humano

TIAGO CARDOSO DA COSTA LIMA
ticostalima@yahoo.com

“Venho de uma família de classe média que sempre me garantiu todo apoio necessário. Ao mesmo tempo, sempre houve a preocupação de se mostrar o valor de tudo que tínhamos, comparar à realidade ao nosso redor. Logo, sempre fui uma pessoa atenta ao cenário social em minha volta, mas nunca havia participado efetivamente de alguma atividade modificadora. Até que, certo dia, surgiu um convite de dentro da família. Minha mãe havia coordenado uma oficina de protagonismo juvenil da ONG Natal Voluntários, cuja temática principal, abordada naquele dia, era a dificuldade de ingresso em universidades federais por alunos de escolas públicas.

Dessa forma, ela sugeriu que alunos da própria universidade poderiam auxiliar os estudantes de escolas públicas para transpor essa difícil barreira. Na época, início de 2001, eu tinha 18 anos e cursava o segundo ano de Biologia na Universidade Federal do Rio Grande do Norte, mas agarrei a problemática apresentada por minha mãe como um desafio a ser superado. A iniciante vida universitária coincidiu com meus primeiros passos no mundo do voluntariado, permitindo-me obter uma formação acadêmica diferenciada da grande maioria.

Nessa mesma época, após conseguir o apoio de alguns amigos da universidade, iniciei com um pequeno grupo o projeto Elo Universitário, em que a vontade de ajudar superava a falta de experiência na área de ensino. Nós nos encontrávamos todos os sábados pela manhã para formar grupos de estudos com alunos da rede pública. A dificuldade inicial de acordar cedo nos finais de semana logo foi substituída pela vontade de encontrar o grupo na escola e crescer cada vez mais com os alunos.

O resultado positivo de aprovação no vestibular no nosso primeiro ano foi uma injeção de ânimo, advindo novos voluntários universitários de diversos cursos e parceiros do setor privado. No desenvolver do projeto, nos sentimos mais confiantes e decidimos ministrar aulas de preparação para o vestibular. Atualmente em seu sexto ano, o grupo é composto por voluntários de todas as áreas exigidas no vestibular.

Vivência

A minha participação no projeto possibilitou conhecer pessoas diferentes, com vidas e realidades bem distantes da minha. Deparei-me com situações diversas – que surgiam para mim como um tapa na cara – como de alunos que muitas vezes faltavam às aulas por não possuir dinheiro para o ônibus. Assim, meus problemas eram evadidos e eu me forçava a enxergar certas situações por perspectivas distintas.

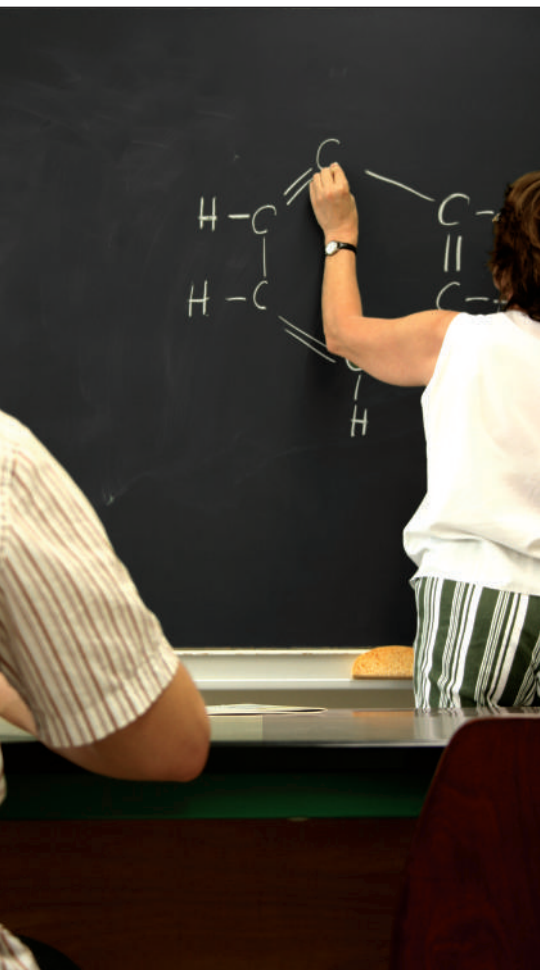
Ao mesmo tempo, desfrutava dos serviços de uma universidade pública, e essa condição obrigava-me a buscar ainda mais alguma forma de retribuição, por saber que muitos desejariam ter uma vaga como a minha, mas que, no entanto, não detinham nenhuma condição.

Outro passo

A vivência na área do voluntariado também me trouxe bastante felicidade, ao conhecer outras pessoas que desenvolvem trabalhos transformadores. Ainda na universidade, em 2004, convidei três amigos universitários que participavam de três ONGs diferentes para compor outro projeto: o Centro de Voluntariado Universitário (CVU). Nosso objetivo é explorar, da melhor forma possível, a participação social dentro da universidade, sair um pouco das quatro paredes da sala de aula e aplicar os conhecimentos diretamente nas comunidades.

Na criação do centro, pensei na possibilidade de outros alunos terem uma formação semelhante à que vivenciei, com um desenvolvimento mais amplo, mais humano. Algo essencial para os dias de hoje, nos quais cada vez mais se estimula apenas o individualismo, a concorrência, e que, para se atingir certos objetivos, as pessoas optam por caminhos eticamente questionáveis.

Dessa maneira, me envolvi completamente na área do voluntariado, participando de cursos, palestras desenvolvidos pelo Natal Voluntários e outras atividades relacionadas. Em 2005, tive a oportunidade de representar o Brasil no Encontro



STEFAN KRILLA



“Sonho que se sonha só é só um sonho que se sonha só, mas sonho que se sonha junto é realidade”

Raul Seixas

Internacional de Jovens Voluntários realizado na França. Participaram do evento mais de 100 jovens de 50 países diferentes, todos envolvidos de alguma forma com trabalhos sociais.

Foram 15 dias convivendo com pessoas de culturas completamente diferentes, ouvindo os problemas e soluções que buscam em seus países, tentando filtrar o máximo possível da riqueza que circulava no encontro. Conhecer pessoas de mundos tão distintos, mas que compartilham de ideais semelhantes, nos dá força para continuar trabalhando e acreditar em um futuro melhor.

Benefícios

Em cinco anos de envolvimento em atividades voluntárias, posso constatar facilmente alguns benefícios como a experiência de trabalho em grupo,

de coordenação, de criação de projetos etc. Porém, outros são mais abstratos. Como saber o valor da quantidade de amizades que criei nesse tempo, dos depoimentos de pessoas que afirmaram que nunca teriam feito o vestibular se não fosse o projeto, de saber que uma aluna do nosso primeiro ano está agora ingressando em um mestrado?

Certamente são satisfações que não têm preço. Devo destacar que esse caminhar por mundos diferentes me garantiu uma consciência política crítica diferente da qual teria caso não buscasse sair um pouco do meu mundo. Sei que a experiência me tornou uma pessoa, um profissional, muito mais sensível aos acontecimentos ao meu redor, por meio de ensinamentos que não são dados em nenhuma sala de aula, que só se consegue ao conviver com a diferença.

Atualmente, o desenvolvimento de uma atividade social apresenta-se para mim como algo natural, como os estudos, o trabalho e lazer. Não dá mais para fechar os olhos, principalmente em um país como o Brasil, com tanta desigualdade social. Temos de procurar exercer nossa cidadania da forma mais plena possível. As alternativas de ações transformadoras são múltiplas, basta termos a consciência da responsabilidade de todos perante a sociedade em que vivemos.”

Tiago Cardoso da Costa Lima, Fundador do projeto Elo Universitário, um cursinho pré-vestibular para alunos da rede pública de Natal e do Centro de Voluntariado Universitário (CVU) na UFRN.

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

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

A Asplan entende as suas necessidades e tem uma política diferenciada para um setor tão especial. Entre em contato conosco para obter mais detalhes sobre as nossas soluções.



asplan

Soluções Inteligentes na
Gestão de Informações

Asplan Softwares de Gestão • Rua Luergreen, 1387 • Vila Mariana • São Paulo • SP • Brasil
Fone: +55 11 5081-9800 / Fax: +55 11 5081-9804 • www.asplan.com.br • comercial.sp@asplan.com.br

Organizações que utilizam Asplan:

Instituto Ethos • Fundação Abrinq • Fundação B'enal • Instituto HP • Fundação Diaconia

AMBIENTAL

A guerra em um mundo sem muitos Schindlers

Oscip paulista utiliza pesquisa e educação para combater a extinção de animais no Brasil

FELIPE MELLO

programa@cantocidadao.com.br

Oficina de artesanato para mulheres de assentamentos rurais



Cinéfilos de plantão, atenção! Esta matéria terá sua linha de argumentação levemente inspirada em dois filmes de muito sucesso no mundo inteiro, e que infelizmente guarda ligações diretas com o assunto a ser tratado: *Guerra dos Mundos*, obra literária de H. G. Wells e transformada em filme pela segunda vez em 2005, por Steven Spielberg, e *A lista de Schindler*, baseado em fatos reais, rodado em 1993 pelo mesmo cineasta.

O primeiro trata da invasão de extraterrestres ao planeta Terra, com o objetivo de exterminar os seres humanos e o segundo conta a história de um empresário que salvou a vida de dezenas de judeus durante a Segunda Guerra Mundial.

A extinção de espécies animais é um assunto que comoveu o mundo no cinema, mas parece ter menos força quando a vítima não faz parte da espécie humana.

O Brasil possui atualmente 208 espécies na lista oficial de animais ameaçados de extinção e dez novas espécies serão adicionadas em breve. De acordo com o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama), a exploração desordenada tem levado a fauna brasileira a um processo de extinção de espécies intenso, seja pelo avanço da fronteira agrícola, seja pela caça esportiva, de subsistência ou com fins econômicos, como a venda de peles e animais vivos. O processo vem crescendo nas últimas duas décadas, à medida que a população cresce e os índices de pobreza aumentam.

E como reverter esse quadro, ou seja, poupar da extinção as espécies que têm papéis importantes na natureza? A palavra chave é protagonismo, traduzida na prática por compreensão, compromisso e ação positiva e transformadora. Para mudar a história de um cenário socioambiental degradado, a iniciativa deve entender o estado atual, os riscos mais

sérios e iminentes, os principais agressores e as estratégias adequadas para interromper a violência, e começar a caminhar no sentido contrário, ou seja, o da preservação.

Educação e conservação

O cantor brasileiro Gabriel Pensador dá a seguinte mensagem em uma de suas composições: “Muda que quando a gente muda o mundo muda com a gente... a gente muda o mundo na mudança da mente... e quando a mente muda a gente anda pra frente”. A letra trata de decisão, vontade de fazer diferente, transformar si mesmo como forma de transformar o mundo.

É a história de Claudio Padua, atual diretor científico do Instituto de Pesquisas Ecológicas (IPÊ), Oscip com sede em Nazaré Paulista, São Paulo. Sua principal missão é promover a conservação dos recursos socioambientais do Brasil, por intermédio da educação, ciência e negócios sustentáveis, acreditando que o ser humano tem dever ético com a biodiversidade.

Em 1978, quatro anos antes da fundação da entidade, Padua resolveu deixar para trás a carreira bem sucedida de diretor administrativo de indústrias no Rio de Janeiro, para se dedicar exclusivamente à biologia e à pesquisa do mico-leão-preto, espécie considerada extinta até por quase um século e um dos primatas mais raros do mundo. A mudança, aos 32 anos, foi radical e incluiu a esposa, Suzana Padua, e os três filhos, que, no final da década de 1980, tiveram de se mudar com ele para o Pontal do Paranapanema (extremo oeste de São Paulo) a fim de pesquisar o mico-leão-preto.

Os estudos indicaram a Padua que a verdadeira conservação da espécie só poderia ser feita com o envolvimento da comunidade



O Brasil possui atualmente 208 espécies na lista oficial de animais ameaçados de extinção e dez novas espécies serão adicionadas em breve

localizada no entorno do hábitat do animal. Foi então que as iniciativas de educação ambiental da organização começaram, sob responsabilidade de Suzana, que tinha como meta persuadir os moradores daquela região sobre a importância da proteção da natureza. Era preciso ficar bastante claro que a conservação das espécies animais não ajudaria apenas a Mata Atlântica, mas era também fator determinante para a qualidade de vida de cada uma das pessoas que tinha sua vida construída naquela região.

O trabalho do casal começou a ganhar projeção, e outros pesquisadores e estagiários uniram-se a Claudio e Suzana para criar o IPÊ, que inicialmente teve sua sede em Piracicaba (SP). A atual gestão tem Suzana como presidente do instituto e Claudio como diretor científico. “Hoje o IPÊ é considerado a terceira maior ONG ambiental do Brasil”, conta Suzana.

O instituto, que começou com o Projeto Mico-Leão-Preto, conta hoje com mais de 70 profissionais que trabalham em cerca de 30 ações espalhadas pelo Brasil: Estação Ecológica de Anavilhanas (AM), Pontal do Paranapanema e Nazaré Paulista (SP) e Parque Nacional do Superagüi (PR). O IPÊ mantém pesquisas também em regiões como Ilha Grande (PR) e Ivinhema (MS).

Profissionalismo

Nos locais onde atua, a organização tem adotado o modelo IPÊ de Conservação, desenvolvido pela experiência obtida com os anos de trabalho. É um modelo de ação integrado que inclui pesquisa de espécies ameaçadas, educação ambiental, restauração de hábitat, envolvimento comunitário, desenvolvimento sustentável, conservação da paisagem e participação em políticas públicas. “Nosso objetivo é conservar a biodiversidade respeitando as

tradições das comunidades no entorno dos locais que precisam ser protegidos e onde são realizadas as pesquisas”, informa Padua. E ele completa: “As alternativas sustentáveis para geração de renda surgem como novas fontes de sustento para as famílias destas regiões, o que auxilia na diminuição da pressão humana sobre a biodiversidade local”.

Uma das preocupações do IPÊ desde a sua criação é a transferência do conhecimento adquirido em suas pesquisas. Por isso, capacita continuamente seus profissionais e dá oportunidades e incentivo aos estagiários, que, muitas vezes, continuam a trabalhar no instituto após a graduação. “Atualmente nossa equipe conta com 16 mestres, seis mestrandos, cinco doutores e sete doutorandos, muitos deles professores do Centro de Biologia da Conservação (CBBC)”, conta Suzana. O centro de ensino multidisciplinar foi criado pelo IPÊ para multiplicar e transmitir o conhecimento em biodiversidade e temas socioambientais a um público amplo, que inclui todos os segmentos sociais.

Os trabalhos desenvolvidos pelo IPÊ têm obtido resultados expressivos, fato reconhecido pelo número de prêmios recebidos nos últimos anos. Entre eles, destaca-se o Withley Gold Award, prêmio internacional considerado o Oscar da conservação do meio ambiente. Em 2003, o instituto foi um dos vencedores do Prêmio Bem Eficiente, que premia as 50 entidades mais bem administradas do país, além de vários reconhecimentos prestigiosos nacionais e internacionais.

Apesar de não entrar em detalhes sobre as produções cinematográficas citadas, é certo que o tema atrai a atenção daqueles que corroboram com a frase de Oscar Schindler, personagem real que inspirou o filme de Spielberg: “Quem salva uma vida, salva o mundo inteiro”. A esperança

de cada pessoa que acredita nesta máxima é de que os movimentos de preservação ambiental ganhem força continuamente, e tenham tanto sucesso quanto tiveram os heróis do filme *Guerra dos mundos*, em que os predadores são derrotados.

Só uma consideração final: no mundo real, os predadores não são extraterrestres. 🐾

NÚMEROS DO IPÊ

- 208** espécies animais ameaçadas de extinção
- 1982** é o ano de fundação da entidade
- 70** profissionais



IPÊ - Sede

- Rodovia Dom Pedro I, km 47
CEP 12960-000 – Nazaré Paulista/SP
- www.ipe.org.br
- ipe@ipe.com.br
- Telefax (11) 4597-1327

Felipe Mello. Radialista, palestrante e diretor da organização não-governamental Canto Cidadão, fundada para produzir e democratizar informações sobre cidadania e direitos humanos.

Oferta e demanda na área social

Organização social de Campo Grande prepara jovens há décadas para o mercado de trabalho

FELIPE MELLO

programa@cantocidadao.com.br



Jovens participam de concurso de informática do instituto, que também oferece condução gratuita



Desfile apresenta as peças produzidas pelas jovens na oficina de costura



A Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi) foi criada em 1993 pelos jornalistas Âmbor de Barros e Gilberto Dimenstein. Ela oferece informações sobre a situação das crianças e adolescentes brasileiros.

O endereço eletrônico publicou recentemente duas notícias interessantes. A primeira conta que o Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) flagrou no ano passado 7.748 crianças e adolescentes trabalhando ilegalmente no mercado formal e informal, registrando crescimento de 91,8% em relação ao ano anterior. A socióloga Isa Maria de Oliveira, ao opinar sobre a crescente estatística, alertou que se o Brasil continuar nesse ritmo não vai conseguir erradicar o trabalho infantil até 2015, como estava previsto nas Metas do Milênio da ONU.

Sinceramente, não estou preocupado com o cumprimento da meta daqui a nove anos, e sim com o que efetivamente está sendo feito hoje para varrer do mapa atividades vis e infames que ceifam precocemente a alegria e a brincadeira da vida de centenas de milhares de pequenos cidadãos em todo o país. E vale uma dica ao MTE: se desejarem aumentar ainda mais os números, sugiro uma visita às principais metrópoles brasileiras, especialmente aos cruzamentos das grandes avenidas. Ou será que pedir dinheiro e vender bugigangas no semáforo não constitui uma ilegalidade. Faço esta reflexão diariamente, motivado pelos vultos esqueléticos que se movem ligeiros entre os carros.

A segunda notícia veio como um alento, brisa potencialmente refrescante oriunda da mesma Esplanada, desta vez feita pelo Ministério da Educação (MEC). De acordo com a informação, estudantes do ensino médio de todo o país poderão concluir o curso com formação profissional na mesma escola, a

partir da criação de uma nova modalidade de ensino. Já em 2006 o objetivo é abrir vagas em 20 estados, mas a maioria dos cursos começará somente em 2007.

O programa terá duração de três ou quatro anos, e parte do investimento virá do Programa de Equalização de Acesso à Educação Básica (Prodeb).

Cruzando os dois fatos noticiados fica clara a demanda apontada na primeira notícia pela oferta destacada na segunda. Trazer e manter as crianças e adolescentes na escola por si só é uma conquista inquestionável. Até porque todos sabem a que a maioria está sujeita longe dos estudos. Não que as unidades de ensino brasileiras sejam oásis de segurança, valores, princípios nobres e, acima de tudo, centros de excelência acadêmica. Entende-se que existe um avanço a ser comentado, degrau inicial de uma escada cujo fim está longe – se é que ele existe.

Capacitação de jovens

E se as escolas cumprirem o papel de educar e também ensinar uma profissão, ampliam as possibilidades de formação de um cidadão equilibrado e preparado para cumprir seu papel na construção e manutenção de uma sociedade justa. Crianças e adolescentes que precisam de orientação não faltam. Empresas em busca de mão-de-obra qualificada também não. Mais uma vez a relação entre oferta e demanda justifica o investimento, qualquer que seja.

O Primeiro Setor, o governo, tem na sociedade civil organizada, ou ainda, no Terceiro Setor, exemplos e potenciais parceiros que não podem ser ignorados. Um exemplo vem da capital sul-mato-grossense, onde o Instituto Mirim de Campo Grande (IMCG) iniciou suas atividades em 16 de junho de 1982.

Com o objetivo principal de preparar adolescentes das camadas populares para o primeiro emprego, a ação social busca ir além da questão profissional. “Nossas atividades reforçam a todo instante o interesse dos alunos pelos estudos e, conseqüentemente, o aprimoramento do pensamento crítico”, conta Denise Castro, diretora-executiva do IMCG. Os participantes são adolescentes oriundos de famílias de baixa renda (até três salários mínimos), que atendem a algumas características: ter entre 15 e 18 anos, cursar a partir da 7ª série do ensino regular e ter disposição para cumprir ativamente da proposta educativa do instituto.

O programa vem sendo construído há décadas, tendo sua origem muito antes da fundação da entidade. Historicamente as ações começaram em meados de 1966, com o nome de Guarda Mirim de Campo Grande. Era constituída e patrocinada pelo Lions Clube de Campo Grande e funcionava harmonicamente com a polícia civil. “Naquela época o objetivo era formar adolescentes para atuar na guarda de automóveis estacionados e cooperar com a polícia de trânsito”, conta Denise. Sua dissolução com essas características, pela falta de apoio financeiro, ocorreu em 22 de agosto de 1980.

O ressurgimento do programa se deu com o amplo apoio da prefeitura da cidade, sendo que até hoje as primeiras damas municipais assumem o cargo de Presidente do Conselho Deliberativo do Instituto Mirim de Campo Grande – nome incorporado em 1998, quando a administração da entidade sentiu não haver mais nexos a antiga denominação.

Sensibilização


Segundo Denise, “as ações do instituto são norteadas pelo rígido cumprimento do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) e da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT)”. Além da constante preocupação com a garantia

de direitos, a organização procura desenvolver um trabalho especializado com o adolescente, para valorizá-lo como sujeito, prepará-lo para se tornar um jovem trabalhador e, acima de tudo, um ser humano equilibrado.

A formação dos alunos perfaz uma média de 390 horas por semestre, incluindo cursos de preparação básica para prestação de serviços e informática; português, inglês e matemática básicos; oficinas de leitura e filosofia; e atividades esportivas, psicológicas e complementares. E para atender à lei 10.097, de 19 de dezembro de 2000, (portaria nº 702, de 18 de dezembro de 2001), são também encaminhados adolescentes ao trabalho como aprendizes, após passarem pela Preparação Básica para Prestação de Serviços II ou Auxiliar Administrativo, ambos com carga horária anual de 405 horas/aula.

“Após a participação em nossos cursos, os adolescentes são encaminhados ao setor de serviço social, que os seleciona para as vagas oferecidas de acordo com os convênios e contratos firmados”, relata Denise. Ela completa que “antes de todo e qualquer contrato, uma visita é realizada à empresa interessada, a fim de averiguar se as funções e as condições de trabalho são compatíveis ao adolescente”.

O jovem admitido pelo IMCG tem todos os direitos trabalhistas e benefícios previdenciários garantidos, e um acompanhamento é feito no que diz respeito à frequência e produção escolar e à atuação no local de trabalho.

O instituto já preparou aproximadamente 10.500 jovens desde 1982, e vem recebendo prêmios por sua ação educadora e transformadora. Fica a torcida para que o governo, em suas iniciativas de capacitação de jovens para o mercado de trabalho, busque sempre aprendizado e parceria com o Terceiro Setor, para benefício dos atendidos e saúde do erário. 


NÚMEROS DO IMCG

1982 é o ano de fundação da entidade


390 horas/semestre em média de capacitação


10.500 jovens atendidos

Instituto Mirim de Campo Grande

 Rua Anhanduí, 294 – Centro
CEP 79002-010 – Campo Grande/MS

 www.imcg.org.br

 imirim@pmcg.ms.gov.br

 (67) 314-3240

Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi)

 www.andi.org.br

Felipe Mello Radialista, palestrante e diretor da organização não-governamental Canto Cidadão, fundada para produzir e democratizar informações sobre cidadania e direitos humanos.

Responsabilidade Social Empresarial



Instituto Parceiros da Vida, há cinco anos maximizando a responsabilidade social de sua empresa.

Livros

Avaliação por triangulação de métodos

A Editora Fiocruz lança o livro *Avaliação por triangulação de métodos: abordagem de programas sociais* (244 págs., R\$ 33), organizado pelas pesquisadoras Maria Cecília de Souza Minayo, Simone Gonçalves de Assis e Edinilsa Ramos de Souza. A obra oferece conhecimentos técnicos e operacionais sobre como avaliar os resultados de ações sociais.

www.fiocruz.br
editora@fiocruz.br
 (21) 3882-9039/9007



Guia da Associação

O *Guia da Associação – Roteiro passo a passo para a constituição e para os procedimentos legais e administrativos de uma associação de fins não-econômicos* (336 págs., distribuição gratuita) é fruto dos trabalhos realizados pelo Programa Vale Cidadania, desenvolvido pela Fundação Acesita de 1999 a 2004 em parceria com o BNDES e a Fundação Interamericana (IAF). A obra está disponível apenas em CD.

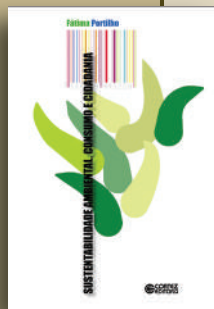
www.acesita.com.br
valecidadania@acesita.com.br
 (31) 3849-7671



Sustentabilidade Ambiental, Consumo e Cidadania

No livro *Sustentabilidade Ambiental, Consumo e Cidadania* (256 págs., R\$ 35), lançado pela Cortez Editora, a autora Fátima Portilho trata de uma transformação recente no campo de disputas do ambientalismo internacional: o deslocamento da questão ambiental da produção para o consumo.

www.cortezeditora.com.br
cortez@cortezeditora.com.br
 (11) 3864-0404



Responsabilidade Social e Terceiro Setor em Discussão

A obra *Responsabilidade Social e Terceiro Setor em Discussão: as grandes lideranças empresariais e sociais em Natal* (149 págs., R\$25) reúne 22 artigos de lideranças empresariais e sociais que participaram dos Fóruns de Responsabilidade Social promovidos pela ONG Natal Voluntários.

www.natalvoluntarios.org.br
centro@natalvoluntarios.org.br
 (84) 3211-1527



Entidades são referência em HIV/Aids

O Ministério da Saúde e o Programa Conjunto das Nações Unidas sobre HIV/Aids (Unaid) abriram o processo de seleção de instituições públicas e privadas localizadas em países em desenvolvimento que trabalham com a epidemia dessas doenças e têm capacidade de atuação internacional. As instituições selecionadas serão cadastradas no banco de dados do Centro Internacional de Cooperação Técnica em HIV e Aids (CICT/Aids), como referência em suas áreas de atuação, podendo ser convidadas a realizar cooperação quando os países demandarem assistência técnica. O processo vai até o dia 30 de junho.

www.aids.gov.br

Acesso grátis à internet

A ONG Meninos do Morumbi lançou um discador de acesso grátis à internet, desenvolvido pela Telium Networks. A proposta é fornecer internet gratuita às comunidades carentes, que dificilmente dispõem de serviços de banda larga. Além disso, pelo acordo com as operadoras, parte dos recursos gerados pelos pulsos telefônicos será revertida para a ONG. No ano passado, a entidade inaugurou um provedor comunitário para hospedagem de sites de empresas de pequeno e médio porte.

www.meninosdomorumbi.org.br

Top Social ADVB 2006

Estão abertas de 1º de março a 5 de maio as inscrições para a 8ª edição do prêmio Top Social ADVB 2006. Realizada anualmente, a premiação contempla as ações de organizações que se destacam pela exemplaridade na prática de projetos socialmente responsáveis. Em 2005, o Top Social contemplou 31 das 232 ações inscritas.

www.advbfbm.org.br
eventos@advbfbm.org.br
 (11) 3372-3800

Bolsa de estudos em ecologia

O Instituto Internacional de Educação do Brasil (IEB) lançou o edital deste ano para o seu programa Bolsas de Estudo para a Conservação da Amazônia (Beca), que visa o aperfeiçoamento acadêmico de estudantes, pesquisadores, líderes comunitários e técnicos de organizações que atuam em áreas relacionadas à conservação da biodiversidade na Amazônia brasileira. Inscrições até 31 de março.

www.iieb.org.br
beca@iieb.org.br
 (61) 3248-7449

Seleção de fotos para exposição

Para comemorar 50 anos de atuação no país, o AFS Intercultura Brasil apresenta o projeto O Mundo pelo Olhar dos Jovens, uma exposição fotográfica itinerante que percorrerá 10 estados brasileiros. O objetivo é mostrar a riqueza da diversidade cultural do planeta, estimulando a compreensão e a tolerância como valores de desenvolvimento humano pela paz mundial. Para tanto, está aberta até 20 de março a seleção de fotos que mostrem duas visões: diferenças e semelhanças. Os autores devem ser pessoas que estiveram no exterior entre os 15 e 30 anos de idade.

www.afs.org.br/50anos
email_infobrasil@afs.org.br
 (21) 2224-4464

Trabalho fotográfico voluntário

O Estúdio Luz Fotografia, localizado no interior de São Paulo, oferece serviços gratuitos às entidades sociais de Ribeirão Preto e região. Ele dispõe de infraestrutura de 600m², com câmeras e computadores de ponta e uma equipe de profissionais atualizada, e presta serviços como *books*, banco de imagens, fotografia digital, *composite* para modelos, restauração e tratamento de fotos, coberturas sociais e cursos de aperfeiçoamento.

- www.estudioluz.com.br
- assessoria@estudioluz.com.br
- (16) 3966-1617

Vitrine social

Arca Brasil – Associação Humanitária de Proteção e Bem-Estar Animal

Criada em 1993, a entidade tem como objetivo promover o bem-estar e o respeito aos direitos dos animais.

- www.arcabrasil.org.br
- arcabrasil@arcabrasil.org.br
- (11) 3031-6991

Camisetas
Tamanhos:
P, M, G, GG e baby look
R\$ 25



Boné
R\$ 20



Adesivos diversos
De R\$ 3 a R\$ 4,50



Fundação Ação Criança

A entidade fundada há 10 anos e apoiada pela Unesco combate a desnutrição infantil na faixa de 0 a 7 anos de idade.

- www.acaocrianca.org.br

Agendas
R\$ 25



Cadernos
(200 folhas)
R\$ 15



Sites

Entenda o SUS

Desde 25 de janeiro, está disponível na internet a versão eletrônica da publicação *O SUS de A a Z*, produzida pelo Ministério da Saúde e o Conselho Nacional de Secretários Municipais de Saúde (Conasems). O guia propicia aos dirigentes do Sistema Único de Saúde informações essenciais à condução das gestões locais, além de aprofundar a compreensão dos conceitos mais usuais no exercício da função de gestor e as inter-relações entre as diversas áreas que compõem o sistema público de saúde.

- www.saude.gov.br/susdeaz



Trote solidário

Acaba de entrar no ar a nova versão do site Trote da Cidadania, que traz exemplos de projetos desenvolvidos e *cases* de sucesso, além de um passo a passo sobre como montar um trote solidário. O projeto é resultado da parceria entre o Faça Parte, a Fundação Educar DPaschoal e o UniEthos, que se uniram para formar a Aliança Brasil Universitário.

- www.trotedacidadania.com.br



De olho no dinheiro público

O Contas Abertas é uma entidade da sociedade civil, sem fins lucrativos, que reúne pessoas físicas e jurídicas, lideranças sociais, empresários, estudantes, jornalistas e demais interessados que desejam conhecer e contribuir para o aprimoramento do gasto público. O site acompanha regularmente os dispêndios governamentais, fiscalizando e divulgando as execuções orçamentária, financeira e contábil da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios, de forma a assegurar o uso ético e transparente dos recursos públicos.

- http://contasabertas.uol.com.br



Guias de voluntariado empresarial

Recém lançada pela Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (Fiemg), a coleção *Voluntariado Empresarial* é dividida em quatro guias práticos e está disponível para *download* no site da entidade. São informações e orientações práticas para implantação, divulgação, gerenciamento e avaliação de programas na área.

- www.fiemg.com.br/cidadania

