

GESTÃO SOCIAL • RESPONSABILIDADE SOCIAL • VOLUNTARIADO • TERCEIRO SETOR

# FILANTROPIA

#59



**ADMINISTRAÇÃO**  
Indicadores podem ser utilizados para verificar como anda seu projeto social

**ESPECIAL**  
Ainda há um longo caminho a ser trilhado em prol da alfabetização

**PONTO DE VISTA**  
Especialista fala sobre captação de recursos na área da saúde

## INOVANDO A ATUAÇÃO SOCIAL

USAR A TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO EM FAVOR DAS CAUSAS SOCIAIS  
AJUDA – E MUITO – NO GERENCIAMENTO E NA  
EFICIÊNCIA DAS ATIVIDADES REALIZADAS

**ENTREVISTA** • Após conviver com o trabalho social da mãe durante muitos anos, a atriz Karina Bacchi também coloca em prática sua solidariedade



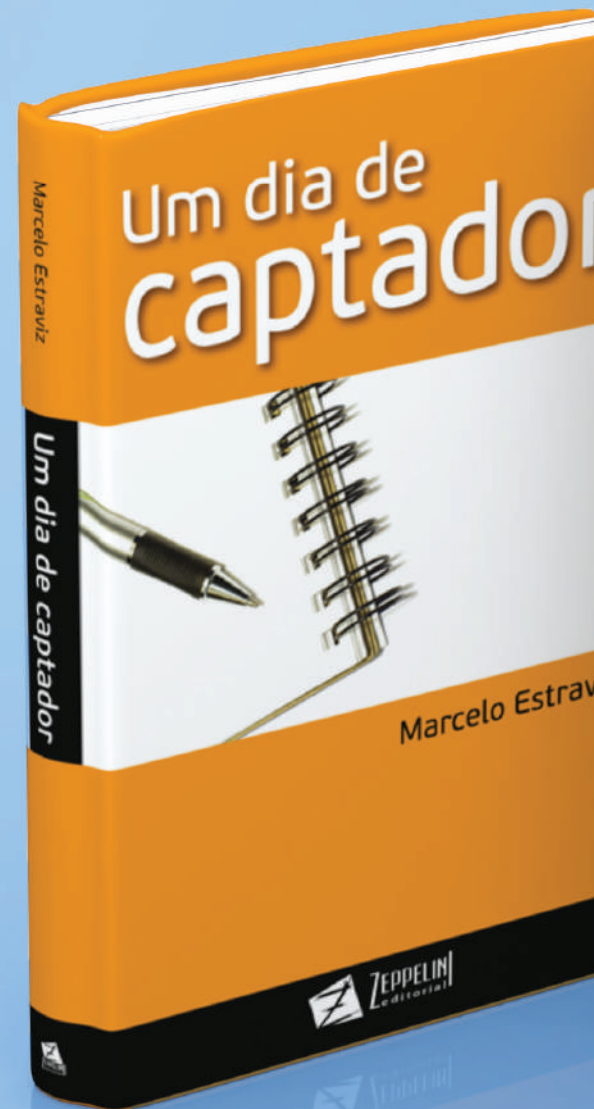
# TRÊS

## Melhor: as TRÊS

Os livros editados pela Zeppelini Editorial agora são também canais de comunicação do Instituto Filantropia. São três obras que têm como intuito colaborar com a profissionalização do Terceiro Setor. Os livros serão o início de uma série de publicações técnicas voltadas para a gestão de obras sociais, desde a sua concepção até o monitoramento de resultados. Legislação, contabilidade e a prática do voluntariado serão parte da coleção, que até o momento traz três temas importantes: captação de recursos, comunicação e fundos patrimoniais.

**COMPRAS SOMENTE  
PELO SITE:**

**WWW.INSTITUTOFILANTROPIA.ORG.BR**



### UM DIA DE CAPTADOR

O livro Um dia de captador, de Marcelo Estraviz, baseia-se no relato do dia a dia de um captador de recursos que busca parcerias e financiadores em busca de sustentabilidade para sua instituição. Juntamente com o exemplo da rotina do profissional, o autor traz pílulas com informações técnicas, teóricas e dicas úteis para os captadores de recursos brasileiros.

**Zeppelini Editorial | Autor: Marcelo Estraviz**  
**Ano: 2011 - Edição: 1ª | Número de páginas: 192**  
**Preço: R\$ 49,90**

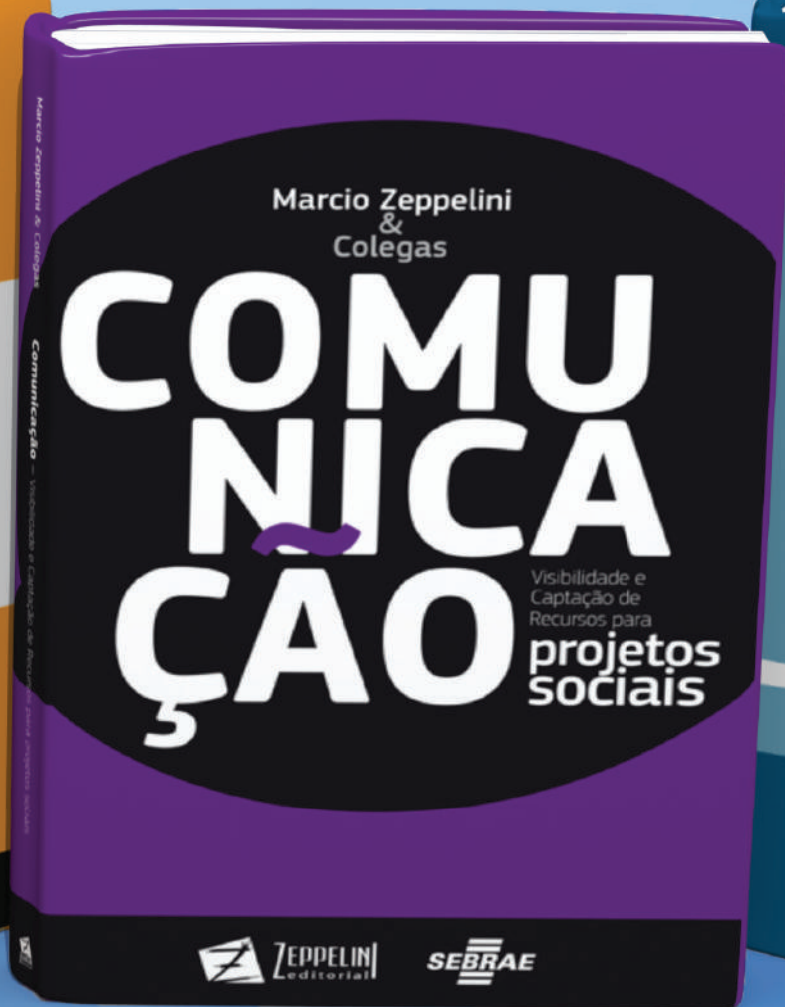
Acesse o site pelo seu smartphone



INSTITUTO  
FILANTROPIA

# OBRAS

## PRIMEIRAS obras



### COMUNICAÇÃO - VISIBILIDADE E CAPTAÇÃO DE RECURSOS

O livro Comunicação – Visibilidade e Captação de Recursos para Projetos Sociais reúne matérias e artigos ligados à comunicação e ao marketing para a área social. O objetivo do livro é proporcionar aos leitores estratégias de gestão da comunicação que possam incrementar as ações das instituições sociais, levando-as à profissionalização, fator cada vez mais presente no Terceiro Setor.

**Zeppelini Editorial & Sebrae | Autor: Marcio Zeppelini**  
Ano: 2011 - Edição: 1ª | Número de páginas: 208  
Preço R\$ 49,90

### FUNDOS PATRIMONIAIS - CRIAÇÃO E GESTÃO NO BRASIL

Embora existente desde o Império Romano, o *endowment*, ou fundo patrimonial, é ainda incipiente no Brasil. Enfrentamos uma enorme carência de informações sobre sua criação e gestão, e de estruturas que sirvam de exemplo a investidores sociais privados engajados no tema. Esta publicação é uma primeira tentativa de cobrir esta lacuna e apresenta informações para leitores em diversos níveis de compreensão do assunto.

**Instituto Filantropia, Fundo Vale & IDIS | Autores: Marcos Kisl, Paula Jancso Fabiani e Rodrigo Alvarez**  
Ano: 2012 - Edição: 1ª | Número de páginas: 148 | Preço R\$ 49,90



44

## INCENTIVO À INOVAÇÃO

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO GERA BENEFÍCIOS E TRAZ MAIS EFICIÊNCIA À GESTÃO DAS ORGANIZAÇÕES SOCIAIS



6

### ENTREVISTA

Karina Bacchi



48

### ESPECIAL

Analfabetismo: um longo caminho pela frente



**20 STORYTELLING**  
Usando o poder da narrativa  
para mobilizar e engajar



**64 REFLEXÃO**  
Felipe Mello



**10 RADAR SOCIAL**  
**42 PAINEL DE CONTROLE**  
**60 FIQUE LIGADO!**  
**62 GERAÇÃO DE RENDA**



## GESTÃO SOCIAL

### Ponto de Vista

**14** Fundraising profissional

### Captação de Recursos

**17** Transparência e prestação de contas

**22** Operando o Siconv por OBTV

### Administração

**24** À procura da nota 10

### Voluntariado

**28** Entendendo a cabeça do voluntário

**30** Ênfase e foco no voluntariado empresarial

### Ativismo

**32** Que mané consciência negra!

### Legislação

**38** A Ficha Limpa das ONGs e a Copa do Mundo

### Contabilidade

**40** A certificação das organizações religiosas



## SUSTENTABILIDADE

### Responsabilidade Social

**53** Valores compartilhados

### Meio Ambiente

**56** O mundo não acabou, ganhamos um bônus

### Data Filantropia

**58** Qual é o peso da sustentabilidade na hora da compra?

# FILANTROPIA

ISSN 1677-1362

|  |   |
|--|---|
| <b>EDITOR GERAL</b>                        | Marcio Zeppelini (43.722/SP)  |
| <b>EDITORA-CHEFE</b>                       | Thais Iannarelli (MTB 46.415/SP)  |
| <b>EDITORA-ASSISTENTE</b>                  | Juliana Fernandes (MTB 63.201/SP)   |
| <b>REDAÇÃO</b>                             | Paula Craveiro<br>Luciano Guimarães   |
| <b>PROJETO GRÁFICO</b>                     | Rafael Tadeu Sarto  |
| <b>EDIÇÃO</b>                              | Aline Graça<br>Daniel Gallo<br>Karina Watanabe<br>Luciana Silva Rodrigues<br>Paloma Ferreira da Silva<br>Rodolfo Daufembach Lucas |
| <b>CONSELHO EDITORIAL<br/>DELIBERATIVO</b> | Marcelo Monello<br>Marcio Zeppelini<br>Marcos Biasoli<br>Mauro Zeppelini<br>Ricardo Monello                                       |



### IDEALIZADORES

Imagens ilustrativas: shutterstock.com



|                             |                  |
|-----------------------------|------------------|
| <b>PRESIDENTE</b>           | Marcio Zeppelini |
| <b>DIRETORA EXECUTIVA</b>   | Thais Iannarelli |
| <b>CAPTAÇÃO DE RECURSOS</b> | Conceição Marmo  |

Danilo Tiisel  
Felipe Mello

|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>CONSELHO DIRETOR</b> | Marcelo Estraviz<br>Ricardo Marcelo de Oliveira<br>Rogério Paganatto |
|-------------------------|--|

|                                |   |  |
|--------------------------------|---|--|
| <b>CONSELHO<br/>CONSULTIVO</b> | Aron Belinky<br>Dal Marcondes<br>Fagna Freitas<br>Joris Van Wijk<br>José Chapina<br>Livio Giosa<br>Mara Gabrielli | Marcus Nakagawa<br>Marianne Pinotti<br>Michel Freller<br>René Steuer<br>Rilder Campos<br>Tomaz de Aquino |
|--------------------------------|---|--|

[www.institutofilantropia.org.br](http://www.institutofilantropia.org.br)

[www.facebook.com/InstitutoFilantropia](https://www.facebook.com/InstitutoFilantropia)  
Rua Bela Cintra, 178 – Consolação – São Paulo  
(11) 2978-6686

### Parceiros Institucionais



# O SEGUNDO PASSO? A PROFISSIONALIZAÇÃO



**THAÍS IANNARELLI**  
Diretora-executiva  
do Instituto Filantropia

O primeiro passo foi dado. O **Instituto Filantropia** foi oficialmente lançado em 6 de dezembro de 2012, durante o evento ONG Brasil, em São Paulo. Legalmente constituído desde agosto, e com experiência acumulada de mais de dez anos publicando a Revista Filantropia, orgulhosamente apresentamos ao mundo nossa nova missão: a de ampliar a disseminação da informação sobre gestão do Terceiro Setor.

Nosso próximo passo é “arrumar a casa”. Sabemos que ao longo dessa década de existência da revista, algumas coisas saíram dos trilhos e outros “puxadinhos” foram criados – desdêns de uma acomodação natural de projetos que já têm anos na estrada. Mas agora o inverso é a ordem: arregaçar as mangas a fim de transportar à excelência o trabalho e atingir novos patamares. Entre as primeiras ações (e metas) de 2013, temos:

✓ **Garantia de entrega de 100%** dos exemplares da Revista Filantropia aos nossos afiliados. Isso já é possível a partir desta edição que está em suas mãos, graças a um contrato recém-assinado com os Correios, que passa a se responsabilizar pela entrega de nossa cria.

✓ **Aproximação com você.** Com um canal de contato direto entre nossos afiliados e nossa diretoria, por meio de novos canais de atendimento, a frieza da central de atendimento dará lugar à intimidade do contato direto com a gente, Marcio Zeppelini e Thaís Iannarelli, além de todos os demais participantes do Instituto. Você já pode notar que nossos colunistas destacam seus e-mails particulares para o contato direto com eles. E isso é só o começo!

✓ **Disponibilidade digital.** Antes apenas em formato HTML, todas as nossas revistas, desde o primeiro volume, publicado em 2002, estarão disponíveis, até o final deste ano, aos nossos afiliados em outros formatos digitais, mais agradáveis à leitura, como HTML5 e PDF, e também no nosso portal; e ainda poderão ser lidas em *tablets* e *smartphones* — tanto via sistema operacional iOS (Apple) quanto Android. Baixe o aplicativo da revista e confira os primeiros exemplares já disponíveis.

✓ **Mais, mais, mais!** Mais conteúdo e informação em velhos e novos canais. Novos profissionais estão sendo contratados para que possamos ampliar a divulgação de informação para o Terceiro Setor por meio da própria revista, do nosso portal, da Rádio Tom Social e de eventos gratuitos que preencherão a agenda de 2013 de nossos afiliados.

Apenas pensando nestes quatro itens acima, há muito o que fazer. Mas nossas metas não se restringem a eles. Diversas novidades estão no forno para que você, afiliado Filantropia, possa fazer o bem de forma bem feita!

Abraços sustentáveis!



**MARCIO ZEPPELINI**  
Presidente  
do Instituto Filantropia

# Cursos on-line e ao vivo

## Alguns de nossos temas:

- 10 dicas para aparecer no Google.
- 10 formas de melhorar a comunicação de sua ONG.
- 10 temas indispensáveis para a contratação de funcionários e voluntários.
- 30 fontes internacionais de financiamento de projetos.
- 5 Incentivos Fiscais para sua organização captar recursos.
- 7 dicas para implementar o Marketing Relacionado à Causa (MRC) na sua organização.
- 7 razões para usar o Crowdfunding - Financiamento Coletivo de Projetos pela Internet.
- Captação de Recursos com empresas - Dicas e Truques.
- Criação de índice de desenvolvimento da causa e avaliação de impacto em projetos sociais.
- Leis e impostos que você deve conhecer antes de captar recursos.
- O que é preciso saber para captar com Incentivos Fiscais Federais.
- Recursos governamentais para a área de Cultura.
- Verificação e avaliação de resultados sociais: quantitativos e qualitativos.

## Verifique nossa agenda:



diálogo  
digital

A **Diálogo Digital**, parceira da **Revista Filantropia**,  
é a versão on-line da **Diálogo Eventos**,  
que leva via internet e ao vivo  
treinamentos para gestores de projetos sociais.

[www.dialogodigital.com.br](http://www.dialogodigital.com.br)





---

# ATIVISMO SOCIAL

**Karina Bacchi** mostra como ajudar ao próximo faz bem à alma

*Por Juliana Fernandes*

---

**E**ngajada em causas sociais importantes, a atriz, apresentadora, escritora e modelo Karina Bacchi vem, ao longo dos anos, sendo exemplo de consciência humanitária, solidariedade e filantropia. Desde 1990, ela realiza junto à ONG Florescer um trabalho social voluntário na comunidade de Paraisópolis, em São Paulo, que hoje beneficia aproximadamente 800 crianças e tem o reconhecimento e a parceria da Unesco.

Em 2005, Karina foi nomeada, pelo Ministério da Saúde, embaixadora brasileira em campanhas de conscientização – em especial a Campanha Brasileira contra Tuberculose e Brasil Livre da Rubéola. É parceira e incentivadora de dezenas de instituições e projetos que visam à ação por um mundo mais justo e mais humano. Entre elas: SOS Mata Atlântica, Ação Criança, Associação dos Amigos do Menor pelo Esporte Maior (Amem), Soma, Pestalozzi, Inverno sem Frio e Casa da Sopa. Em entrevista à Revista Filantropia, ela conta sobre a sua trajetória social e suas expectativas em prol do Terceiro Setor.



**Revista Filantropia: Em que momento da sua vida surgiu a vocação para o trabalho social?**

**Karina Bacchi:** Sempre acompanhei os trabalhos da minha mãe, que se dedica há mais de 20 anos em prestar um serviço eficiente com a ONG Florescer.

**RF: Desde 1990, você apoia a Associação Nadia Rubio Bacchi (Ong Florescer), fundada por sua mãe, a empresária Nadia Bacchi. Conte-nos um pouco sobre o projeto e a sua atuação.**

**KB:** A ONG Florescer atua na Comunidade de Paraisópolis, em São Paulo, e atende a aproximadamente 800 crianças carentes, fornecendo cursos de reforço escolar, inglês, música, teatro, futebol etc. Minha mãe é a fundadora e presidente da ONG, e eu sou a madrinha. Ajudo de várias formas: já escrevi livros cujo valor arrecadado com a venda foi em prol da ONG, fiz a doação do prêmio de “A Fazenda” [reality show da Rede Record], colaboro na divulgação e estou presente sempre que posso nos eventos.

**RF: Em 2009, você foi a grande vencedora da segunda temporada do reality show “A Fazenda”. Com o prêmio, você então cumpriu um propósito pessoal e doou o valor à ONG Florescer. Como foi essa decisão?**

**KB:** Ganhar “A Fazenda” foi uma vitória pessoal, e a doação do prêmio já era um desejo meu antes de entrar no *reality*. Veio em ótima hora e ajudou muito a ONG Florescer.

**RF: Em entrevista à Revista Caras, você declarou que “Faz bem à alma poder ajudar”. Que outras ‘transformações’ positivas acontecem na vida daqueles que, como você, dedicam-se às causas sociais?**

**KB:** Damos mais valor à vida e ao que temos. Ajudar é também uma forma de gratidão. Aprendemos que o valor das coisas está na simplicidade, num sorriso, no afeto.

**RF: Além do seu trabalho como atriz e apresentadora, você também já escreveu dois livros: Felizka (2004) e Código K (2005). Com o Felizka, foi contemplada com o Prêmio Quality Cultural. Como foi essa experiência e de que forma surgiu a ideia para o projeto?**

**KB:** A ideia surgiu pela proximidade com as crianças, pela vontade de escrever algo com uma mensagem positiva e otimista. Deu muito certo! Realizei-me, as crianças amaram e ainda ajudei a ONG com a venda dos livros.



**RF: Em 2005, você foi nomeada pelo Ministério da Saúde como embaixadora brasileira em campanhas de conscientização na área de saúde. Como foi receber este título?**

**KB:** Foi uma surpresa e uma alegria muito grande. Ser nomeada embaixadora pelo Ministério da Saúde é uma responsabilidade e tanto. Foi muito especial.

**RF: Depois de tantos anos de dedicação às causas sociais, quais são os seus grandes sonhos ou expectativas em prol do Terceiro Setor?**

**KB:** Eu sou uma pessoa que colabora com diversas causas sociais sérias, e acredito nelas. Ajudo sempre que posso e meu grande desejo é ver mais e mais pessoas engajadas nestas ações. Só com união é possível haver transformação. E eu faço a minha parte.

**RF: Sempre que possível você empresta seu carisma a instituições como Pestalozzi, GRAACC, IBCC e Ação Criança. Para você, apesar da correria do dia a dia, é fundamental existir uma relação efetiva com elas?**

**KB:** Quando aceito colaborar, eu o faço de corpo e alma. Aproveito ao máximo o tempo que tenho com as crianças, conheço a instituição, divulgo, dedico-me. Na minha opinião, o que vale é o prazer em ajudar. Fazer com vontade, entusiasmo. Fazer uma foto é só uma pequenina parte; o envolvimento vale muito mais, pra mim e pra elas também! 📷



I N S T I T U T O  
**FILANTROPIA**

FAÇA PARTE DA  
MAIOR REDE DE  
**CONHECIMENTO**  
**TÉCNICO E DE GESTÃO**  
DE ORGANIZAÇÕES  
SOCIAIS!

AFILIE-SE:

[www.institutofilantropia.org.br](http://www.institutofilantropia.org.br)



AGÊNCIA BRASIL



## TRABALHO INFANTIL CAI 23%, MAS AINDA ATINGE 700 MIL CRIANÇAS NO BRASIL

O número de crianças de 5 a 13 anos que trabalham no país caiu 23,5% entre 2009 e 2011. Apesar disso, o contingente de trabalhadores nessa faixa etária ainda soma 704 mil pequenos em todo o país. Os dados constam na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2011 (PNad), divulgada em 21 de novembro pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). No Brasil, a atuação profissional de crianças com 13 anos ou menos é ilegal. A maior parte desses trabalhadores tem de 10 a 13 anos (615 mil) e são meninos (497 mil), e 63% dos casos ocorrem no campo. Em média, os 2,5% dos brasileiros de 5 a 13 anos que trabalham no país dedicam 17 horas por semana à atividade e conseguem renda de R\$ 178 mensais. A maioria (53,4%), no entanto, sequer recebe pela atividade executada. Entre as regiões brasileiras, a Nordeste concentra o maior contingente de trabalhadores com essa faixa etária (336 mil), por questões econômicas. Na Região Sul, onde 80 mil crianças trabalham, há o fator cultural pelo qual os pais têm o costume de ensinar o ofício aos filhos. Já entre os adolescentes de 14 a 17 anos, faixa etária em que a atuação profissional é permitida sob determinadas condições, houve também queda no número de trabalhadores, passando de 3,35 milhões em 2009 para 2,97 milhões em 2011.

[www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)



## PROGRAMA DO MINC TEM INVESTIMENTOS DE R\$ 3,3 MILHÕES

O Programa de Intercâmbio e Difusão Cultural do Ministério da Cultura (MinC) tem investimentos de R\$ 3,3 milhões do Fundo Nacional da Cultura (FNC) para 2013. Artistas, técnicos, agentes e estudiosos poderão ter apoio financeiro em atividades culturais promovidas por instituições brasileiras ou estrangeiras, no Brasil ou no exterior, entre março e agosto de 2013. O edital foi publicado no Diário Oficial da União. As inscrições poderão ser feitas exclusivamente por meio do sistema salicweb, disponível no site do MinC ([www.cultura.gov.br](http://www.cultura.gov.br)). Orientações, dicas de inscrição, preenchimento de formulário e contrapartidas podem ser obtidas em cartilha explicativa elaborada pelo ministério.

[www.cultura.gov.br](http://www.cultura.gov.br)



Agência da NBS em Santa Marta, no Rio de Janeiro

## PRIMEIRA AGÊNCIA DE PROPAGANDA INSTALADA EM UMA COMUNIDADE

**A** agência de publicidade NBS inaugurou, em 28 de novembro, uma unidade de negócios no Santa Marta, primeira comunidade pacificada do Rio de Janeiro. A iniciativa pioneira será a sede do projeto rio+rio, desenvolvido pela agência e que promove o mapeamento da transformação social e das oportunidades que a cidade vem vivendo, convocando a iniciativa privada a fazer parte desse momento. O rio+rio será gerido como um negócio social, ou seja, toda a receita obtida pela unidade será revertida para o desenvolvimento do próprio projeto. Na unidade, a NBS

pretende discutir o novo momento da cidade. Além do trabalho de fomentar novos negócios, o espaço servirá também para sediar debates entre a comunidade, o poder público e o empresariado, com o objetivo de criar ações que contribuam para o desenvolvimento de todos os envolvidos. Para marcar a inauguração, a NBS Santa Marta planejou, com o patrocínio de O Boticário, sua primeira ação: um baile de debutantes para as meninas da Providência, que ocorreu em 1º de dezembro no Museu Histórico Nacional.

www.nbscom.com.br



## INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO COM FOCO NA TRANSFORMAÇÃO SOCIAL

**O** seminário *Social Good Brasil*, principal debate no país sobre o uso da tecnologia e inovação para transformação social, reuniu entre os dias 6 e 8 de novembro, em Florianópolis (SC), 1,2 mil pessoas presencialmente e outras 10 mil pela internet. O encontro apresentou referências nacionais e internacionais no uso das mídias sociais, novas tecnologias, *branding* e inovação para o desenvolvimento social, como o consultor de empreendedorismo e inovação nas empresas Pixar, Cisco Systems e Qualcomm, Peter Sims; além de Simon Mainwaring, autor do livro *We First* e consultor de empresas como Google, General Motors e Gucci Group. Ao todo, 33 especialistas palestraram durante os três dias de evento. Para a idealizadora do evento e presidente do Instituto Voluntários em Ação, Fernanda Bornhausen Sá, o legado do encontro é promover a discussão global de inovação na transformação social para todo o Brasil. “O seminário integra um grande movimento global que tem como objetivo ampliar e difundir o uso da inovação, das novas mídias e da tecnologia com foco na transformação social. Demos um primeiro passo, com amplo reconhecimento da *UN Foundation*, maior difusora deste conceito em todo o mundo. O poder de mudança está na ponta dos nossos dedos”, afirma.

www.sgb.org.br



ADRI FELDEN - ARGOS FOTOS



Conferência internacional I-NAFE Women Leading Business Summit

### AVON TRAZ AO BRASIL DOIS ENCONTROS PARA FORTALECER A MULHER

Como parte de sua ação social voltada às causas femininas, a Avon realizou no Brasil dois importantes encontros internacionais que reuniram líderes de mais de 16 países para debater dois temas intimamente ligados à sua contribuição para o fortalecimento da mulher: a autonomia e o empreendedorismo feminino. Os assuntos foram abordados no I-NAFE Women Leading Business Summit, organizado pela National Association for Female Executives (NAFE), de 27 a 29 de novembro, em São Paulo. O fim da violência doméstica, causa defendida pela empresa nos mais de 100 países onde atua, foi amplamente debatido no 2<sup>nd</sup> Global Summit of the Global Partnership to End Violence Against Women, em Brasília, em 28 de novembro. O encontro, que reuniu mais de 50 líderes de direitos humanos e representantes da sociedade civil e de governos, foi coordenado pela ONG Vital Voices, que tem Hillary Clinton entre as suas fundadoras. Estiveram presentes no encontro, entre outros convidados ilustres, a CEO global da Avon, Sheri McCoy, e a ministra de Políticas para as Mulheres, Eleonora Menicucci.

[www.avon.com.br](http://www.avon.com.br)

### MATTEL FABRICARÁ BARBIE CARECA PARA APOIAR CRIANÇAS COM CÂNCER

A fabricante de brinquedos Mattel anunciou que uma Barbie careca para apoiar crianças com câncer será incluída na linha de produção da marca. A intenção da empresa é ajudar as crianças com câncer a lidar com a queda de cabelo ocasionada pelo tratamento da doença. A decisão foi tomada após uma campanha criada no Facebook que pedia a criação de uma boneca sem cabelo ultrapassar a marca de 157 mil apoiadores. O brinquedo começará a ser distribuído em 2013, mas não será comercializado em lojas. As Barbies serão entregues diretamente em hospitais dos Estados Unidos e Canadá a crianças que estão em tratamento. Pequenas quantidades do produto também serão enviadas às filiais internacionais da empresa, para que as bonecas sejam fornecidas a ONGs de outros países. "Tomamos a decisão de não vender as bonecas nas lojas. Preferimos enviá-las de modo mais direto e imediato às mãos dos pequenos que podem se beneficiar melhor da experiência de brincar com elas", informou o porta-voz da Mattel, Alan Hilowitz.

[www.mattel.com](http://www.mattel.com)



### CNMP LANÇA CAMPANHA DE COMBATE AOS HOMICÍDIOS POR IMPULSO E APRESENTA LEVANTAMENTO

O Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP) apresentou a campanha "Conte até 10. Paz. Essa é a atitude". A iniciativa tem o objetivo de estimular a reflexão acerca dos homicídios cometidos por impulso e por motivos fúteis. O lançamento contou com a apresentação de um estudo sobre as motivações dos homicídios cometidos entre 2011 e 2012 em 11 Estados. Inédito, o levantamento foi elaborado pelo CNMP a partir de dados das Secretarias de Segurança Pública. O recorte pretende identificar, dentre o total de assassinatos com classificação de motivos, a proporção dos decorrentes de ações por impulso — em alguns Estados, esse número é superior a 50%. Para combater os crimes por impulso, a campanha passa a mensagem de tolerância em situações de conflito, buscando evitar a violência (brigas de trânsito, entre vizinhos, em bares etc.). As peças são estreladas por atletas renomados — os campeões mundiais de MMA Anderson Silva e Junior Cigano e os judocas campeões olímpicos Leandro Guilheiro e Sarah Menezes —, que participam da iniciativa sem cobrar cachê. A campanha tem vídeos, jingles de rádio, anúncios para veículos impressos e digitais, entre outras peças publicitárias que serão veiculadas na mídia nacional gratuitamente até março de 2013.

[www.conteate10.cnmp.gov.br](http://www.conteate10.cnmp.gov.br)



## CAMPANHA DE PREVENÇÃO DE ACIDENTES COM CRIANÇAS NO TRÂNSITO

Você sabia que no Brasil cinco crianças (entre 0 e 14 anos) morrem, diariamente, vítimas de acidentes nas ruas e estradas? Diante das estatísticas, o Ministério das Cidades acaba de lançar, por meio do Departamento Nacional de Trânsito (Denatran), a Campanha Nacional para Prevenção de Acidentes com Crianças no Trânsito – a Paradinha. A ação de mobilização tem como tema “Consciência no trânsito. Aprendizado para as crianças, uma lição para os adultos”. A principal proposta da campanha é que as crianças sejam as protagonistas. Elas são incentivadas a “fiscalizar” as atitudes dos pais no trânsito. Sempre que perceberem alguma infração, devem dizer: “PAROU!”. É um incentivo à parada para respirar fundo, repensar atitudes e modificar hábitos.

[www.cidades.gov.br](http://www.cidades.gov.br)



## ALTERAÇÕES NAS NORMAS DA ASSISTÊNCIA SOCIAL

A gestão e a regulação do Sistema Único da Assistência Social (Suas) tiveram grandes avanços em 2012. As alterações nas normas que regem o Suas objetivam proporcionar melhorias na oferta e na estruturação dos serviços prestados à população. Algumas das mudanças mais significativas foram introduzidas pela nova versão da Norma Operacional Básica (NOB) do Suas, aprovada em dezembro do ano passado. A nova norma operacional aprimora parâmetros de gestão e financiamento do Suas, permitindo maior participação do gestor municipal e dos usuários. Com isso, fortalece o controle social das ações. “Precisávamos alterar a norma para que ela incorporasse os avanços, aprimorando a gestão, a forma de planejamento, o sistema de informação e a definição de metas para o cumprimento das prioridades de maneira coordenada com os planos plurianuais e com os respectivos orçamentos de cada ente federado”, destaca a secretária nacional de Assistência Social, Denise Colin.

[www.mds.gov.br](http://www.mds.gov.br)

## CARINHO DE VERDADE

O Brasil ganhou uma nova estratégia de mobilização para combater o abuso e a exploração sexual de crianças e adolescentes: a campanha Carinho de Verdade. A iniciativa é do Conselho Nacional do Serviço Social da Indústria (Sesi), por meio do projeto Vira Vida, que conta com o apoio da Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República e do Comitê Nacional de Enfrentamento da Violência Sexual contra Crianças e Adolescentes. O objetivo da campanha é ampliar o debate sobre o tema e envolver a iniciativa privada e a sociedade civil na busca de soluções que garantam uma vida protegida da violência sexual. A ação terá como principal instrumento as redes sociais Orkut, Facebook e Twitter.

[www.carinhodeverdade.org.br](http://www.carinhodeverdade.org.br)



# FUNDRAISING PROFISSIONAL

**Susan Holt, especializada em captação na área da saúde, fala sobre o desenvolvimento da profissão nos EUA e no mundo**

*Por* **Thais Iannarelli**

**C**om 30 anos de experiência na área de captação de recursos, a americana Susan Holt começou sua carreira trabalhando na área musical: dava aulas e era cantora. Foi assim que se interessou pelo apoio às artes, nos Estados Unidos, especialmente no que se referia à educação musical para crianças. Hoje, é diretora do Vision Philanthropy Group, que desenvolve soluções e dá consultoria em captação de recursos para organizações. Durante sua trajetória, especializou-se na área da saúde e, em entrevista à **Revista Filantropia**, conta um pouco dessa área de *expertise*.

**Revista Filantropia: Como você começou a atuar na área de captação de recursos?**

**Susan Holt:** No início, juntei-me a uma organização que captava recursos para as artes, em Nova York. Depois, comecei a me envolver com pesquisa e com recursos na área médica, já que era casada com um médico e cientista. Interessei-me pelo tema de forma geral. Tive especial atenção sobre a forma como a pesquisa médica é financiada. Via que os profissionais trabalhavam duro para

conseguir financiamentos para seus estudos, todos sobre assuntos muito interessantes. Percebia que era caro e difícil educar um médico, e então me envolvi com este tipo de captação, inicialmente na Universidade de Nashville, no Tennessee. Após dar início a este trabalho, comecei a atuar também com pesquisa focando o atendimento ao paciente, o alívio da dor. Estudei causas e curas para grandes doenças, como cardíacas, câncer e algumas neurológicas.

**RF: Como a captação de recursos na área da saúde se difere das outras áreas?**

**SH:** Acho que na saúde todos são afetados, de uma forma ou de outra, seja por meio de uma doença ou condição. Então, é muito fácil se relacionar com as necessidades de ter um bom atendimento de saúde para todos. Agora, estou envolvida em um projeto que arrecada recursos para uma organização que dá tratamento para pacientes em situação de pobreza extrema em todo o mundo. Acho que as pessoas se envolvem porque entendem intelectualmente como é importante prover o acesso à saúde, sem importar a condição econômica. Além disso, estão tocadas emocionalmente.





Nos Estados Unidos, os departamentos de finanças e de captação de recursos devem trabalhar muito próximos, e é importante que esses sistemas estejam planejados antes da doação em si”

**SUSAN HOLT**

Diretora do Vision Philanthropy Group

Acredito que, provavelmente, a captação de recursos mais eficiente é aquela com apelo emocional ao coração, e também que toca a mente.

**RF: Como você analisa a cultura da doação nos EUA, especialmente após ter atuado em outros países do mundo?**

**SH:** Acho que nos Estados Unidos há uma forte cultura de filantropia construída em décadas. Então, as pessoas com recursos para realizar doações realmente grandes, e que querem causar impacto, veem a importância de fazer um grande investimento filantrópico, que pode transformar a realidade de uma instituição. Acho que nos beneficiamos dos que ensinaram os valores da transformação desses investimentos. E isso vem de uma cultura de filantropia *versus* uma cultura de caridade.

**RF: Como você analisaria o Brasil, após a sua visita ao país?**

**SH:** Ainda é necessária muita formação, inclusive em relação ao nível de profissionalismo dos captadores de recursos, que querem muito melhorar sua compreensão sobre o tema. E falo sobre grandes doações, e não apenas de malas diretas, marketing etc. Falo sobre como construir liderança com sua diretoria e voluntários para que eles sejam parceiros ativos na captação de recursos. Isso é muito importante.

**RF: Considerando 30 anos atrás, quando você começou a trabalhar com captação de recursos, e hoje, quais mudanças você enxerga nesse cenário?**

**SH:** Acho que a captação de recursos nos Estados Unidos há 30 anos era parecida com o que há hoje na América Latina. As diretorias não entendiam seu papel como o fazem atualmente. Grandes filantropos, como Bill e Melinda Gates e Warren Buffet, assim como pessoas de outras partes do mundo, ajudaram a colocar uma luz no papel da filantropia, e este impacto é global. Acredito que nos dias atuais há melhor compreensão do objetivo

do financiamento público e da iniciativa privada em busca de impacto no mundo, impacto este que pode ser causado por indivíduos, por um pequeno ou um grande grupo de pessoas. Hoje, acho que os doadores são mais sofisticados em relação às suas expectativas, e querem ver especificamente o que é feito pelas organizações.

**RF: Conte um pouco sobre a atuação do Vision Philanthropy Group, instituição que você fundou.**

**SH:** No *Vision Philanthropy*, damos consultoria aos clientes sobre campanhas e organização de seus programas de desenvolvimento, e também treinamos a diretoria e os líderes de voluntariado para a captação de recursos. Temos experiência em projetos de grande porte, que chamamos internamente de “mega doações”.

**RF: Especialmente por se tratar de grandes valores, o cuidado que se deve ter em relação à transparência é dobrado. Como vocês veem e atuam para atingir a excelência nesta área?**

**SH:** A transparência é extremamente importante, e organizações de alta performance que funcionam bem empregam muito tempo e esforço para entregar relatórios para seus grandes doadores, explicando detalhadamente o uso dos recursos. Ou seja, algum novo médico foi contratado? Os recursos foram utilizados para pagar salários ou para apoiar o programa de pesquisa? Também tentamos ser específicos em relação a recursos adicionais, que levantamos graças ao investimento do doador na nossa iniciativa. Nos Estados Unidos, os departamentos de finanças e de captação de recursos devem trabalhar muito próximos, e é importante que esses sistemas estejam planejados antes da doação em si. Assim, há um acordo entre o doador e a instituição referente a como o dinheiro será doado, como será gasto e como o doador será reconhecido, ou seja, como a instituição reportará ao doador sobre o uso dos recursos conquistados. 🏠

# Treinamentos em Gestão Social



São Paulo - SP  
19 de fevereiro

## Mottainai: Sustentabilidade gerencial

Tiemi Yamashita

21 de fevereiro

## Oscips: Legislação, planejamento e captação de recursos

Danilo Tiisel

25 de fevereiro

## Recursos Públicos para o Terceiro Setor

Carol Zanoti, Danilo Tiisel, Michel Freller,  
Rosana Pereira e Valdir Cimino

26 de fevereiro

## GRI - Relatório Global de Sustentabilidade

Luis Pero

28 de fevereiro

## Departamento de Captação de Recursos: da teoria à prática

Marcelo Estraviz

5 de março

## Advocacy e Políticas Públicas

Adriana Carvalho, Monica Andreis

7 de março

## Estatuto social: como e quando é necessário reformular?

Danilo Tiisel e Carol Carrenho

12 de março

## Incentivos fiscais para captação de recursos no Terceiro Setor

Danilo Tiisel e Michel Freller

13 de março

## Siconv: Portal dos Convênios do Governo Federal

Rosana Pereira



Venha conhecer a estrutura da Diálogo Social!

Apoio:

REVISTA  
**FILANTROPIA**

**Inscrições e informações**

[www.dialogosocial.com.br](http://www.dialogosocial.com.br)

(11) 2978-6686

[dialogo@dialogosocial.com.br](mailto:dialogo@dialogosocial.com.br)

diálogo  
social



Acesse o site pelo  
seu smartphone

## CAPTAÇÃO DE RECURSOS

# TRANSPARÊNCIA E PRESTAÇÃO DE CONTAS

**Como ampliar a captação de recursos por meio de uma prestação de contas organizada**

**A**lguns autores creem que a sociedade é dividida em três setores, sendo o Estado o Primeiro Setor, que tem como uma de suas funções a “política formal”, além de certa atividade social, sendo então uma esfera pública. O mercado seria o Segundo Setor, que tem uma dinâmica própria

e autônoma e é visto como esfera exclusivamente privada. O Terceiro Setor surgiu pela necessidade de articulação entre o público e o privado. Absorveria o trato da “questão social”, sendo não governamental e não lucrativo. Mas, tem origem privada e finalidade pública. O Terceiro Setor, o qual seria uma evolução do papel





das organizações não governamentais (ONGs), deriva dos movimentos sociais que surgiram entre os séculos 16 e 17, com caráter religioso, filantrópico e político, tendo sido influenciado pelos sistemas de governo e pelas políticas vigentes.

Para que o Terceiro Setor — as ONGs e os movimentos sociais de maneira geral — pudesse realizar as atividades propostas em seus estatutos, buscaram-se as empresas e o governo para financiá-lo. Como as atividades empresariais são geridas como um programa ou projeto, foi necessário que ele se adaptasse para ter condições de receber recursos financeiros externos ou estabelecer parcerias que pudessem patrocinar suas ideias, para que estas se transformem em planos, programas ou projetos.

De acordo com o *Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social/Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (ILPES/CEPAL)*, “programas” são partes da política social que permitem às pessoas ter em uma melhor qualidade de vida e uma melhor oportunidade de trabalho. “Projeto” é toda ação que tende a incrementar, manter ou recuperar a capacidade de geração dos benefícios sociais das pessoas; os projetos requerem investimentos em obras, equipamentos, adequação de espaços, capacitação de monitores, ou seja, necessita de investimentos prévios para que possam ser realizados.

Com isso podemos dizer também que o projeto é a materialização de uma ideia ou sonho com início e fim determinados; e que a empresa/governo é o veículo da transformação e da realização. Para ser realizado, um projeto requer recursos financeiros e humanos, tempo disponível, objetivos e resultados definidos de forma clara e compatível com os recursos e o tempo, além de atividades coerentes em que os beneficiários sejam levados em conta.

Com o projeto elaborado e os recursos financeiros contratados, deve-se, durante e após a realização, fazer uma prestação de contas. Ela consiste em um relatório de avaliação do projeto, ou seja, é um demonstrativo financeiro que compara o previsto e o realizado e aquilo que foi proposto. A prestação de contas deve ser vista como parte da transparência e da *accountability* de uma gestão.

Masayuki Nakagawa define o termo *accountability* como “a obrigação de se prestar contas dos resultados obtidos, em função das responsabilidades que decorrem de uma delegação de poderes”.

Podemos resumir a prestação de contas como sendo um demonstrativo que mostra se o projeto foi realizado conforme previsto em seu planejamento, tanto financeiro quanto da realização efetiva, que demonstra a utilização

Podemos resumir a prestação de contas como sendo um demonstrativo que mostra se o projeto foi realizado conforme previsto em seu planejamento, tanto financeiro quanto da realização efetiva

adequada dos recursos captados pelas instituições, por exemplo, as OSCIPs e Fundações.

Landin classifica as prestações de contas como: (a) funcionais, relativas a relatórios financeiros, uso de recursos, eficiência, lisura; e (b) estratégicas, relacionadas com seu impacto e sua performance em médio prazo, que seria a *accountability* de desempenho.

Esta prestação de contas demonstra a organização da gestão, como já vimos, e na contabilidade, pois esta tem o dever de registrar toda a movimentação financeira e contábil. Ainda devem-se realizar as seguintes obrigações acessórias, tais como: as obrigações trabalhistas e previdenciárias, obrigações fiscais, obrigações contábeis e as obrigações específicas das organizações do Terceiro Setor.

Atualmente há normas contábeis específicas para realizar as obrigações. Por isso, a Comissão de Estudos do Terceiro Setor do CRCRS (2010/2011) sugere uma rigorosa atenção às boas práticas de gestão e, para tal, é importante ter presentes os princípios de governança corporativa: *compliance* (seguir as regras estabelecidas), *accountability* (obrigação de prestar contas), *disclosure* (transparência de informações) e *fairness* (equidade para os acionistas).

Podemos afirmar que as associações que seguem esses procedimentos têm maior potencial de captação de recursos, pois esta ação depende não somente de relacionamento interpessoal entre parceiros e transparência, mas também requer conhecimento dos trabalhos desenvolvidos conforme estabelecido nos planos, projetos e planejamento, na metodologia, no planejamento estratégico e nas pesquisas de avaliação do seu parceiro ideal. A escolha desse parceiro será decisiva para a vida da sua organização, afinal, ele participará não somente com recursos, mas como apoiador da causa ou propostas defendidas. Lembrando que ao emprestar seu nome, o parceiro terá sempre grande preocupação com o cumprimento do planejamento apresentado e a efetividade das ações.

Finalizando, para uma instituição/empresa manter o patrocínio ou a doação, nada melhor do que ter uma contabilidade organizada e uma gestão transparente. Pense nisso e você terá o sucesso almejado. 📌

**Contribuir para a construção de um mundo mais justo e sustentável é responsabilidade de todos.**

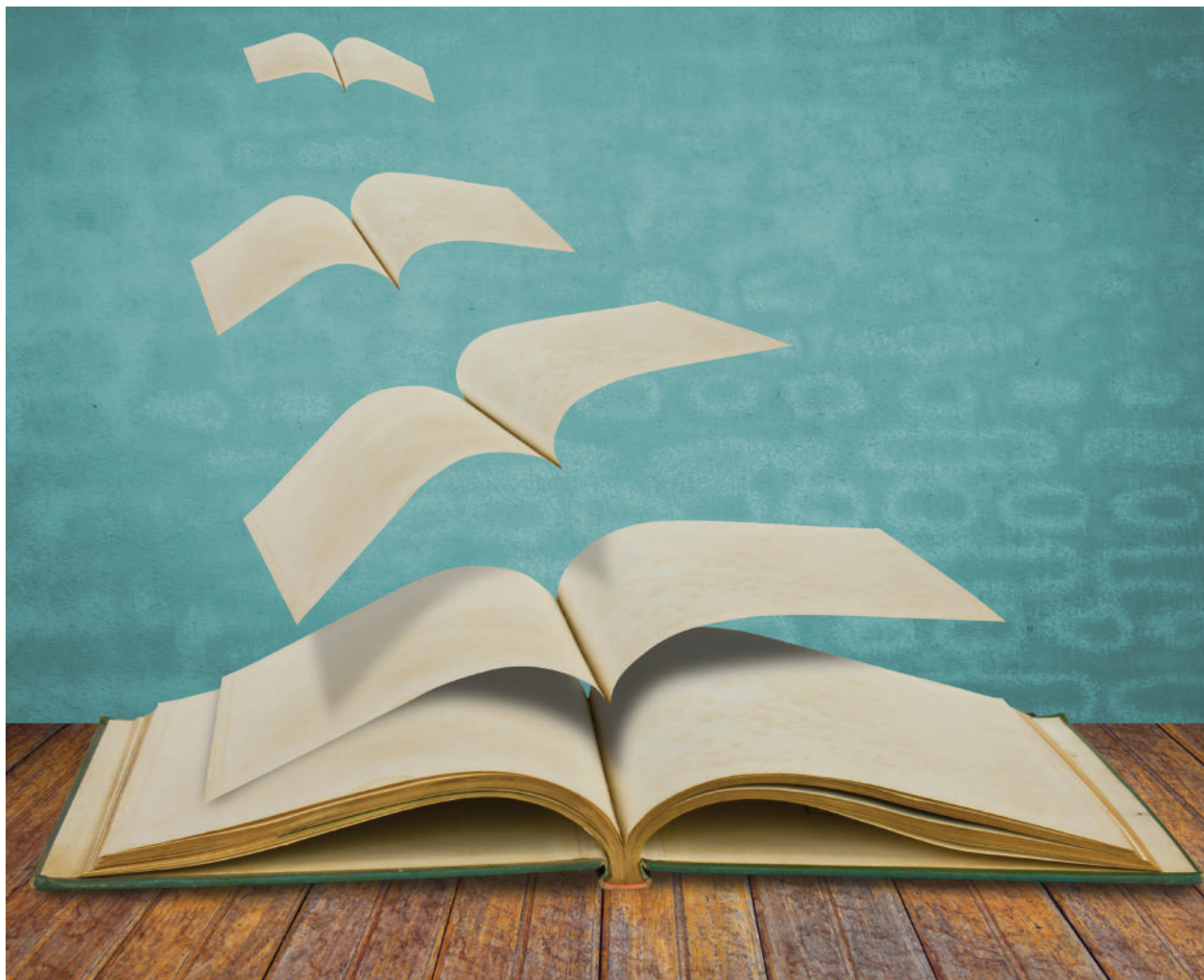
Prestar serviços com especialização, atualização e competência é **nosso compromisso.**



**Quality**  
**Associados**

Consultoria e assessoria **contábil, fiscal e trabalhista** para o **Terceiro Setor**

visite nosso site [www.qualityassociados.com.br](http://www.qualityassociados.com.br) ou ligue para (11) 3837-0000



# STORYTELLING

## Usando o poder da narrativa para mobilizar e engajar

**E**sta é uma proposta de usar *storytelling* na comunicação corporativa com o intuito de aumentar a qualidade das relações com públicos importantes para seu negócio ou iniciativa, pois a narrativa tem o poder de conquistar, mobilizar e engajar pessoas devido ao fato de trazer ‘significado’.

O *storytelling* aproxima o interlocutor da experiência vivenciada, permite que se crie empatia e é muito eficiente em realmente tocar e se diferenciar diante das milhões de informações disponíveis.

As histórias estão revalorizadas porque praticamos por muito tempo uma indiferença à vida do outro. Com esta proposta, saímos de um contexto informacional para um relacional.

Mas como utilizar este poder de mobilizar? Há muitas maneiras e muitos usos. Porém, o melhor é basear essa comunicação numa estratégia.

Na comunicação organizacional – e falo de uma perspectiva de Relações Públicas –, pretende-se usar histórias com uma intenção, uma finalidade. Não é a história pela história, como nas artes (literatura, cinema).

Por isso, é muito importante construir uma estratégia que oriente a escolha e o desenvolvimento da história ou de um conjunto de histórias.

Para fazer a estratégia, precisamos saber quem é o público com quem vamos ficar em contato, ou seja, quem é de verdade, qual é seu perfil, o que esperar um do outro e qual é nossa intenção com ele. Qual é a mensagem que precisamos comunicar?

Com isso, a estratégia nos conduz a uma escolha intencional de qual história melhor reflete nosso objetivo. Às vezes, uma história que nos atenda já existe; porém, precisamos criá-la. Assim, escolhemos que tipo de narrativa deve ser usada (ficcional ou memória).

Escolhida a narrativa, trabalhamos o roteiro. Qual é a trama? Quem é o protagonista e que desafio ele vive? Que temática vamos usar? Como a marca da minha empresa ou da minha iniciativa entrará nessa história? Sua marca pode assumir o papel de protagonista, mas ela pode ser também o elemento que proporciona o desfecho, que ajuda o protagonista a tomar uma decisão, a encontrar sua 'caverna escura'. Depende da criatividade.

Aqui, estabelecemos quais são os fatos desta narração e em qual ordem serão apresentados. Com isso, é possível montar a história. É a partir deste momento que ela será recheada com detalhes, descrições e palavras certas para formar imagens mentais e sentimentos. Precisamos ser capazes de levar para o campo das emoções e nos distanciar da tradicional racionalidade de informar. Tudo é um processo interno. A seguir, aborda-se o *telling*.

Tudo o que foi construído será contado como? Decidimos se será a fala de alguém, alguma apresentação (ppt ou prezi), um vídeo, uma história em quadrinhos ou uma colagem. Será utilizada uma história contada com palavras ou imagens? Haverá um narrador? É o próprio protagonista que assume este papel? É um coadjuvante desta história? É um observador que vê tudo?

*O storytelling aproxima o interlocutor da experiência vivenciada, permite que se crie empatia e é muito eficiente em realmente tocar e se diferenciar diante das milhões de informações disponíveis*

A elaboração da estratégia indica os recursos utilizados para narrar a história, mas como estamos falando de um processo gerenciado, porém subjetivo, pode ser que a montagem da história traga novas dicas da melhor forma de transmiti-la. Então, é melhor decidir estruturar o recurso de contar sua história ao final. Junto dele, deve-se pensar a forma de distribuir tal relato.

A estratégia usualmente pede que nossa empresa ou iniciativa gere uma história para mobilizar. A mobilização e o engajamento podem vir da oportunidade de que os outros contem a história. Isso quer dizer que podemos fazer materiais e peças baseados em histórias ou podemos criar campanhas para que as pessoas contem suas histórias conosco, fatos que também envolvem.

Seja com histórias próprias ou com a valorização daquelas de nossos interlocutores (geralmente memórias), temos um poder imenso de conquistar atenção e manter pessoas que perceberam o significado que as aproxima de nossos negócios e iniciativas.

Se garantirmos bons e frequentes momentos de contar tal história – seja fazendo muitas reuniões relevantes para contar oralmente essa história, seja usando uma boa distribuição em mídias sociais, ou mesmo, nas tradicionais, com mais recursos –, nossas chances de mobilizar e atrair serão multiplicadas.

Que história você tem para contar? 🗣️

# ECONÔMICA Desenvolvimento Empresarial

- Congressos
- Seminários
- Cursos (inclusive *In Company*)
- Consultoria em responsabilidade social





# OPERANDO O SICONV POR OBTV

**A**s pessoas que utilizam o Sistema de Convênios (Siconv) para aplicar recursos públicos na realização de projetos não podem nem ler ou ouvir a sigla “OBTV” que já começam a reclamar, a choramingar ou até mesmo a se desesperar. Mas o que está acontecendo?

OBTV são as iniciais de ‘ordem bancária de transferência voluntária’, nova funcionalidade do Siconv desde 30 de julho de 2012. De acordo com o decreto nº 7.641, de 12 de dezembro de 2011, todos os convênios, contratos de repasse e termos de parceria assinados ou celebrados a partir de tal data foram, obrigatoriamente, operados por OBTV.

Entende-se por OBTV o pagamento da despesa do convênio, por exemplo, diretamente na conta-corrente do beneficiário de forma virtual, o que garante a transparência e a publicidade dos dados. Este documento eletrônico é emitido apenas se as etapas do convênio tiverem sido cumpridas pelas partes envolvidas no processo, ou seja, os concedentes, convenientes e fornecedores.

Para o secretário de logística e tecnologia da informação, Delfino Natal de Souza, a OBTV vai automatizar o fluxo de pagamento das transferências voluntárias: “Quando um ente federativo ou uma entidade civil sem fins lucrativos firma um contrato de parceria ou convênio, estabelece-se um plano de trabalho. E à medida que as etapas são cumpridas, ocorre a transferência de recursos. A OBTV está informatizando totalmente esse processo”, explica.

Para operar por OBTV será necessário enviar ao banco uma declaração mostrando que a conta do convênio, o contrato de repasse ou o termo de parceria foi aberto, e uma lista das pessoas que serão cadastradas no Siconv para serem ‘ordenadores de despesa’. O conveniente selecionará no mínimo uma e no máximo duas pessoas para operarem o instrumento.

O processo de OBTV será realizado pelo ordenador de despesa de OBTV, devidamente cadastrado no banco e selecionado pelo conveniente e por seu gestor financeiro. Tais perfis têm

autonomia para: cadastrar fornecedores no Sistema Integrado de Administração Financeira do Governo Federal (SIAFI), informar domicílio bancário (que pode ser mais de um para cada fornecedor) e ordenar os pagamentos a fim de efetivamente pagar o fornecedor e ser autorizado pelo gestor financeiro e, posteriormente, pelo ordenador de despesa.

Caso seja necessário cancelar o pagamento, um dos dois perfis pode interromper o processo. Mas o que fazer na execução para iniciar o pagamento por OBTV? O primeiro passo é inserir o processo de compra normalmente no sistema. Caso faça por cotação prévia de preços, não se esqueça de realizar eletronicamente pelo Siconv. Se for licitação, siga as leis nº 8.666 (licitação) e 10.520 (pregão). A seguir, caso haja contrato, insira aquele que será obrigatoriamente vinculado ao processo de compra. “Nem todo processo de compra precisa de contrato, mas todo contrato tem que preceder de um processo de compra”. O terceiro e último passo é inserir os documentos de liquidação na forma dos instrumentos não operados por OBTV.

O único documento que tem sua particularidade se trata de uma OBTV para conveniente, a qual será como um reembolso ao conveniente de despesas pagas, nas quais não é possível fazer o pagamento individualizado ao fornecedor. Por exemplo, o Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU), o Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS), a luz, a água, o telefone, entre outros.

Como é possível notar, o que intimida é o fato de ser novo, de aumentar as responsabilidades dos gestores e de saber que para continuar recebendo os recursos da União muita coisa terá que ser ajustada.

Essa nova ferramenta traz a nós a responsabilidade de nos capacitarmos e colocar nossas instituições cada vez mais nos moldes da Administração, transformando sonhos em planejamentos concretos. 📌

MARKET ANALYSIS



**EMPRESA DE PESQUISA DE MERCADO ESPECIALIZADA EM ESTUDOS DE INTELIGÊNCIA EM SUSTENTABILIDADE**

Monitore os impactos dos programas em investimento social

Entenda as expectativas dos consumidores, *stakeholders* e públicos de interesse

Identifique os indicadores chave de reputação

Responsabilidade Social Corporativa

SponsorTracker

Monitor de Reputação Empresarial

Líder Barômetro

Media Reputation

Barômetro Ambiental

info@marketanalysis.com.br  
+55 48 3234 8573

www.marketanalysis.com.br



# act:onaid

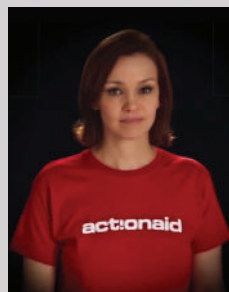
Com apenas 5 anos, Marcely já conhece a fome e a pobreza.

Mude esta realidade:  
Apadrinhe uma criança.

Marcely nasceu em São Paulo, a maior e mais rica cidade do país. Mas, nos seus 5 aninhos, ela só conviveu com a fome, a pobreza e condições de vida muito difíceis. Saiba mais sobre essa e outras histórias em [www.mudeumavida.org.br](http://www.mudeumavida.org.br).

## Por que você deve apadrinhar uma criança:

- **Você muda uma vida.**  
Você torna possível a uma criança acesso a seus direitos, como: educação, saúde, alimentação e moradia.
- **Não pesa no bolso.**  
Com pouco mais de R\$ 1,00 por dia você torna esta mudança possível.
- **É emocionante.**  
Você acompanha tudo por fotos, mensagens e relatórios.



A atriz **Julia Lemmertz**, embaixadora da **ActionAid**, apadrinha uma criança.

*"Eu apadrinho uma criança pela ActionAid. É fácil: com pouco mais de R\$ 1,00 por dia, o que equivale a um cafezinho, você muda a vida de uma criança e, por consequência, de toda comunidade em volta dela. É o mínimo que a gente pode fazer. Apadrinhe você também!"*

A ActionAid é uma organização internacional que atua no combate à pobreza desde 1972. Em 2007, foi eleita uma das 20 organizações mais competentes do mundo, em pesquisa da ONU.

[www.mudeumavida.org.br](http://www.mudeumavida.org.br)

0300 789 8525

Você também pode ajudar a ampliar a imagem socialmente responsável da sua empresa: [www.actionaid.org.br/empresas](http://www.actionaid.org.br/empresas)



## À PROCURA DA NOTA 10

**Pesquisas, indicadores e especialistas atestam melhorias na qualidade de projetos e programas desenvolvidos por organizações brasileiras**

*Por Luciano Guimarães*

**S**o what? Now what? – E daí? E agora? Responder a estas duas perguntas – que teoricamente parece algo simples de se fazer – é essencial a fim de que qualquer organização social conheça os resultados mais fidedignos de um projeto ou de uma estratégia.

Do outro lado do balcão, o mesmo vale para os doadores que acreditam e colocam recursos em determinada causa. Trata-se de um trabalho com metodologia correta e conhecimento sobre o tema em questão, pois compreende uma profunda análise de indicadores quantitativos e qualitativos.

É o que a britânica Jane Davidson, autora do livro “*Evaluation Methodology Basics: The Nuts and Bolts of Sound Evaluation*” e doutora em Psicologia Organizacional, chama

de critérios e rubricas. Ao passar pelo Brasil em 2012, a mesma participou do seminário “*A relevância da avaliação para o investimento social privado*”, promovido pelas Fundações Itaú Social e Roberto Marinho, em parceria com a Avaliação e Estratégia em Desenvolvimento Social (Move) e a Fundação Santillana.

“O sucesso de uma avaliação de projeto está na escolha das perguntas certas a serem feitas, formuladas por meio de uma análise de contexto. Só então é possível elaborar os indicadores e os critérios que servirão de base para tal aferição. Não se trata do que podemos ‘medir’, e sim o que precisamos ‘saber’”, explica a especialista.

A mesma visão é compartilhada pelo administrador público Michel Freller, sócio-fundador da “Criando Consultoria”



## DICAS DE JANE DAVIDSON

### ELEMENTOS-CHAVE PARA UMA AVALIAÇÃO CONSISTENTE:

- Ter um propósito claro a respeito do que é preciso saber
- Envolvimento de uma equipe multidisciplinar
- Perguntas-macro que norteiem cada passo da avaliação
- Relatórios sucintos e objetivos que facilitem o entendimento do leitor
- Formulação de ideias que levam à ação

### PERGUNTAS QUE PODEM AUXILIAR A NORTEAR UMA REAVALIAÇÃO:

- Qual a importância dos resultados alcançados?
- O projeto alinhou-se ao investimento e aos esforços colocados?
- O projeto continua sendo necessário?
- Onde e para quem o programa funciona melhor?



## DICAS DE MARTINA OTERO

### CUIDADOS QUE SE MOSTRAM RELEVANTES NO CONTEXTO BRASILEIRO:

- Ter clareza do contexto e do 'para quê' se está avaliando, buscando abordagens que sejam compatíveis com a expectativa.
- No caso de contratação de consultoria externa, acompanhar o processo de avaliação, de forma a aumentar a chance de incorporação dos achados no projeto.



e membro do Conselho Fiscal da Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR). De acordo com ele, não é suficiente afirmar: “atendemos X mil crianças ou servimos X milhões de refeições”.

“É fundamental mostrar que vidas foram mudadas e/ou salvas. Também não é necessária uma grande quantidade de indicadores se conseguirmos respostas às nossas perguntas apenas com alguns. A chave é ter uma proposta clara, envolvimento correto de todas as partes envolvidas (*stakeholders*), fazer perguntas importantes, conhecer o quadro como um todo (*big picture*), ter respostas claras baseadas em evidência, e não em achismos e intuições”, explica Michel.

### MAIS POSITIVO

Devido ao cenário atual vivenciado pelo Terceiro Setor brasileiro, a qualidade dos projetos apresentados a possíveis financiadores no momento da captação de recursos melhorou. Não apenas os especialistas analisados pelo Grupo de Institutos Fundações e Empresas (GIFE) atestam esta assertiva, mas também os próprios associados participantes do Censo GIFE 2011-2012, lançado no final de novembro.

A pesquisa contou com respostas enviadas por 100 dos 144 membros da Rede GIFE, entre empresas, fundações e institutos corporativos, comunitários, familiares e independentes, os quais afirmaram que investiram, em 2012, R\$ 2,35 bilhões – um aumento de 8% em relação a 2011.

O incremento dessa visão é chancelado pela pesquisa “*Abordagens e práticas da avaliação de iniciativas sociais no Brasil*”, conduzida em 2011 e ao longo de 2012 em uma parceria entre o Instituto Fonte, a Fundação Itaú Social, o Instituto Paulo Montenegro e o Ibope Inteligência. Segundo outra pesquisa realizada pela mesma parceria em 2009, “*A avaliação de programas e projetos sociais de ONGs no Brasil*”, 91% das 363 ONGs pesquisadas declararam que já avaliaram seus projetos – parte delas com avaliadores externos, e ainda 96% delas pretendem avaliar.

“A maioria das organizações sociais faz avaliações periódicas, muitas vezes para a promoção de seus projetos. Os gestores precisam ver este procedimento como essencial para a tomada de decisões e para o próprio redirecionamento de seus projetos”, argumenta a psicóloga Martina Rillo Otero, consultora do Instituto Fonte e coordenadora de tais estudos.

O reforço a esta constatação pode ser observado na “12ª Pesquisa Nacional sobre Responsabilidade Social e Práticas Sustentáveis nas Empresas 2011”, realizada pelo Instituto ADVB de Responsabilidade Socioambiental (IRES), que se baseou em dados enviados por 2.872 empresas participantes – sendo 33% de grande porte; 56%, médio; e 11%, pequeno.

Segundo o levantamento, 87% das empresas declaram que ações de responsabilidade social integram a sua visão estratégica; 79% afirmam que a alta administração participa e se envolve nos programas sociais; para 52%, é necessário aprimorar a gestão social interna com a criação dos Indicadores de Projetos Sociais; e 86% desenvolvem programas sociais voltados à comunidade. Além disso, 41% das companhias têm planos de aumentar os recursos nos projetos sociais externos que vêm sendo desenvolvidos. A mesma pesquisa revelou ainda que o investimento social das empresas está alocado em cinco principais áreas, pela ordem: educação, cultura, esporte, meio ambiente e qualificação profissional. Estes recursos giram, em média, em torno de R\$ 1,15 milhão ao ano.

“Cresce aceleradamente a percepção das organizações quanto aos princípios orientadores da visão socialmente responsável corporativa e das práticas sustentáveis. Cada vez mais as empresas aderem a estas iniciativas com inteligência estratégica, estabelecendo com as várias instâncias da sociedade uma fundamental parceria”, concluem Miguel Ignatios, presidente do IRES, e Lívio Giosa, coordenador geral do IRES e responsável pelo estudo.

### AVALIAÇÕES PERIÓDICAS

Exemplo de organização social preocupada com questões ligadas a avaliações periódicas, a Childhood Brasil apoia projetos, desenvolve programas regionais e nacionais,


influencia políticas públicas e, atualmente, executa seis programas próprios e três projetos especiais.

Parte da “World Childhood Foundation (Childhood)”, instituição internacional criada em 1999 pela rainha Silvia, da Suécia, com o objetivo de proteger a infância, a ONG brasileira é responsável pela gestão do Programa Sementeiros, que oferece suportes técnico e financeiro a organizações sociais para a formação de uma rede de experiências e ações contra todas as formas de violência sexual.

“Apesar de terem impacto local, os projetos sementeiros podem germinar em outras regiões devido a suas metodologias inovadoras de intervenção”, afirma Itamar Gonçalves, gerente de programas da entidade.

Um dos *cases* de maior sucesso e repercussão mundial, o “Programa Água e Clima da WWF Brasil” passou por dois processos de avaliação durante sua realização, entre 2007 e 2011. Foi realizada uma parceria global entre HSBC, WWF e outras organizações conservacionistas com foco nos impactos das mudanças climáticas em bacias hidrográficas da Inglaterra, da Índia, da China e do Brasil.

Durante o período foram feitas uma avaliação de meio termo, em 2009, com ênfase em processos, e outra final, em 2011 e 2012, focando nos impactos gerados. As análises foram conduzidas seguindo os mesmos critérios para todos os países, permitindo a comparação e a troca de experiências.

De acordo com a organização que apresentou os resultados no Seminário “A relevância da avaliação para o investimento social privado”, citado na reportagem: “o processo de avaliação final resultou num conjunto de achados e reflexões que subsidiaram uma série de propostas de gestão que estão em implementação pelo Programa de Água Doce e pela organização como um todo, num momento propício para mudanças internas. Os resultados também contribuíram para apoiar a manutenção da relação com o financiador”. 

■ ■ [www.captacao.org/recursos](http://www.captacao.org/recursos) | [www.childhood.org.br](http://www.childhood.org.br) | [www.criando.net](http://www.criando.net) | [www.frm.org.br](http://www.frm.org.br) | [www.fundacaoitausocial.org.br](http://www.fundacaoitausocial.org.br) | [www.gife.org.br](http://www.gife.org.br) | [www.innonet.org](http://www.innonet.org) | [www.institutoadvb.org.br](http://www.institutoadvb.org.br) | [www.institutofonte.org.br](http://www.institutofonte.org.br) | [www.ipm.org.br](http://www.ipm.org.br) | <http://movesocial.com.br> | <http://realevaluation.com> | [www.wwf.org.br](http://www.wwf.org.br)

## Precisa se comunicar com públicos relacionados a iniciativas ambientais?



Para gerenciamento de crises, ações de comunicação, relacionamento com entidades de classe e comunitárias, entre outras atividades, a Maxpress disponibiliza ao mercado o Ambiental.

Dentro de uma plataforma on-line, o Ambiental agrega todos os públicos para o seu relacionamento corporativo com as mais diversas áreas ambientais. Dessa maneira sua ação será focada e ágil, com resultados assertivos e diretos.

Maxpress – Tecnologia para Relacionamentos com Públicos Estratégicos

(11) 3341-2800  
[www.maxpress.com.br](http://www.maxpress.com.br)

**Maxpress**

# Educação Continuada

## 1.º Semestre 2013



INSTITUTO  
APAE  
DE SÃO PAULO



**16 de março**

**Práticas artísticas e esportivas para pessoas com Deficiência Intelectual**

Carga horária: 6h

**27 de abril**

**Oficina de jogos, brinquedos e brincadeiras**

Carga horária: 8h

**16 e 23 de março**

**Déficit de Atenção e Hiperatividade**

Carga horária: 12h

**11 e 18 de maio**

**Intervenção na Primeira Infância**

Carga horária: 16h

**23 de março**

**Oficina de Flexibilização Curricular**

Carga horária: 8h

**11, 18, 25 de maio  
1 e 8 de junho**

**Educação Inclusiva**

Carga horária: 40h

**6 e 13 de abril**

**Qualificação de Educadores: a inclusão de crianças e adolescentes com Deficiência Intelectual**

Carga horária: 16h

Cursos sujeitos à alteração de datas, disponibilidade de vagas e número mínimo de alunos para formação de turma.

**Mais informações:**

[www.apaesp.org.br/instituto/cursos](http://www.apaesp.org.br/instituto/cursos)

[instituto@apaesp.org.br](mailto:instituto@apaesp.org.br)

Rua Loefgren 2.109 VI. Clementino São Paulo SP

(11) 5080 7007 ou 5080 7186



# ENTENDENDO A CABEÇA DO VOLUNTÁRIO

## Como atuar para facilitar a gestão do programa de voluntariado

A possibilidade de entender e mapear o voluntariado no Brasil foi o que mobilizou o Centro de Voluntariado de São Paulo e a Rede Brasil Voluntário a encomendar a pesquisa com o Perfil do Voluntário em nosso país. A pesquisa fez parte do projeto de comemoração da década do voluntariado em todo o mundo, celebrado em 2011, por iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU).

Os resultados encontrados levaram os Centros de Voluntariado a encomendar uma segmentação da pesquisa. A investigação desses segmentos trouxe outros aspectos e formas que apontam rumos e formatos para o voluntariado em nosso país.

Sabemos que um em cada quatro brasileiros com mais de 16 anos (cerca de 35 milhões de pessoas) faz ou já fez algum trabalho voluntário. É o que aponta pesquisa, realizada pelo Ibope Inteligência. Destes, 11%, cerca de 15 milhões de pessoas, exercem alguma atividade voluntária no momento. A perspectiva de receber pessoas bem intencionadas e com desejo de trabalhar voluntariamente, embora seja bem-vinda, necessita de organização e excelência na gestão. Entender quem são essas pessoas é um facilitador para um trabalho voluntário com qualidade, comprometimento com o sucesso, satisfação, sinergia e, sobretudo, uma grande oportunidade de exercício de solidariedade e de cidadania. A segmentação da pesquisa realizada em janeiro de 2012 e classificou os “voluntários brasileiros” em três grupos:

### TRADICIONAIS — 31% DOS VOLUNTÁRIOS

Os voluntários tradicionais se caracterizam por terem idade acima de 50 anos, casados e com filhos. A maioria pertence às classes C/D e, comparados aos outros grupos, é o de menor grau de escolaridade: não chegam a completar o ensino médio.

Outra característica é que a maioria não trabalha regularmente ou está aposentada. Dentre todos os segmentos, é

o que indica menor posse de equipamentos de informação e comunicação (possuir computador e acesso à internet).

Possuem uma história de longa atuação no voluntariado, com mais de sete anos de dedicação e fidelização aos projetos, causas ou associações escolhidas.

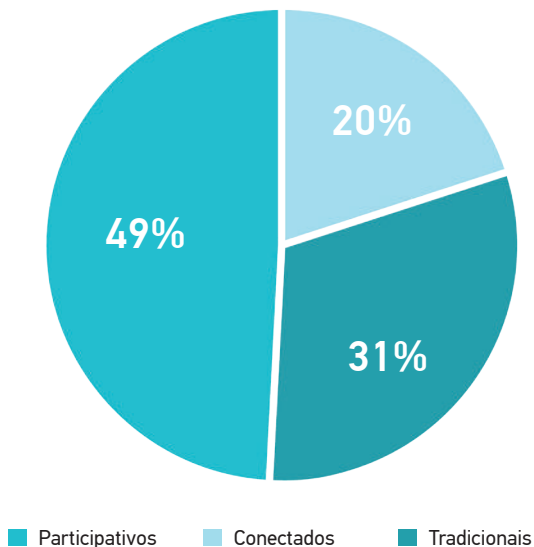
Além de instituições religiosas (como os demais grupos), atuam com mais frequência em associações de bairro, espaços públicos e diretamente na própria comunidade.

O tempo médio de dedicação é de três horas mensais. Não existe uma escolha de um público a ser atendido que se destaque. Estão envolvidos em atividades de mobilização de recursos, oferecem serviços de manutenção de infraestrutura e serviços em geral (cozinha etc.), incluindo atendimento direto ao público.

Motivação: participam do voluntariado por solidariedade e são motivados, em maior proporção do que os demais



## VOLUNTÁRIOS



grupos, por questões religiosas. Buscam fortalecer relacionamentos, conhecer pessoas, serem reconhecidos e ocupar o tempo. Sentem-se motivados a continuar prestando serviço voluntário e, de forma geral, estão satisfeitos com o próprio serviço, com a organização, *feedback* recebido e com o apoio da instituição. É o grupo com maior grau de satisfação e a maior expectativa é a respeito de cursos e capacitação.

### **PARTICIPATIVOS — GRUPO DE MAIOR DESTAQUE, COM 49% DOS VOLUNTÁRIOS**

Este é o perfil do voluntário da primeira década do século 21. Maior segmento, com perfil mais jovem, com pessoas de até 30 anos. Possuem alto nível de escolaridade: ensino médio ou superior, e pertencem às classes A/B.

São estudantes e pessoas que trabalham meio período, bastante envolvidos com atividades voluntárias há menos tempo que os demais grupos: até um ano. Apesar disso, são pessoas com dedicação regular ao serviço voluntário, e apenas 15% têm dedicação eventual. Um pouco menos vinculados às instituições religiosas do que os demais grupos, atuam nos vários segmentos, com maior destaque para projetos e organizações da área da educação, e o público que têm preferência em atender é o de jovens.

Têm amplo acesso a computador e internet. Além da escolha de atuação na captação e mobilização de recursos, atuam em cultura, educação e esporte, promovem eventos e oferecem serviços especializados.

Motivação: a solidariedade e os motivos religiosos sempre aparecem, mas os destaques são o dever cívico e a cidadania.

*Sabemos que um em cada quatro brasileiros com mais de 16 anos (cerca de 35 milhões de pessoas) faz ou já fez algum trabalho voluntário*

Estão motivados em continuar prestando serviço voluntário, mas são os mais críticos com sua atuação, pois se ressentem, mais do que os outros dois grupos, da falta de apoio e disponibilidade de cursos e palestras, por parte da instituição onde prestam o serviço voluntário. Sentem falta de avaliações, de indicadores e de uma gestão mais profissionalizada das atividades voluntárias.

### **CONECTADOS — 20% DOS VOLUNTÁRIOS**

Conectados são os voluntários dessa nova década, o menor segmento. Têm idade entre 25 e 59 anos, trabalham em período integral e o destaque desse grupo é a cidade de São Paulo. Possuem maior nível de escolaridade e pertencem às classes A/B. Têm pleno acesso às tecnologias de comunicação e informação, computadores, celulares, internet e são usuários das redes sociais. Dedicam-se ao voluntariado sem um padrão definido de tempo.

Prestam serviço (além das instituições religiosas) a instituições de assistência social, estando menos vinculados às organizações comunitárias e associações de bairro. Não têm interesse por algum público específico, e atendem a comunidade em geral, com destaque para crianças e jovens.

Seu padrão de atuação é bastante variado: além da disponibilização de recursos e doações, exercem vários tipos de atividade. Esse grupo tem a solidariedade e o exercício de cidadania como principal motivação para o voluntariado. Demonstram alto nível de satisfação com sua atuação, com o apoio que recebem da organização, e possuem muita motivação a continuar.

A pesquisa traz novas perspectivas e orientações para quem vai receber um voluntário, assim como a importância da gestão, da apresentação do resultado do trabalho e do apoio recebido pela organização. Todo programa de voluntariado é implantado para criar, melhorar ou ampliar os serviços prestados pela organização, portanto, é necessário um planejamento criterioso que atenda às necessidades da instituição. As organizações interessadas precisam se preparar e se tornar aptas para receber adequadamente os voluntários e manter esta mão de obra valiosa motivada, engajada e produtiva. 📌

# ÊNFASE E FOCO NO VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

Como as empresas podem desenvolver programas legítimos e efetivos?

*Por Roberta Rossi, Grupo de Estudos de Voluntariado Empresarial*

**P**ara tornar o mundo um lugar melhor, é preciso que todos tenham consciência dos seus direitos e deveres e lutem por eles no dia a dia. Este comportamento é esperado de todos, ou seja, pessoas, grupos, governos, empresas etc.

Do que estamos falando? De participação, cidadania, interatividade, solidariedade e também de voluntariado. O trabalho voluntário é algo que a pessoa oferece à sociedade como sua contribuição para este mundo melhor. Expressa e fortalece uma cultura de participação que é muito positiva para o desenvolvimento.

E o mundo corporativo, como pode fazer sua parte? Além de conduzir seus negócios de forma socialmente responsável, pode incentivar o trabalho voluntário. Muitas empresas

consideram o movimento do voluntariado importante e rico para a cultura organizacional, a gestão de pessoas, a ampliação da visão de mundo. Portanto, voluntariado também é bom para os negócios. Quanto mais ele estiver alinhado com a identidade da empresa, mais estará compondo com outros projetos ou ações da organização, deixando de ser algo à parte.

Como as empresas podem desenvolver programas legítimos e efetivos? Cabe a elas refletir, planejar e dar a ênfase que achar mais interessante com base nessa sua identidade e estratégias de negócio. O quadro, elaborado por Reinaldo Bulgarelli, mostra os objetivos e abordagens que um programa de voluntariado e seu(s) foco(s) resultante(s) podem ter.

Vamos analisar cada um dos itens apresentados no quadro detalhadamente:

## **MOBILIZAÇÃO SOCIAL/SENSIBILIZAÇÃO**

A organização pode fazer uma opção de apenas chamar a atenção para o tema do voluntariado, ou seja, sensibilizar seus colaboradores sobre a importância da interatividade, cooperação e da vida em sociedade. Afinal, tudo está interligado e o ideal seria sempre pensarmos e agirmos no coletivo.

É essencial que a empresa promova uma reflexão para que o funcionário entenda que seu trabalho é importante e faz parte de um contexto maior. Essa mobilização visa incentivar a realização de atividades para causas sociais e comunitárias. Isso pode ser feito por meio de palestras, workshops, reuniões, materiais de comunicação, plataformas virtuais que formam redes, ou ainda, pelo reconhecimento dos trabalhos desenvolvidos nesta arena.

## **CAUSAS SOCIAIS**

Usando a mesma estratégia de mobilização, engajamento e comunicação, a empresa pode estimular a contribuição para causas sociais relevantes, ou seja, que tenham sintonia com interesses da sociedade. Deve considerar em suas ações as políticas públicas e as agendas locais e globais: Declaração Universal dos Direitos Humanos, Constituição Federal, Estatuto da Criança e do Adolescente, Estatuto do Idoso,





| Se a ênfase maior da empresa é  | Seu foco será  |
|---|--|
| Mobilizar os funcionários para estimular que participem mais ativamente da vida em sociedade                                    | Mobilização social/sensibilização                                      |
| Contribuir com causas sociais relevantes para a sociedade   | Causa ou causas sociais (assumidas pela empresa ou não)                |
| Fortalecer vínculos com as comunidades onde a empresa está inserida   | Relação com a comunidade do entorno (ou comunidades de relacionamento) |
| Desenvolver seus profissionais por meio do engajamento em causas sociais  | Desenvolvimento dos profissionais (variados aspectos)                  |
| Estimular a filantropia de seus profissionais por meio da destinação de recursos variados                                       | Captação de recursos (para projetos da empresa ou não)                 |
| Compartilhar responsabilidades e estimular a participação em torno do foco do investimento social privado definido pela empresa | O investimento social privado da empresa                               |

Política Nacional de Promoção da Igualdade Racial, Direitos da Pessoa com Deficiência, Movimento de Sustentabilidade e Responsabilidade Social, Objetivos do Milênio da ONU, entre muitas outras.

### RELAÇÃO COM A COMUNIDADE DO ENTORNO

Quando o objetivo é aproximar a empresa da comunidade do entorno, o voluntariado pode contribuir. A empresa pode articular a ação do voluntário criando uma estrutura de apoio, troca e formação. A primeira etapa é realizar um diagnóstico da realidade desta comunidade, entender o público alvo, suas necessidades e interesses, potencialidades e receptividade ao trabalho voluntário. A construção coletiva é sempre o melhor caminho para desenvolvimento de projetos de qualidade e que sejam interessantes às duas partes.

É necessário reforçar o entendimento de que a comunidade não é apenas o local onde a empresa atua. Ela está presente na própria operação empresarial e o sucesso dos negócios está ligado a esse bom relacionamento. A empresa é parte da comunidade.

### DESENVOLVIMENTO DOS PROFISSIONAIS

Um dos benefícios valorizados pelas empresas em seus programas de voluntariado é o desenvolvimento de profissionais e líderes corporativos. Atualmente, percebe-se a tendência de que a formação de profissionais se dê também pela experiência em realizar um trabalho voluntário e as empresas precisam de pessoas que compreendam diversas realidades culturais, sociais, políticas, ambientais e econômicas e que saibam operar em um mundo integrado. O funcionário aprende a lidar com a diversidade e a otimizar recursos, além de ser estimulado a exercer liderança, a reflexão e a cooperação.

### CAPTAÇÃO DE RECURSOS

De acordo com a pesquisa *BRIC Giving*, realizada em 2008 pela organização britânica *Charities Aid Foundation*, 61,5% da população brasileira realizou doações para causas sociais nos 12 meses anteriores à pesquisa. Concluímos que grande parte das pessoas deseja fazer doações para o enfrentamento de problemas e desafios, tanto no Brasil quanto em outras partes do mundo. Isso soa simples, não é? Mas o doador voluntário acaba encontrando dificuldades em saber quem é quem, o que faz cada organização e as propostas de trabalho. As empresas podem ajudar os colaboradores nessa questão, pois têm mais condições na busca e avaliação de projetos interessantes para serem financiados. Essa modalidade de doação de recursos deve ser organizada, a empresa precisa sensibilizar e engajar os colaboradores na causa proposta e aumentar o interesse deles em se envolverem além do simples ato de doar.

### ESTÍMULO À PARTICIPAÇÃO EM TORNO DO FOCO DO INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO

À medida que as empresas definem um foco para realizar seu investimento social, elas passam por um processo de reflexão e planejamento em torno de causas que tenham relação com sua identidade. Portanto, é previsível que os colaboradores sejam incentivados a canalizar suas energias em torno do foco definido pela empresa.

Para obter sucesso e conquistar o apoio de voluntários, a empresa precisa ser transparente, demonstrando seus objetivos, ações planejadas e realizadas e os resultados esperados e conquistados. Enfim, precisa fazer uma boa gestão de seu programa de voluntariado. Essas são algumas alternativas de abordagem, mas deve ficar claro que ênfases não excluem outras possibilidades. 🏡



# QUE MANÉ CONSCIÊNCIA NEGRA!

**“Temos é que ter consciência humana, somos todos iguais”:  
uma crítica ao mito da democracia racial no Brasil**

**S**em origem precisa, o mito da democracia racial esteve associado ao sociólogo Gilberto Freyre, o qual, entre as décadas de 1930 e 1950, debruçou-se sobre o estudo das relações raciais no Brasil, cuja obra-referência é “Casa-Grande e Senzala”<sup>1</sup>. Esta rompeu com as abordagens racistas da historiografia brasileira da época e o consolidou como o grande responsável

por descortinar as relações existentes entre senhores/as e escravos/as.

Para tanto, instaurou-se a imagem de uma miscigenação harmônica, a “democracia racial”, diferenciando o Brasil de países como os Estados Unidos, por exemplo, que possuía uma legislação que discriminava formalmente os negros produzindo as desigualdades sociais entre as raças. Entretanto,

essa relação aparentemente harmoniosa presente nas obras de Freyre foi questionada por estudiosos como Florestan Fernandes, na medida em que as mesmas foram marcadas pela violência sexual sofrida por mulheres negras e indígenas. Ademais, diversos autores perceberam que as atitudes discriminatórias no país não eram explícitas como na sociedade norte-americana, mas ocorriam de forma cordial, ou, como pontuou o antropólogo Roberto Da Matta, “um racismo à brasileira”. Para Florestan Fernandes, “os mitos surgem para tentar esconder uma realidade e acabam revelando uma realidade íntima de uma sociedade”.

Estudos posteriores se pautaram em dados como emprego e renda, classe social, escolaridade e criminalidade, e constataram que a pirâmide social no Brasil tem cor, o que desmistifica a ideia acerca dessa “democracia racial”. Apesar de todas as críticas, essa falsa ideia de democracia ainda está impregnada no imaginário social. Recentemente, acompanhei algumas postagens no Facebook concernentes ao dia da Consciência Negra e me deparei incessantemente com a seguinte mensagem: “Que mané consciência negra! Temos é que ter consciência humana, somos todos iguais”. Imediatamente e de forma subjetiva, indaguei-me: “Onde? Em que medida estamos dividindo os mesmos direitos de acesso? Minha turma de pós-graduação na Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) era formada por pessoas brancas; nenhum dos heróis de minha infância era negro; nas propagandas de xampu, todos os cabelos considerados “bons” e “bonitos” são lisos e comumente dourados; e o preconceito se disfarça com codinomes, tais como: “cabelo sedoso” e “xampu anti-*sponge*”.

Embora a situação, de alguma forma, esteja mudando, não por um processo “natural”, mas pelo engajamento dos movimentos negros, ainda é perceptível a existência de um padrão dominante, que é branco. As novelas brasileiras refletem a condição de subordinação com atores e atrizes negros desempenhando papéis que reforçam estereótipos, demarcando território: mordomos, empregadas domésticas, jardineiros, motoristas, chefe do tráfico, dentre outros. Livros infantis, contos de fadas, filmes e programas de televisão funcionam como mecanismos de afirmação das diferenças, que resultam em processos de exclusão e na produção de desigualdades sociais.

Seria essa uma segunda tentativa de branquear a população brasileira? A primeira<sup>2</sup> foi promovida no Brasil nos idos do século 20 por médicos higienistas, como Nina Rodrigues, os quais propunham o movimento eugênico. Este sugeria o clareamento da população por meio do extermínio da raça negra, que, de acordo com os discursos médicos, continha características físicas e morais indesejáveis, além do incentivo à imigração europeia, que “purificaria” o povo brasileiro e solucionaria os problemas socioeconômicos do país. Nesse sentido, a ideologia racista<sup>3</sup> serviu para difundir a doutrina de uma superioridade natural: a dominação de um povo sobre os outros, posteriormente, segregando e subordinando indivíduos de um determinado grupo dentro da mesma sociedade e naturalizando, inclusive biologicamente, a situação social desigual dos/as negros/as.

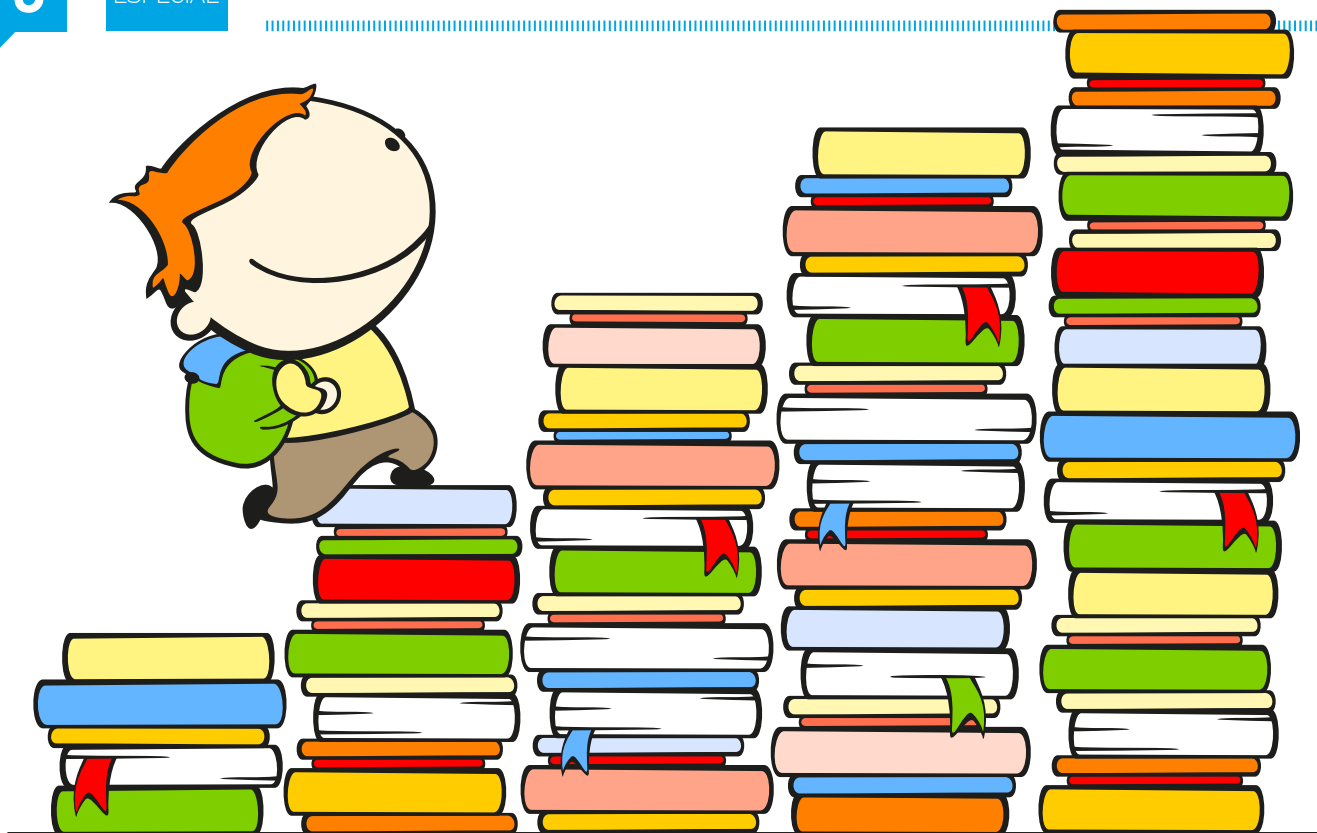
Na tentativa de suplantando esses estereótipos pautados no racismo, os movimentos negros, sobretudo os surgidos a partir da década de 1970, assumindo uma postura política, traziam a bandeira da afirmação e valorização das diferenças contra o preconceito de cor e raça. A partir desse posicionamento, uma frente se levantaria contra o dia 13 de maio, que homenageava a princesa branca, Isabel, a qual assinou a Lei Áurea para propor a reflexão e a comemoração do 20 de novembro tendo Zumbi dos Palmares como um ícone da resistência negra. A filósofa alemã Hannah Arendt, em sua análise sobre a condição humana, destacou que, “para um indivíduo, viver uma vida inteiramente privada significa, acima de tudo, ser destituído de coisas essenciais à vida verdadeiramente humana: ser privado da realidade que advém do fato de ser visto e ouvido por outros (...) para estes, o homem privado não se dá a conhecer, e, portanto, é como se não existisse”.

Portanto, tomar consciência é ser notado, existir, questionando as estruturas e os papéis sociais, desnudando as contradições existentes na sociedade. Ter consciência negra é não tratar com igualdade o que ainda é desigual e, para isso, é necessário e urgente que todos e todas conheçam o legado negro na história da cultura e no processo de formação do povo brasileiro. Deve-se encarar a cultura negra como patrimônio histórico, a fim de desconstruir os estereótipos e mitos raciais fortemente presentes nos organismos sociais e de combater as desigualdades que ainda vogam. Salve o Dia Nacional da Consciência Negra! 🇳🇵

<sup>1</sup> Obra de 1933, considerada um marco nas análises da cultura brasileira. Ainda que se tenha atribuído inúmeras críticas à abordagem do autor sobre o processo de formação do povo brasileiro, é considerada referência nos estudos antropológico, sociológico e histórico do período colonial do Brasil.

<sup>2</sup> Teoria do Embranquecimento proposta no Brasil nas primeiras décadas do século 20 com a política da Eugenia, conhecida por “higienistas”, médicos, cientistas, educadores. A intelectualidade brasileira propunha o embranquecimento da população mestiça do país e o estímulo à imigração europeia. O modelo de Eugenia era considerado símbolo da modernidade e do progresso.

<sup>3</sup> Racismo derivou do evolucionismo e da expansão colonial europeia que teve contato com outros povos de diferentes costumes e tipos físicos.



## UM LONGO CAMINHO PELA FRENTE

Estudos apontam que o analfabetismo está sendo reduzido no país. No entanto, ainda há muito a se fazer para que o problema seja totalmente solucionado.

*Por Paula Craveiro*

Os índices de analfabetismo vêm decrescendo no Brasil nos últimos dez anos, mas ainda são elevados na camada da população com mais de 60 anos, que registra 24,8% de analfabetos. O dado faz parte da pesquisa “*Síntese de Indicadores Sociais 2012*”, divulgada em novembro pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

De acordo com o estudo, a proporção de pessoas com 15 anos ou mais que não sabem ler e escrever caiu de 9,7%, em 2009, para 8,6%, em 2011. Em 2011, 8,8% dos homens nessa faixa etária eram analfabetos. Entre as pessoas de cores preta ou parda, 11,8% não sabiam ler e escrever, enquanto entre as de cor branca, tal percentual decresceu para menos da metade: 5,3%.

Para o educador Mozart Neves Ramos, conselheiro do movimento “*Todos pela Educação*”, a queda nas taxas de analfabetismo precisa ser mais expressiva. “De fato, o

analfabetismo vem sendo reduzido, mas não na velocidade que o país precisa para alcançar a meta de chegar a 6,7% na faixa de 15 anos ou mais em 2015. Na proporção que vem caindo, na base de 0,3 a 0,4% nos últimos anos, observamos que o esforço tem sido grande, mas ainda é insuficiente”.

Para atingir a meta, é necessário que haja mais investimento em professores especializados em alfabetização, principalmente para ensinar o público adulto, que não tem a mesma facilidade de aprendizado de um estudante jovem. “No percentual de 15 anos ou menos, o país vem atingindo resultados expressivos. As crianças de hoje estão muito mais alfabetizadas do que as de 20 ou 30 anos atrás”, afirma Ramos.

O levantamento do IBGE aponta ainda que, de 2009 para 2011, a taxa de escolarização (percentual de estudantes de um grupo etário em relação ao total do grupo) das crianças entre 6 e 14 anos de idade aumentou em 0,6%,

chegando a 98,2%. Já para os jovens entre 15 e 17 anos, o mesmo caiu de 85,2 para 83,7% no mesmo período.

O problema, segundo Ramos, está no grupo de pessoas com 45 anos ou mais, especialmente nas regiões Norte e Nordeste. “É um grande desafio alfabetizar adultos. Qualquer que seja o método, é preciso ter um professor bem formado. Mas é difícil recrutar bons alfabetizadores, porque o salário pago é muito baixo”.

### **ANALFABETISMO FUNCIONAL**

O índice de analfabetismo no Brasil vem caindo nos últimos anos graças ao esforço conjunto entre governo, entidades do Terceiro Setor e sociedade civil. No entanto, ainda há muito que se fazer.

Os avanços verificados na população de 15 a 60 anos localizam-se principalmente na transição do analfabetismo absoluto ou da alfabetização rudimentar para um nível básico de habilidades de leitura e matemática. A proporção de brasileiros com essas competências foi a que mais cresceu, passando de 34 para 47% da população no decorrer da década. Entretanto, a alfabetização plena, que supostamente deveria ser atingida ao se completar o ensino fundamental, permaneceu em torno dos 25% no mesmo período.

“Tivemos evolução na escolaridade, há mais pessoas nos ensinos médio e superior, mas isso não garante uma aprendizagem adequada em todos os níveis”, diz Ana Lúcia Lima, diretora executiva do Instituto Paulo Montenegro.

O ganho em anos de estudo não tem correspondido, na mesma proporção, à melhora no domínio das habilidades de leitura, escrita e matemática da população. Mesmo entre as pessoas com ensino superior, o nível pleno de alfabetização fica longe de corresponder à totalidade, abarcando 62% do grupo.

### **GOVERNO**

Nos próximos dois anos, o governo federal investirá R\$ 2,7 bilhões para que as crianças sejam plenamente alfabetizadas em língua portuguesa e em matemática até os oito anos, ao final do terceiro ano do ensino fundamental. O investimento faz parte do Pacto Nacional pela Alfabetização na Idade Certa, lançado em novembro pela presidenta Dilma Rousseff.

“O analfabetismo vem sendo reduzido, mas não na velocidade que o país precisa para alcançar a meta de chegar a 6,7% na faixa de 15 anos ou mais em 2015”

**MOZART NEVES RAMOS**

Conselheiro do Todos pela Educação

De acordo com o Ministério da Educação (MEC), a média nacional de crianças não alfabetizadas aos oito anos chega a 15,2%. Essa taxa alcança índices ainda maiores e, em alguns casos, chega a dobrar, em Estados como Maranhão (34%) e Alagoas (35%). A menor taxa é registrada na região Sul, com 4,9% crianças não alfabetizadas. Para o MEC, o programa é uma prioridade.

Entre os objetivos da pasta está o de garantir a alfabetização e, assim, evitar a futura reprovação de alunos. Segundo o MEC, o impacto da reprovação de alunos, em toda a educação básica, irá de R\$ 7 bilhões a R\$ 9 bilhões.

Com o pacto, o MEC distribuirá 26,5 milhões de livros didáticos nas escolas de ensino regular e do campo, além de 4,6 milhões de dicionários, 10,7 milhões de obras de literatura e 17,3 milhões de livros paradidáticos.

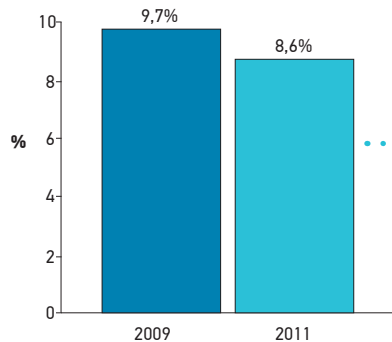
### **AÇÕES**

Para Isabel Santana, gerente da Fundação Itaú Social, o investimento social privado no Brasil concentra grande parte de seus recursos na área da educação. “Entre as ações que podem ser feitas para melhorar este cenário de analfabetismo no Brasil, podemos citar a possibilidade de sinergia entre institutos e demais entidades focadas na educação de jovens e adultos; a realização de ações estruturadas na mobilização da sociedade para tornar este tema prioridade nos âmbitos públicos; e trabalhar de modo vinculado às políticas educacionais que a Secretaria de Educação vem fazendo”, destaca.

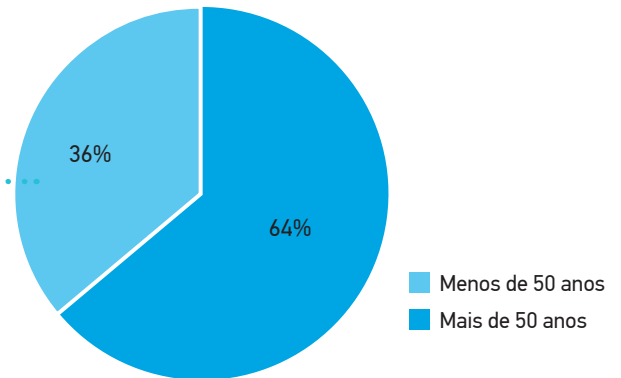
Ela aponta ainda duas questões para refletir sobre este panorama. “Estamos em plena discussão sobre o Plano Nacional de Educação (PNE), que estabelece várias metas, e uma maneira de aprofundar este estudo é observando os dados do Indicador de Alfabetismo Funcional (Inaf).



## O ANALFETISMO NO BRASIL

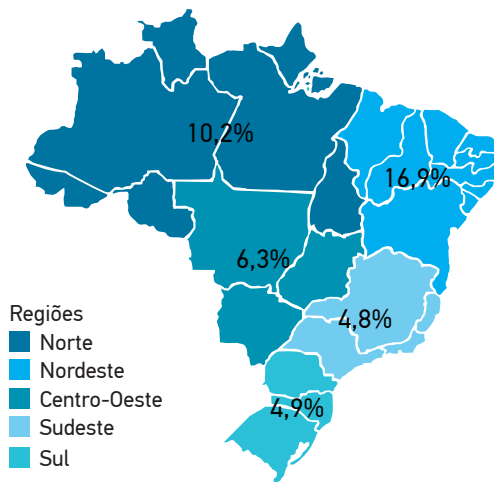


Entre 2009 e 2011, a taxa de analfabetismo diminuiu



8,6% da população é analfabeta e, deste total, 64% dos analfabetos têm mais de 50 anos e 36% tem menos de 50 anos

## ANALFABETOS POR REGIÃO



FONTE: IBGE

## QUEDA DO ANALFABETISMO

|              |                  |
|--------------|------------------|
| Brasil       | Redução de 11,1% |
| Nordeste     | Redução de 1,9%  |
| Centro-Oeste | Redução de 1,7%  |
| Sudeste      | Redução de 0,9%  |
| Norte        | Redução de 0,8%  |
| Sul          | Redução de 0,6%  |

Segundo o Inaf, os avanços no nível de escolaridade não têm correspondido a ganhos equivalentes no domínio das habilidades de leitura, escrita e matemática. Isso é reflexo da má formação que os estudantes têm no ensino médio, que dificilmente conseguirão recuperar no nível superior”.

A coordenadora do Instituto Ayrton Senna, Inês Kasil Miskalo, afirma que apesar de institutos, fundações e empresas terem ampliado continuamente os investimentos na educação brasileira, é preciso que essas instituições realizem um papel mais importante: expor o quanto o fracasso educacional compromete o desenvolvimento do país, mobilizar vontades e influenciar políticas públicas efetivas e eficazes, capazes de romper o fracasso educacional, notadamente no quesito alfabetização.

“Saber ler, escrever, contar e entender a natureza e seus fenômenos deve fazer parte da formação de crianças e jovens, tanto quanto saber relacionar-se, resolver problemas cotidianos, acessar e selecionar informações e posicionar-se

Segundo o Inaf, os avanços no nível de escolaridade não têm correspondido a ganhos equivalentes no domínio das habilidades de leitura, escrita e matemática

criticamente. É uma tarefa educacional gigantesca e estratégica para o desenvolvimento do país, que vai muito além das habilidades de leitura, escrita e matemática, e que não pode ser responsabilidade apenas dos profissionais da educação ou do setor governamental, mas sim de todos os setores da sociedade. Daí a importância da participação dos institutos, das fundações e das empresas em uma ação de corresponsabilidade social”.

“Tornar o poder público responsável pelo desenvolvimento e resultados é a forma de se garantir prioridades, pois ele deixará de sê-lo no momento em que o ‘problema’ for solucionado”, conclui Inês Santana. ▣



**DOE SEU PASSADO PRA GENTE.**

RETIRAMOS ROUPAS, MÓVEIS  
E OUTROS OBJETOS EM BOM ESTADO.  
PARA DOAR, LIGUE 4003-2299.  
[WWW.EXERCITODOACOES.ORG.BR](http://WWW.EXERCITODOACOES.ORG.BR)





# A FICHA LIMPA DAS ONGs E A COPA DO MUNDO

**H**á um bom tempo testemunhamos um trabalho inusitado e ímpar desenvolvido no centro nervoso de uma favela radicada na Vila Brasilândia, na região Norte da capital do Estado de São Paulo. Quando lá chegamos, vimos que algumas irmãs religiosas desbravadoras se entranharam no meio das causas sociais daquele local repleto de carências para fundar um Centro Comunitário. O objetivo era contribuir com a erradicação da fome e, por conseguinte, da pobreza e do analfabetismo. O desembarque das religiosas inicialmente foi visto com alegria, porém, de forma cética pela comunidade quanto à tolerância e ao sucesso da implantação da iniciativa, dado o alto nível de violência e criminalidade que imperava e afugentava todos aqueles que tentavam professar boas novas.

De forma democrática, elas disseminaram na comunidade que convocariam uma assembleia geral cuja pauta seria a nomeação dos dirigentes do novo Centro. Considerando que o trabalho voluntário está adido à paixão e amor a Deus, para servir ao próximo de forma desinteressada, o evento não demorou mais de 15 minutos, pois o quórum foi formado apenas pelo colegiado religioso, ou seja, sequer um “gato pingado” lá apareceu para contribuir com tal múnus público e social.

Como as formigas obreiras, as irmãs trabalharam sol a sol visitando a comunidade, identificando suas mazelas, granjeando aliados. E conseguiram protagonizar um movimento de valorização de pessoas, pois não só levaram para aquele universo carente a assistência social propriamente dita, ou seja, serviços de proteção social básica e também de média e alta complexidade, mas também introduziram modelos de transformação. Eis que catequizaram a comunidade para que ela pudesse sair da penumbra com as suas próprias mãos e construir as suas pontes.

Cooperativas de padeiros, confeitários, costureiras e artesãos foram se disseminando sob o incentivo da batuta das religiosas, resultando no reconhecimento do seu valor pela própria municipalidade, que se despertou para conhecer e

apoiar tamanha iniciativa social, firmando com a instituição parcerias relevantes.

Com a missão da multiplicação da obra, de igual forma democrática elas emitiram nova chamada para a assembleia visando empossar novos membros da comunidade na condição de dirigentes, pois alardeavam que a obra não é do clero, mas sim do povo. Diante do brilho do serviço comunitário e do volume de recursos que ali gravitava, não obstante o superávit ser quase igual a zero, dada a dimensão do trabalho social, ao contrário da assembleia de fundação, compareceram não dezenas, mas pouco mais de uma centena de pessoas que jamais haviam sequer pisado na sede do centro comunitário. Era gente brotando de todo lado, chegando de bicicleta, van, ônibus e, se bobear, até a cavalo.

Esfuziantes, porém reticentes, as religiosas se animaram, pois logo imaginaram que a obra não mais precisaria delas para caminhar, dado o furor do interesse da comunidade em abraçar a causa. Ledo engano!

Em face da fragilidade estatutária, um grupo de meliantes se candidatou à direção, contrapondo-se a integrar o grupo das religiosas, e diante da voz do povo presente que, via de regra, é a ressonância da voz de Deus, abriu-se a oportunidade de votação por aclamação. Pasmem! As religiosas foram vencidas, mesmo tendo sido as autoras da idealização social.

Regradas pelo desprendimento pelo poder e pelos bens efêmeros, que ora pertenciam à obra, e não a elas, logo se afastaram do trabalho social daquela comunidade. Somente uma das freiras ali ficou para zelar, ainda que à distância da direção, pela continuidade da tutela das pessoas que estavam experimentando vulnerações sociais.

Sequer passado um mês, os problemas de ordem econômica começaram a desabrochar; o déficit passou a ser o irmão siamês da obra social. O segundo e o terceiro meses não foram diferentes, ou seja, o trabalho social minorou, e o déficit aumentou. Intrigadas com tal reviravolta, as religiosas começaram a articular um movimento para identificar o papel da gestão. Não demorou nada para descobrirem



que tais meliantes saquearam a instituição, surrupiando milhares de reais dos seus cofres, forjando notas de despesas, maximizando o valor das compras, financiando cursos universitários para seus pares com recurso da instituição, ora provindos do município, e muito mais. E pior, sentiam-se irremovíveis, dada a aclamação durante a assembleia para nomeá-los.

Foi invocada, a pedido das religiosas, a intervenção do Judiciário, e dada a decisão judicial, os então dirigentes saíram da instituição, sem deixar rastros.

Ruído o castelo outrora edificado, elas se depararam com o novo abismo econômico no qual a obra havia se transformado, e os credores começaram a saga pelo recebimento do que lhes era devido. Dadas as portas que se fecharam, assomada a perda da idoneidade da instituição, os reclamos trabalhistas etc, restou às religiosas buscar um socorro ao caixa, por meio do trabalho das cooperadas costureiras.

Estavam às vésperas da Copa do Mundo, e se debruçaram a produzir camisetas nas cores verde e amarela. Peregrinaram no agenciamento dos próprios membros da comunidade para ajudar a comercializar o estoque da produção. Moral da história: “gol de placa”! Venderam tudo e tornaram a capitalizar a obra.

Deste episódio social, que não é fruto de ficção, abstraem-se duas lições. Primeira: existem garimpeiros não só de minas, mas também de recursos públicos, e o Terceiro Setor em mãos inidôneas pode servir também de terceira porta de evasão do cofre privado e do Estado. Segunda: não precisa ser o Neymar para faturar na Copa, basta bater um bolão na saga da iniciativa comercial em prol da obra.

Para caçar os lobos vestidos de cordeiros que se filiam às ONGs para surrupiar os recursos públicos, tramita junto à Casa Civil o Projeto de Lei nº 3.098/12, de autoria do

deputado Esperidião Amim, já apelidado de “Ficha Limpa das ONGs”, o qual impõe regras severas, inclusive de prisão, àqueles que se utilizarem dos entes sociais para prostrar vantagens pessoais, direta ou indiretamente, advindas de recursos do erário.

O projeto prevê que os que forem condenados por crime contra: economia popular, fé pública, patrimônio, vida; meio ambiente, saúde pública, abuso de autoridade, lavagem de dinheiro, tráfico, racismo, tortura, terrorismo e hediondos, redução a condição de escravo; e também aqueles que tiveram contas públicas rejeitadas pela administração estão impedidos de compor o órgão diretivo das entidades sociais que se relacionam com o Estado.

Assim, ainda que o projeto não se traduza em lei, é medida de rigor a imposição de regras claras e objetivas, bem como limites aos dirigentes, no arcabouço do estatuto do ente social, tanto para a seleção e admissão de associados quanto para o exercício do direito de voz e voto em assembleias, evitando que a liberdade do uso do nome da ONG vire libertinagem.

Por outro lado, já que a Copa do Mundo traz divisas para o Brasil, e foi a tábua de salvação das irmãs de caridade daquele Centro Comunitário, é bom levar para a próxima assembleia o texto da lei 12.780/13 sancionada no dia 9 de janeiro pela presidenta Dilma Rousseff, que representa uma franca oportunidade de mobilização de recursos pela iniciativa privada, inclusive para quem integra o Terceiro Setor, desde que possuam no seu quadro fichas limpas orquestrando a direção. Ainda que a nossa seleção não seja a campeã, pelo menos como prêmio de consolação a sua instituição poderá levantar a taça da autossustentabilidade, afinal, é melhor irem os anéis e ficarem os dedos do que ambos. E como: “dois pobres não se sustentam”, precisamos puxar a charrua desde já. Olé, Brasil! 🇧🇷



## Palestras e oficinas Canto Cidadão

Bom humor e alegria como estratégias de desenvolvimento pessoal e profissional

Atuando junto a empresas, instituições de ensino, grupos abertos e órgãos sociais ou do governo, nossas palestras e oficinas tratam principalmente de temas como:

- a responsabilidade social e a motivação para o voluntariado nas empresas
- os direitos e deveres do cidadão
- a gestão de ONGs
- humanização hospitalar e qualidade de vida

E tudo sempre numa linguagem clara e muito divertida.

Mais informações: (11) 3259-8021 / (11) 3256-7296 ou [www.cantocidadao.org.br](http://www.cantocidadao.org.br)





# A CERTIFICAÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES RELIGIOSAS

O acordo firmado entre Brasil e Santa Sé, promulgado pelo Decreto 7.107, de 11 de fevereiro de 2010, publicado no Diário Oficial da União de 12 de fevereiro de 2010, revitalizou o Decreto 119-A, de 07 de janeiro de 1890, e foi um grande passo e uma demonstração de reconhecimento pelos trabalhos beneficentes e assistenciais desenvolvidos pela Igreja Católica Apostólica Romana e suas instituições ao povo brasileiro por mais de 500 anos.

Houve indubitavelmente muita precisão jurídica em seu conteúdo e redação. A riqueza deste acordo se verifica quando da aplicação dos princípios de hermenêutica jurídica à leitura de seu texto.

A Constituição Federal brasileira consagra vários princípios, entre eles o da isonomia. A aplicabilidade desse e de outros princípios vem, por este acordo, assegurar às entidades religiosas a possibilidade de se beneficiarem de vários de seus aspectos, entre os quais o tributário, fiscal, patrimonial, liberdade religiosa, ensino religioso nas escolas públicas, proteção dos bens sagrados etc.

Vale destacar que tal acordo coloca em igualdade de condições as Instituições da Igreja Católica com as Entidades Beneficentes de Assistência Social quanto ao gozo dos benefícios decorrentes do Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social (Cebas).

O artigo 5º reconhece que as instituições da Igreja Católica, as quais, além de seus fins religiosos, persigam fins de assistência e solidariedade social, gozarão dos direitos quanto às imunidades, isenções e benefícios atribuídos às entidades com fins de natureza semelhante previstos no ordenamento jurídico brasileiro, desde que sejam observados os requisitos e as obrigações exigidas pela legislação brasileira.

O termo solidariedade social, muito mais amplo do que assistência social, engloba toda ação missionária da Igreja. Entende-se que o tratamento para a concessão do (Cebas deveria ser desdobrado em dois Certificados: I – o (Cebas para as entidades que praticam a assistência social; e II – o Certificado de Entidade Beneficente de Solidariedade Social (CEBSOL), destinado às organizações religiosas, que objetivam a formação e a promoção do povo, fundamentado em seus princípios religiosos, promovendo-o ao exercício de sua cidadania.

A Certificação das Organizações Religiosas, deveria ser procedida pelo Ministério da Justiça e concedida às entidades que tenham por objetivo exclusivo servir desinteressadamente à coletividade, levando as pessoas ao exercício da cidadania e à promoção do bem comum.

Essas entidades comprovariam junto ao Ministério da Justiça a desvirtuata de sua ação e de sua missionariedade na consecução do bem comum, do desenvolvimento social e humanístico da pessoa humana. Com o reconhecimento como Entidade Beneficente de Solidariedade Social, a organização religiosa estaria apta a manter parcerias, em especial o enquadramento no contido no §3º do art. 3º do Decreto nº 7.237, de 20 de julho de 2010, publicado no Diário Oficial da União de 21 de julho de 2010.

Destaca-se que as organizações religiosas devem manter as regularidades contábil e fiscal, em especial o cumprimento das obrigações fiscais e acessórias, bem como estar em sintonia com a ITG/2002 do Conselho Federal de Contabilidade (CFC).

Outro ponto importantíssimo para as organizações religiosas é manter sempre os serviços de auditoria externa independente e, se possível, a interna como elemento de comprovação de sua transparência na gestão de suas atividades.

Em resumo, quanto mais o Estado colaborar com as entidades beneficentes e com as organizações religiosas em sua missão e gestão, mais vai colaborar com a promoção das pessoas ao exercício de sua cidadania, em sua inclusão social, enfim, na redução da miséria e da ignorância. 🇮🇪



### Ressoar Solidário

Ações de voluntariado por todo o Brasil e diversas áreas.



### Programa Ressoar

Apresentado por Chris Flores, o Programa Ressoar vai ao ar pela Record News, todos os domingos às 19:30h, com reprise nos sábados seguintes às 14h. Por meio de reportagens e entrevistas, abre espaço para o debate sobre o terceiro setor, incluindo fatores econômicos, sociais e de educação.



### Projeto Nova Canaã

550 crianças atendidas por dia. Educação, esportes e alimentação!



# INSTITUTO RESSOAR

### Ressoar nos Bairros

200 mil atendimentos por ano. Shows e diversão para toda a família.



### Ressoar Multimeios

700 alunos inscritos a cada etapa. 230 horas de aulas ministradas. Mais de 350 alunos formados.



## É MAIS QUE ESPERANÇA. É REALIZAÇÃO!

Junte-se à nós e seja mais que esperança na vida de muita gente!  
Faça parte de nossos projetos.  
Vamos tornar a sociedade mais justa e menos desigual.

**Fale conosco - [ressoar@ressoar.org.br](mailto:ressoar@ressoar.org.br)**



[www.ressoar.org.br](http://www.ressoar.org.br)



[facebook.com/institutoressoar](https://facebook.com/institutoressoar)



[twitter.com/ressoar](https://twitter.com/ressoar)



## PEC DAS DOMÉSTICAS

**A**provada em primeiro turno no Plenário da Câmara dos Deputados, a PEC das Domésticas (Proposta de Emenda à Constituição 478/10), que amplia os direitos trabalhistas de domésticas, babás e cozinheiras, entre outros, em residências, ainda tramitará mais algum tempo no Congresso, pois precisa passar por uma segunda votação antes de rumar para o Senado. Lá, o processo se repetirá antes de ir à sanção presidencial. O texto estende às domésticas 16 direitos já assegurados aos demais trabalhadores urbanos e rurais contratados pelo regime da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). Desses, alguns poderão entrar em vigor imediatamente após a promulgação da PEC, como a jornada de trabalho de 44 horas semanais; hora-extra; proibição de trabalho de menores de 16 anos, salvo na condição de aprendiz com o mínimo de 14 anos; direito a ter reconhecidos as convenções e os acordos coletivos; proibição de reter dolosamente o salário; e a proibição de diferença nos salários por motivo de sexo, idade ou cor.

## OUTROS DIREITOS

**O**utros direitos, como o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), seguro-desemprego, salário-família e seguro contra acidentes de trabalho ainda precisam de regulamentação. A PEC garante mais direitos às domésticas, incluindo proteção contra demissão sem justa causa; garantia de salário mínimo, quando a remuneração for variável; adicional noturno; redução dos riscos do trabalho; creches e pré-escola para filhos e dependentes até seis anos de idade; proibição de discriminação de salário, de função e de critério de admissão; proibição de discriminação em relação à pessoa com deficiência; proibição de trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menores de 16 anos.

[www.camara.gov.br](http://www.camara.gov.br)



## PERDA AUDITIVA GERA INDENIZAÇÃO

A perda de 5% de capacidade auditiva por causa de trabalhos exercidos em ambientes excessivamente ruidosos já é suficiente para gerar indenização por danos materiais e morais, segundo entendimento do Tribunal Superior do Trabalho (TST). O laudo pericial avaliou em 5,37% dos empregados a perda auditiva de quem interpôs a ação, e a empresa contratante foi obrigada a pagar indenização no valor de R\$ 30 mil. O trabalhador exercia a função de lubrificador, e a companhia não exigia nem fiscalizava o uso adequado do equipamento de proteção industrial que lhe era fornecido. O relator do processo, ministro Mauricio Godinho Delgado, entendeu que “a simples constatação da perda auditiva (disacusia neurosensorial bilateral de 5,37%) presume o dano moral, já que, por força do próprio fato (doença), vislumbra-se violação à dignidade do ser humano (limitação de sua condição física), geradora de indiscutível dor íntima, desconforto e tristeza”.

[www.tst.gov.br](http://www.tst.gov.br)

## SALÁRIO-FAMÍLIA: COMPROVAÇÃO DE PATERNIDADE

Trabalhadores com filhos menores de 14 anos, com direito a receber o salário-família, precisam comprovar a paternidade encaminhando documentos à entidade ou empresa contratante. A importância deste ato ficou comprovada por meio de sentença de ex-empregado contra uma empresa, julgada improcedente, visto que não havia provas do envio destes documentos probatórios — certidão de nascimento do filho e apresentação anual de atestado de vacinação obrigatória e de frequência à escola. Os ministros da Primeira Turma aplicaram a jurisprudência do Tribunal Superior do Trabalho (TST), no sentido de que é do empregado o encargo de provar o direito a receber o salário-família.

[www.tst.jus.br](http://www.tst.jus.br)



## ADICIONAL DE PERICULOSIDADE

**A**s entidades sociais que contratam diretamente os serviços de profissionais de vigilância devem ficar atentas, pois o Plenário da Câmara dos Deputados aprovou emenda do Senado ao Projeto de Lei 1.033/03, que estende o adicional de periculosidade aos vigilantes e seguranças privados devido ao risco de roubos ou outras espécies de violência física. O adicional corresponde a 30% do salário, exceto gratificações, prêmios ou participações nos lucros das empresas. Para o caso de terceirizarem este serviço, as ONGs devem se preparar para a possibilidade de os valores pagos à empresa contratada serem majorados. A emenda do Senado excluiu do projeto da Câmara o direito ao adicional de periculosidade para atividades sujeitas a acidentes de trânsito e de trabalho.

## CONTRA ROUBO E VIOLÊNCIA

**O**tra novidade da emenda é a permissão para descontar do adicional outros valores de mesma natureza já concedidos ao vigilante em razão de acordo coletivo. Os senadores incluíram no texto a especificação de que o adicional vinculado ao risco de roubo ou violência será devido aos trabalhadores das atividades de segurança pessoal e patrimonial. A proposta amplia o adicional de periculosidade para qualquer trabalhador cuja atividade implique risco de exposição permanente à energia elétrica. A Lei 7.369/85 já concedia esse adicional ao empregado que exerce atividade no setor de energia, mas não a todos que possam estar expostos a esse risco. Cabe ao Ministério do Trabalho regulamentar quais são essas atividades.

www.camara.gov.br

## ATRASOS DE SALÁRIOS FREQUENTES

Como não são raros os casos de organizações sociais com problemas financeiros, estas devem ficar atentas a diversos tipos de questões trabalhistas. Isto porque atrasos recorrentes de salários podem gerar indenização por danos morais. Em um recente episódio, uma trabalhadora da iniciativa privada ganhou indenização de R\$ 10 mil por causa deste problema, no entendimento do Tribunal Superior do Trabalho (TST). De acordo com os autos, durante os quase três anos em que trabalhou para a empresa, entre maio de 2007 e março de 2010, a vendedora recebia seus salários com atrasos frequentes. Após ser demitida, ajuizou reclamação trabalhista na 7ª Vara do Trabalho de Florianópolis (SC), pleiteando indenização por danos morais em virtude dos constantes atrasos. Foi arbitrado o valor de R\$ 50 mil levando em consideração, além dos atrasos salariais, a dispensa. Ao analisar a ação, os magistrados do TST decidiram por unanimidade diminuir a indenização para 20% deste total.

www.tst.jus.br

## TÉCNICOS DO PNUD ISENTOS DE IR

**O**s rendimentos do trabalho recebidos por técnicos a serviço das Nações Unidas, contratados no Brasil para atuar como consultores no âmbito do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), são isentos do Imposto de Renda. A tese foi firmada pelo rito dos recursos repetitivos na Primeira Seção do Superior Tribunal de Justiça (STJ) e serve como orientação para os demais tribunais do País. Assim, funcionários da Organização das Nações Unidas (ONU) estão isentos de todo imposto sobre vencimentos e emolumentos pagos pela entidade. A discussão residia em saber se os privilégios e imunidades previstos para eles deveriam ser estendidos a peritos em missão da ONU e, por conseguinte, aos dos demais organismos internacionais.

www.stj.gov.br



## DIREITOS DA PESSOA COM AUTISMO

Uma lei instituindo a política nacional para proteção aos direitos da pessoa com transtorno do espectro autista foi promulgada no fim de 2012. A nova lei, nº 12.764/12, assegura aos autistas – que estima-se que são 2 milhões de brasileiros – os benefícios legais de todos os portadores de deficiência, que incluem desde a reserva de vagas em empresas com mais de cem funcionários até o atendimento preferencial em bancos e repartições públicas. Como é muito difícil compreender e reconhecer o autismo, que pode se apresentar de diversas formas em pessoas com boa cognição assim como em outras com deficiência intelectual, o nome dado atualmente é espectro autista, ou seja, um guarda-chuva que abriga os diversos graus de severidade do distúrbio. Todos os tipos têm três características em comum: comprometimento na área de comunicação e linguagem; transtornos de socialização; interesses restritos e comportamentos repetitivos.

[www.camara.gov.br](http://www.camara.gov.br)

## CÂNCER: TRATAMENTO EM ATÉ 60 DIAS

**E**m maio de 2013, quando entrar em vigor a Lei 12.732/12, após completar o prazo de 180 dias de sua sanção pela presidenta Dilma Rousseff, o Sistema Único de Saúde (SUS) terá prazo de até 60 dias para o início do tratamento de câncer maligno, contando a partir do diagnóstico da doença. O primeiro tratamento no SUS será considerado efetivo mediante a realização de quimioterapia, radioterapia ou cirurgia, conforme a necessidade do paciente atestada na prescrição do médico. A lei estabelece ainda que as terapias oncológicas deverão ser atualizadas sempre que necessário com o objetivo de adequar a assistência no SUS ao conhecimento científico e à disponibilidade de novos tratamentos. Nos últimos dois anos, o Ministério da Saúde autorizou a incorporação de quatro medicamentos (Nilotinibe, Mesilato de imatinibe, Rituximabe e Trastuzumabe) e três procedimentos oncológicos (ablação por radiofrequência, injeção percutânea de etanol e quimioembolização) na rede pública de saúde.

[www.saude.gov.br](http://www.saude.gov.br)

## PERÍCIA PREVIDENCIÁRIA

A incapacidade laborativa para concessão de auxílio-doença acidentário deve ser comprovada a partir de perícia médica realizada na autarquia previdenciária, e não apenas com base em laudos de médicos particulares. A decisão é da 17ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça de Minas Gerais. Isto porque na 2ª Vara Cível da Comarca de Andradadas (MG), um segurado da Previdência Social conseguiu garantir o recebimento de auxílio-doença acidentário pelo Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) com base em laudos de médicos particulares que atestavam que ele sofreu acidente de trabalho e não estava em condições de voltar a exercer suas atividades laborativas. A Procuradoria Seccional Federal de Poços de Caldas (MG) e a Procuradoria Federal Especializada junto ao Instituto (PFE/INSS) atuaram no caso para pedir a suspensão da decisão de primeiro grau a fim de evitar grave lesão ao patrimônio público, pois a medida poderia ser de difícil reparação. Os procuradores federais reforçaram que os laudos de médicos particulares, quanto à incapacidade laborativa do trabalhador, não constituiriam prova referente à verossimilhança do fato, requisito imprescindível para a concessão do pedido do autor. Por fim, destacaram a existência de indícios de fraude para a obtenção do benefício, pois o empregador assinou a Carteira de Trabalho do trabalhador quatro dias antes do suposto acidente laboral.

[www.agu.gov.br](http://www.agu.gov.br)

.....

**1 Com a publicação da NOB SUAS 2012, como fica o repasse de recursos federais para as instituições de assistência social?**

*R: Os repasses de recursos federais continuarão a ser efetuados com base na sistemática implementada pela NOB SUAS de 2005, bem como pelas Portarias posteriores ligadas ao assunto, até que se opere a regulamentação dos blocos de financiamentos, conforme previsto no artigo 133, parágrafo único da NOB SUAS de 2012.*

*Cabe destacar que, conforme parágrafo único do artigo 52 da NOB SUAS/2012, "consideram-se blocos de financiamento o conjunto de recursos destinados aos serviços, programas e projetos, devidamente tipificados e agrupados, e sua gestão, na forma definida em ato do Ministro de Estado do Desenvolvimento Social e Combate à Fome".*

.....

**2 Por que minha entidade deve se certificar como uma instituição beneficente de assistência social?**

*R: O reconhecimento de entidade beneficente de assistência social, expedido pelos Ministérios de Desenvolvimento Social e Combate à Fome, Saúde e Educação, tem a finalidade de cancelar o trabalho social desenvolvido pelas instituições. Ele não é obrigatório, mas as entidades que buscarem tal reconhecimento, via de regra, conquistam mais credibilidade junto aos atores sociais.*

*Considerando que o certificado é fruto de tal reconhecimento, também representa, entre outros, o acesso à imunidade tributária, isto é, a instituição que possui o Cebas não está obrigada a promover o recolhimento aos cofres públicos das contribuições sociais, quais sejam: quota patronal da contribuição previdenciária sobre a folha de pagamento, contribuição social sobre o lucro líquido (CSLL), contribuição para o financiamento da seguridade social (Cofins), contribuição para o Programa de Integração Social/ Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público (PIS/Pasep).*

.....

**3 Uma entidade beneficente que atua na área de educação pode promover a venda de livros nas escolas?**

*R: Não vislumbramos nenhum impedimento sobre a venda de livros por uma entidade beneficente, desde que tais atividades encontrem-se definidas no Estatuto Social como programa de geração de renda. Contudo, os valores recebidos devem ser integralmente aplicados em território nacional para desenvolvimento das atividades beneficentes definidas nos atos constitutivos da entidade. No entanto, é bom ressaltar que a entidade terá decumprir as obrigações acessórias relacionadas ao comércio, tais como proceder a inscrição estadual, promover a apuração de imposto sobre circulação de mercadorias (ICMS), requerer a isenção de tais tributos relacionados à circulação de mercadorias, possuir livros de entrada e saída de mercadorias, e outras, de controle fiscal.*

.....

**4 Entidades sem fins lucrativos são obrigadas a contratar jovens aprendizes e PPDs?**

*R: Entidades sem fins lucrativos são equiparadas pela lei a uma empresa com finalidades lucrativas (art. 2º, § 1º da CLT), portanto, devem cumprir com a cota de contratação de menores aprendizes e também a de profissional portador de deficiências (PPDs), sob pena de ser autuada. Em relação aos menores aprendizes, quando entrou em vigência, a Lei 10.097/00 determinou que estabelecimentos de qualquer natureza estão obrigados a contratar número de 5% no mínimo e 15% no máximo dos trabalhadores existentes em cada estabelecimento. Já a contratação de PPDs deve ser no percentual de 2 a 5% na seguinte proporção: de 100 a 200 empregados, 2%; de 201 a 500 empregados, 3%; de 501 a 1 mil empregados, 4%; mais de 1 mil empregados, 5%. É imprescindível observar, porém, critérios diferenciados para entidades que possuam mais de um estabelecimento, pois na contratação do menor aprendiz será considerado para fins de quantidade cada estabelecimento individualmente. Na contratação de PPDs, no entanto, a fiscalização poderá utilizar, para a composição da base de cálculo da cota a ser cumprida, a média aritmética da totalidade de empregados existentes ao final de cada um dos 12 últimos meses (art. 5º IN nº 98/2012).*

.....

**5 A lei de ficha limpa se aplica às ONGs?**

*R: A Lei Complementar 135/10, que disciplinou a ficha limpa, é destinada a impedir que os candidatos a exercer cargos políticos que foram julgados e condenados possam assumir a função de representante do povo junto ao Poder Legislativo. Tal dispositivo legal não abarca os membros de associações e/ou fundações privadas, e tampouco públicas, porém, a Secretaria Geral e a Casa Civil encaminham à Presidente Dilma um Projeto de Lei que visa exigir dos dirigentes das ONGs os mesmos critérios da Lei de Ficha Limpa.*

.....

**6 O uso de redes sociais no trabalho pelos empregados pode ser fiscalizado pela entidade social?**

*R: O Tribunal Superior do Trabalho tem reconhecido que as empresas, inclusive as ONGs, têm o direito de incluir nos contratos de trabalho limitações de condutas dos empregados no que diz respeito ao uso das tecnologias disponibilizadas pela empresa. No entanto, caso um empregado se utilize dos recursos tecnológicos disponibilizados pelas ONGs para uso pessoal, a instituição poderá promover a fiscalização e até mesmo a sua demissão por ter violado as regras do contrato. O referido tribunal também entendeu que não há ilicitude no ato da empresa em fiscalizar as caixas de correio eletrônico corporativas manejadas pelo empregado. Assim, as ONGs não poderão ser processadas pelos empregados sob o argumento de inviolabilidade da intimidade e do sigilo de correspondência, uma vez que o empregado não pode se utilizar de ferramenta de trabalho para uso pessoal.*

#

CAPA





---

# INCENTIVO À INOVAÇÃO

NOVAS TECNOLOGIAS AJUDAM A MELHORAR A  
GESTÃO NO TERCEIRO SETOR

*Por Juliana Fernandes*

---

**A** Tecnologia da Informação (TI) tem papel decisivo nas políticas de gestão de pessoas, processos e recursos. Assim como em outras esferas sociais, o Terceiro Setor também utiliza a tecnologia – por meio de colaboradores, parceiros e captadores – em praticamente todas as suas ações. A partir disso, somos convidados a refletir sobre a importância de se integrar a TI aos demais departamentos de uma organização. Mas sabemos que boa parte das ONGs ainda padece com a falta de recursos tecnológicos e, por isso, deixa de executar muitos de seus projetos.

Geralmente, isso acontece porque além da carência de ferramentas adequadas, questões mais urgentes, como a captação de recursos ou a solução de problemas financeiros, acabam se tornando prioridade na gestão de uma organização. Outras características internas, como frequentes mudanças na equipe, ausência de uma sede própria, muitos voluntários com poucas horas de envolvimento, entre outros pontos, exigem investimentos nos chamados sistemas colaborativos. ►



"Neste caso, se a inovação é vista como algo caro ou fora do orçamento, apenas o fato de se pesquisar mais e procurar conhecer melhor as tecnologias já existentes atenderia boa parte das carências encontradas no setor" – conforme sugere Valter Cegal, diretor de operações da Associação Telecentro de Informação e Negócios (ATN). Valter ainda explica que as organizações não precisam utilizar tecnologias atuais e complexas, já que podem fazer uso de ferramentas simples e gratuitas.

É necessário apenas que elas identifiquem as necessidades, extraíam ideias internas e engajem a organização no projeto. "Além de aumentar a visibilidade e a eficiência, a tecnologia gera comunicação entre os parceiros, clientes e patrocinadores; melhora a qualidade dos serviços prestados; permite a expansão em novas áreas; e propicia a redução de custos na prestação de serviços", destaca o diretor.

#### **APOIO NECESSÁRIO**

Preocupada em contribuir com os avanços no setor, a ATN desenvolveu o programa TechSoup Brasil, que disponibiliza licenças e doações de empresas parceiras, como a Cisco, a Symantec e a Microsoft, às entidades do Terceiro Setor. Desde agosto de 2009 já foram beneficiadas mais de mil ONGs – totalizando cerca de US\$ 12 milhões em licenças. Esses dados representam bons indícios, já que,

*As organizações não precisam utilizar tecnologias atuais e complexas, já que podem fazer uso de ferramentas simples e gratuitas*

segundo Rodolfo Fücher, diretor de Assuntos Corporativos da Microsoft Brasil, as instituições necessitam investir em tecnologias – assim como as organizações do mundo empresarial. "Elas são como qualquer empresa, e precisam atuar de forma eficiente para atender às demandas com que trabalham".

Sendo assim, a grande questão é: quais são as ferramentas mais efetivas e como consegui-las? Foi pensando nisso que, em maio de 2010, criou-se o Instituto de Fomento à Tecnologia do Terceiro Setor (IT3S). A instituição apoia outras organizações a aperfeiçoarem seus processos, incrementarem sua eficiência e, conseqüentemente, aumentarem seu impacto e ações junto à sociedade – disseminando tecnologias que facilitem a informatização em organizações sociais.

Para Daniela Mattern, fundadora do IT3S, "a falta de tecnologias adequadas pode causar ineficiência e dificultar que as organizações alcancem seus objetivos. Essa necessidade ainda é pouco conhecida pelos doadores e investidores

sociais”. Por isso, por meio de pesquisas, o Instituto identificou que as organizações possuem muitas semelhanças referentes às suas ações. O objetivo do IT3S, portanto, é envolvê-las em um processo colaborativo para a construção de ferramentas a fim de que elas possam atender a diferentes necessidades.

## FERRAMENTAS COLABORATIVAS ON-LINE

As ferramentas colaborativas são *softwares* que auxiliam no desenvolvimento de tarefas realizadas por um grupo, o qual busca, por meio do trabalho coletivo, cumprir um projeto ou um objetivo em comum. A partir da produção coletiva proporcionada por tais ferramentas, é possível compreender que novas formas de cooperação, construção do conhecimento, inteligência coletiva e atividades de colaboração podem ser potencializadas.

Neste caso, o suporte ao trabalho em grupo acontece na superação de limitações geográficas e temporais, de modo que o partilhar de informações possa ocorrer em qualquer tempo e lugar. Em geral, essas ferramentas permitem a comunicação através de *chat*, vídeo, audioconferência ou uma combinação desses recursos. Como apoio à produção coletiva, algumas ferramentas ainda possibilitam a interação por meio de funcionalidades de texto, quadro branco, diagramas, desenhos ou apresentações.

Segundo José Avando Souza Sales, diretor-geral da ATN, o uso dessas ferramentas garante uma gestão mais profissionalizada das ONGs e outras entidades do Terceiro Setor. “Cada vez mais é preciso ter transparência nas ações. Por exemplo, quando ocorrer uma captação de recurso, é preciso que seja claramente demonstrado como essas verbas são utilizadas. Assim como é preciso ter uma comunicação mais rápida com os doadores, e isso tudo pode ser obtido com ferramentas tecnológicas”, aponta.

## APRIMORANDO A CULTURA DA COLABORAÇÃO

Implementar uma cultura de colaboração não é tarefa fácil. “A colaboração é uma atividade crítica em muitos processos operacionais. E o modelo de colaboração extrema é essencialmente uma sala virtual ou um centro de crise para as pessoas se unirem e trabalharem em cooperação”, explica Janelle Hill, vice-presidente e analista da Gartner Group.

Por isso, é necessário conhecer as melhores práticas para a implementação de uma cultura colaborativa. Conheça, a seguir, as seis principais formas sugeridas pela Gartner:

### 1) Promova a utilização de espaços virtuais e colaboração baseada na *web*:

Uma forma de estimular novas formas de colaboração é selecionar uma atividade atualmente tratada por meio de

CONFORME A FUNÇÃO E O OBJETIVO, AS FERRAMENTAS COLABORATIVAS ON-LINE ESTÃO DIVIDIDAS EM ALGUMAS CATEGORIAS:

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| COMUNICAÇÃO                 | <p><b>Áudio e videoconferência:</b><br/>Skype, Windows Live e GTalk</p> <p><b>Web Conferência:</b><br/>WebEx, GoToMeeting, Elluminate<br/>Adobe Pro Meeting, Breeze e Netmeeting</p> <p><b>Mensagem Instantânea:</b><br/>Skype, Windows Live e GTalk Yahoo Messenger</p> |
| ESCRITA                     | <p>Google Docs, Wikispace, Twiki, Media Wiki<br/>PB Wiki, PBWorks e Blog</p> <p><b>Ferramentas de compartilhamento de tel e quadro branco:</b><br/>Dimdim, Showdocument, Dabbleboard, Breeze,<br/>Adobe Pro Meeting e Google Docs Desenho.</p>                           |
| PUBLICAÇÃO DE ÁUDIO E VÍDEO | <p>Google Vídeo, Youtube, Teachertube, UStream,<br/>Vimeo e Animoto</p>  |
| GRUPOS                      | <p>Google Grupos, Yahoo Grupos e Windows Live</p>  |

métodos tradicionais, como encontros pessoais ou e-mail, e incentivar sua execução virtual por meio da *web*. Por exemplo: ambientes virtuais podem incluir redes sociais ou ferramentas de colaboração.

### 2) Explore o valor da comunicação em tempo real:

A urgência da comunicação em tempo real, por meio de mensagens de texto, Twitter e Facebook, não é apenas uma moda passageira, e as organizações devem abraçar e incentivar tal comportamento. Estabelecer hábitos de comunicação em tempo real no ambiente de trabalho permite um fluxo mais livre de informações e notificações mais proativas, de modo que as pessoas possam responder rapidamente a eventos inesperados e interrupções no planejamento.

Isso pode resolver o problema comum da informação atrasada, enviada a partir de outros canais, já que a comunicação em tempo real pode quebrar comportamentos de contar com a hierarquia de gestão para distribuir informação de forma adequada e, assim, ajudar a superar alguns dos desafios relacionados à comunicação organizacional.

## FERRAMENTAS COLABORATIVAS POR QUE USAR?

- ✓ Colaboração
- ✓ Gestão de conhecimento
- ✓ Gestão de conteúdo
- ✓ Facilidade de uso
- ✓ Personalização
- ✓ Rapidez de solução
- ✓ Integração com outras Ferramentas
- ✓ Melhorias constantes
- ✓ Mobilidade

*Uma boa maneira de iniciar a mentalidade de colaboração é desencadear uma comunidade dinâmica para discutir sobre um problema. Isso envolve definir um tema e incentivar as pessoas a participarem e começarem a trabalhar*

### 3) Utilize *crowdsourcing* e ferramentas de mídia social populares para facilitar a dinâmica das comunidades:

Uma boa maneira de iniciar a mentalidade de colaboração é desencadear uma comunidade dinâmica para discutir sobre um problema. Isso envolve definir um tema e incentivar as pessoas a participarem e começarem a trabalhar. Ao contrário de uma conversa em uma sala de reuniões, toda comunicação é capturada. Por isso, há um claro registro do que foi discutido, o que contribuiu com ideias e levou à resolução de problemas.

### 4) Mudar sistemas de recompensa para incentivar a colaboração:

Métodos atuais de gerenciamento de desempenho são ineficazes para processos centrados em organizações, pois eles desencorajam a colaboração ao premiar os esforços individuais em vez de apoiar este comportamento, que oferece recompensas aos esforços da equipe. O uso de tecnologias de colaboração também torna mais fácil acompanhar o comportamento colaborativo e alinhá-lo aos resultados alcançados.

### 5) Use análise de redes sociais para medir o comportamento de colaboração entre equipes:

Outra maneira de medir e recompensar o comportamento colaborativo é rastrear como as pessoas interagem. A análise de redes sociais (SNA) monitora a influência social de uma pessoa. Uma cultura de colaboração extrema é construída com base em respeito, confiança e abertura. SNA é uma técnica para melhorar processos de negócios e identificar líderes fortes nas mídias sociais.

### 6) Como sair da zona de conforto:

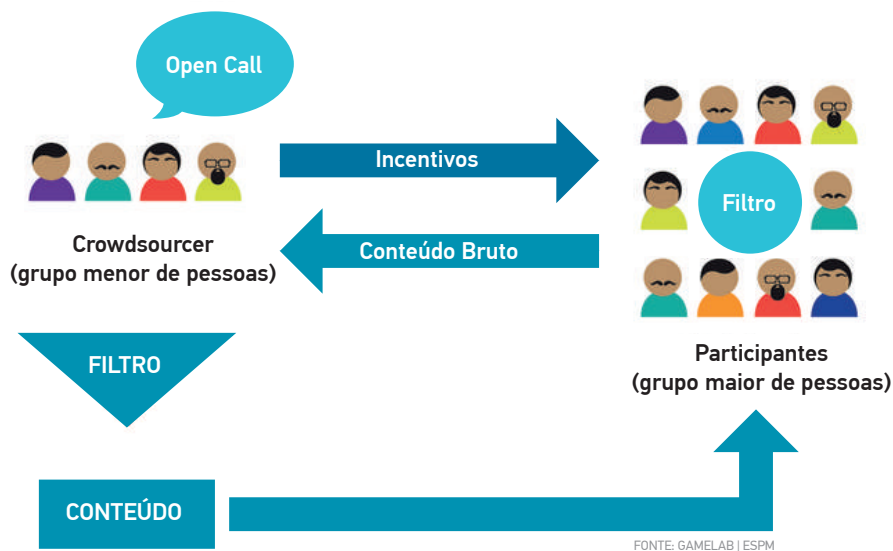
A Gartner ainda lista alguns passos para que as organizações, de fato, ingressem na era da colaboração:

- Ferramentas de vídeo móvel permitem que os colaboradores participem de reuniões por meio de seus dispositivos móveis. Trata-se de um avanço dramático em comparação à videoconferência, que requer instalações especializadas. Embora talvez não seja apropriado para grupos maiores, o modelo é eficaz para incluir especialistas-chave na conversa quando necessário.
- O uso de jogos para estimular novas formas de colaboração e interação criativa, Gamification, é uma ótima maneira de estimular o engajamento na resolução de problemas coletivos. Experiências com técnicas baseadas em jogos podem levar as pessoas a trabalharem em conjunto, mas de novas maneiras.
- Considere 'desligar' o e-mail por um período de tempo. O correio eletrônico é o principal meio de comunicação, mas é uma ferramenta colaborativa pobre. Para quebrar o hábito, as organizações devem tentar desativar o e-mail por um intervalo de tempo. Tais experiências vão forçar as pessoas a usarem as redes sociais e a comunicação em tempo real.

### APOSTE NO CROWDSOURCING

A convergência entre os diferentes meios de comunicação está trazendo grandes conquistas e novidades para o Terceiro Setor. Um único canal global de informação é formado quando TV, rádio, cinema, jornais e a própria internet convergem, potencializando as formas como se dão as trocas de informações. Neste ambiente, a *web* é a ferramenta para a conexão de pessoas, ideias, recursos e mercados, formando

## ELEMENTOS FUNDAMENTAIS DO CROWDSOURCING



uma grande força de globalização, democratização e inovação social.

Neste cenário, as novas mídias são utilizadas pelos movimentos sociais para comunicar e tornar as pessoas mais conscientes. Os usuários da *web* estão próximos, apesar das distâncias físicas, e podem trabalhar em assuntos de interesse comum, que irão beneficiar um grupo de pessoas ou uma comunidade.

Entre as tendências inseridas neste ambiente está a do *crowdsourcing*, conceito que envolve colaboração em massa e defende a abertura corporativa na criação de produtos ou ideias. De forma bastante resumida, o processo começa com o *open call* de um indivíduo ou grupo relativamente pequeno de pessoas – *crowdsourcer* – chamando um grupo maior de pessoas de sua escolha a contribuir com informações e dados para um objetivo específico. Pode ser a necessidade de resolução de um problema, a construção de um novo produto ou a captação de fundos para um projeto específico.

Existem elementos de incentivo criados neste sistema a fim de motivar o público a contribuir com material e um processo de filtragem de ideias. O resultado e conhecimento moldados podem ser posteriormente abertos para o público. E os benefícios são enormes, como destaca Marina Miranda, especialista em *crowdsourcing*: “Podem ir desde a simples redução de custos (que é um subuso do *crowdsourcing*) à geração de novas ideias, ganhos de produtividade, captação de recursos ou qualidade na produção criativa. Tudo depende do modelo adotado. O importante

*Os usuários da web estão próximos, apesar das distâncias físicas, e podem trabalhar em assuntos de interesse comum, que irão beneficiar um grupo de pessoas ou uma comunidade*

é entender o que é o *crowdsourcing* e a abrangência que ele representa antes de iniciar”.

### A TECNOLOGIA NA PRÁTICA

Já vimos alguns exemplos de ferramentas e de como implementar uma cultura de colaboração no Terceiro Setor. Mas, de que forma a tecnologia pode otimizar na prática o trabalho das organizações? Acompanhe alguns exemplos nos *cases* a seguir:

#### Reduzindo Barreiras

**Caso AACD:** Em 2010, a AACD completou 60 anos e realizou uma transmissão especial do Teletón. Na ocasião, muitas histórias foram exibidas para o público – entre elas a do paciente Eduardo dos Santos George, que trabalha e se relaciona como qualquer pessoa através do uso do computador. Graças ao apoio de empresas como a Microsoft (que realizaram doações de licenças de *software*), a AACD pode oferecer ao Eduardo e a tantos outros pacientes ferramentas

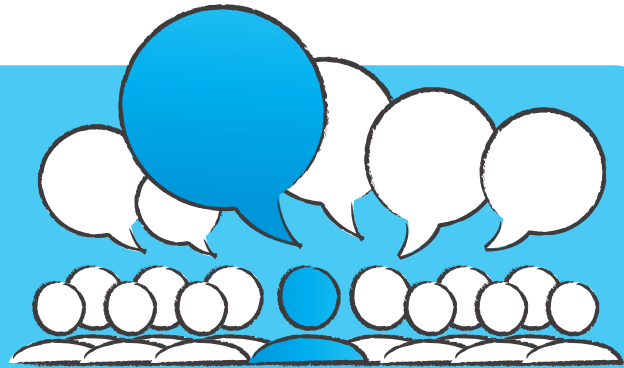
## TRANSFORMAÇÃO SOCIAL

O Mootiro é um esforço colaborativo de construção de *softwares livres* para organizações da sociedade civil. A plataforma permite que as entidades participem ativamente da construção dos *softwares* e de sua documentação. Atualmente, mais de 160 ONGs de vários Estados do Brasil fazem parte da iniciativa.

## PROJETOS

**Rede Mootiro** - Na rede Mootiro, as organizações podem encontrar outras pessoas que atuam em sua região ou compartilham sua causa. Inclusive, podem convidar seus colaboradores e doadores a fazerem parte da rede e se envolverem com os projetos da comunidade Mootiro.

**MootiroWiki** - É um espaço para compartilhamento de conhecimentos e informações entre pessoas que promovem a mudança social. Você pode ajudar a escrever artigos sobre metodologias de trabalho, legislação específica do Terceiro Setor, bem como registrar informações sobre fontes de financiamento e eventos.



**MootiroVote** - Discussão sobre *softwares* que possam ser úteis para o desenvolvimento social. Você pode sugerir uma ideia para um aplicativo e mobilizar outras pessoas e organizações a votarem e comentarem.

**MootiroForm** - É possível criar quaisquer tipos de formulários para sua ONG. Seja para a inscrição em eventos, cadastro de alunos e voluntários ou para um censo comunitário.

que ajudam a otimizar o atendimento e, principalmente, favorecer o bem-estar de todos os envolvidos.

### Beneficiando pessoas com Deficiência

**Caso POETA:** A ONG *Trust for the Americas*, braço social da organização dos Estados Americanos (OEA), em parceria com a Microsoft e a Associação para Valorização de Pessoas com Deficiência (AVAPE) inaugurou no Brasil o primeiro Centro do Programa Parcerias para Oportunidades de Emprego através da Tecnologia nas Américas (POETA). O principal objetivo do centro é prover treinamentos em tecnologia da informação para pessoas com deficiência a fim de qualificá-las para o mercado de trabalho. Além dos recursos de acessibilidade disponíveis no próprio Windows, as ferramentas permitem fácil adaptação às chamadas tecnologias assistivas – necessárias para a inclusão digital de pessoas com necessidades especiais.

### Melhorando a comunicação e colaboração

**Caso Parceiros Voluntários:** A maior necessidade de quem coordena projetos e organizações sociais é ter processos definidos e transparentes. A Parceiros Voluntários, em 2007, propôs o desafio de desenvolver uma solução *web* que disponibilizasse para toda a sociedade uma ferramenta que apoiasse os processos de gestão e estímulo à formação de redes colaborativas. Iniciou-se, então, a solução Visão Integral

*Entre as tendências inseridas neste ambiente está a do crowdsourcing, conceito que envolve colaboração em massa e defende a abertura corporativa na criação de produtos ou ideias*

do Voluntariado. A ferramenta de gestão pretendia ir além de apoiar os processos de gestão de voluntários e visava aumentar a visibilidade e o alcance do movimento.

### Multiplicando o conhecimento

**Caso Instituto Crescer:** Receber a doação de *softwares* é um passo importante para aprimorar a gestão de ONGs e telecentros. O Instituto Crescer desenvolveu um currículo específico para explorar os recursos tecnológicos no contexto de cada instituição e aproveitou a oportunidade para criar uma discussão mais ampla com o foco na elaboração de projetos – principalmente para apresentar aos investidores em potencial estratégias para a comunicação de suas ações e práticas para gestão dos recursos. Como resultado, as instituições se sentiram mais fortes para participar da sociedade contemporânea e mais preparadas para cumprir suas missões na busca pela sustentabilidade. 📖

## RESPONSABILIDADE SOCIAL

# VALORES COMPARTILHADOS

**Com ou sem fins lucrativos, fundos sociais alimentam iniciativas pelo Brasil afora, colaborando para o sucesso de projetos gerenciados por organizações e empresas**

*Por Luciano Guimarães*

**P**rocessos que se consolidam gradualmente no exterior e estão chegando ao Brasil com certo atraso e em plena crise do capitalismo mundial — a pior desde 1929, quando a Bolsa de Nova York quebrou —, os investimentos de impacto estão começando a mudar as relações entre empresas e investidores, e de ambos com as organizações não governamentais (ONGs), pois eles buscam não apenas retorno financeiro, mas uma transformação social com resultados imediatos e futuros.

O tema é tão importante no exterior que pessoas do calibre de Michael Eugene Porter e Mark R. Kramer, fundadores da consultoria FSG, especializada em avaliar investimentos de impacto em organizações sem fins lucrativos, acreditam que “a solução está no princípio do valor compartilhado, que envolve a geração de valor econômico de forma a criar também valor para a sociedade (com o enfrentamento de suas necessidades e desafios)”, conforme escreveram no artigo *A grande ideia: criação de valor compartilhado*.

Segundo eles, “é preciso reconectar o sucesso da empresa ao progresso social. Valor compartilhado não é responsabilidade social, filantropia ou mesmo sustentabilidade, mas uma nova forma de obter sucesso econômico. Não é algo na periferia daquilo que a empresa faz, mas no centro. E, ao nosso ver, pode desencadear a próxima grande transformação no pensamento administrativo”.

Do alto de sua experiência como ex-gerente do Núcleo de Articulação Nacional da Rede Ação pela Cidadania Empresarial e ex-coordenador de Responsabilidade Social da Fundação Unimed, o gerente programático da Fundación Avina, Paulo Rocha, explica que o investimento de impacto em negócios sociais segue as mesmas regras do investimento





DIVULGAÇÃO

**Caspiedade, que atende comunidades em situação de vulnerabilidade social de São Paulo e desenvolve diversas atividades, obteve com a sitawi empréstimo de R\$ 230 mil**

de risco normal de mercado. “Fundos de *Venture Capital*, Capital Semente, Anjos Investidores buscam algum nível de segurança para aplicar seu capital, já que o risco inerente ao investimento em novos negócios já está automaticamente embutido no ‘pacote’”.

Um dos exemplos brasileiros mais bem acabados neste segmento de investimentos de impacto de organizações sem fins lucrativos, a sitawi opera um fundo social focado no empréstimo de recursos a organizações e empresas comprometidas com causas sociais e ambientais. Desde 2008, quando iniciou suas atividades, até hoje, a ONG já emprestou cerca de R\$ 1,5 milhão em recursos advindos de doações, com inadimplência praticamente zero.

Quem recebe a verba tem um prazo estipulado para pagamento e pode se beneficiar de uma consultoria estratégica para otimizar a aplicação do dinheiro. “Os apoiadores da sitawi fazem doações e esperam que seu impacto social seja multiplicado, na medida em que o capital fica girando no fundo social. Por conta disso, há um pouco mais de flexibilidade, com taxas de juros próximas à Selic”, afirma Leonardo Letelier, CEO e fundador da organização.

O dirigente da sitawi explica que a organização está desenvolvendo outros instrumentos, como a gestão de fundos sociais para grandes doadores — seguindo a mesma lógica e com mais flexibilidade ainda. “Paralelamente, estamos criando um fundo de apoio a fusões no setor social, não

exatamente na linha de investimento de impacto, pois os recursos entram e saem como pagamento das despesas relacionadas a este processo”, explica.

Entre as organizações já apoiadas está o Centro de Assistência Social Nossa Senhora da Piedade (Caspiedade). Fundado em 1998, atua no desenvolvimento de comunidades em situação de vulnerabilidade social de São Paulo e possui 12 centros de atendimento. A entidade gerencia dois restaurantes populares para o governo paulista, que servem aproximadamente 1,5 mil refeições por dia.

Em novembro de 2009, a ONG obteve com a sitawi um empréstimo de R\$ 230 mil, com os objetivos de reduzir os altos juros pagos em empréstimos tradicionais; amenizar o descasamento do fluxo de caixa e possíveis atrasos nos repasses dos convênios; e dar apoio estratégico na gestão de fluxo de caixa e estruturação dos novos empreendimentos sociais, contribuindo para a autossustentabilidade da organização e para a ampliação de seu impacto social.

Outra organização social que obteve empréstimo nestes mesmos moldes foi a Daspu, grife social lançada em 2005, com grande repercussão, para gerar renda extra à Davida, tornando a ONG mais sustentável e contribuindo para a elevação da autoestima das prostitutas, seja como modelos de desfiles ou por outras formas de participação na grife.

A marca vinha passando por dificuldades financeiras, por conta do conhecimento restrito de negócios e dificuldade de



manutenção da infraestrutura. Liberado no início de 2009, o empréstimo de R\$ 50 mil foi usado para ampliar, fortalecer e manter as vendas da grife social, assim como assessorar no planejamento estratégico.

“Os recursos ajudaram a Daspu a aprimorar sua loja virtual e a aumentar a participação da grife em eventos de moda; a definir novas estratégias de venda e conseguir maior rapidez e consistência nas tomadas de decisão internas. Além disso, a entidade expandiu as vendas e, por consequência, os recursos para sua atuação social, melhorando sua gestão, visão de negócio e marketing”, comenta Letelier.

No futuro, a sitawi planeja lançar outras iniciativas que seguem essa mentalidade de aliar investimento ao impacto social, por exemplo, um fundo de apoio a fusões no setor social. No exterior, há fundos sem fins lucrativos que seguem uma lógica de investimentos parecida, a partir de doações, como o *Acumen Fund* ou *Root Capital*.

### FUNDOS COM FINS LUCRATIVOS

Na outra ponta, os fundos de investimento de impacto com fins lucrativos também desempenham importante papel no mercado, ao comprar a participação acionária em negócios sociais inovadores já em operação. Geralmente, são formados por investidores que esperam um retorno médio de 30%. Neste mercado de alto potencial, no qual se destacam fundos pioneiros como o *Aavishkaar*, a intenção é causar impacto social positivo, além de retorno financeiro.

“A grande inovação desse setor é que o impacto social positivo não deveria ser apenas uma ‘externalidade’ causada pelas atividades da empresa ou o resultado de ações de responsabilidade social. O impacto deveria ser uma intenção do negócio, medido como sucesso, buscado ativamente pelos

gestores e resultado do core business da empresa”, analisa Daniel Izzo, cofundador da *Vox Capital*.

Gestor de um fundo de capital empreendedor que investe em empresas inovadoras e de alto potencial, voltadas a atender a população de baixa renda, ele acredita que este modelo de investimentos tem enorme potencial para emplacar no mercado brasileiro.

Para tanto, lista quatro fatores preponderantes para incrementar a atração de investimentos de impacto no Brasil: o grande mercado consumidor interno, formado pelas classes C, D e E; o espírito empreendedor da população; a distribuição de renda desigual, que torna ainda mais crítica a criação de modelos com valor compartilhado; e os problemas sociais crônicos identificados e trabalhados, visto que o país já possui uma agenda consolidada.

“Atualmente, em torno de 85% da população brasileira tem renda familiar mensal inferior a R\$ 3,2 mil, ou seja, a metade da massa de renda e do poder de consumo do mercado local. Outra característica do brasileiro, o espírito empreendedor é passível de desenvolver-se com mais facilidade aqui do que em outros países”, argumenta Izzo.

O cofundador da *Vox Capital* salienta que a estabilização econômica abriu caminhos para o surgimento de um movimento empreendedor movido por oportunidades, e o impulso dado aos negócios sociais é resultado do crescimento dos investimentos anjo e semente, que estão fomentando o aparecimento de uma série de *startups* inovadoras.

Se os investimentos de impacto são ou não um modelo a ser seguido pelas empresas é uma das principais perguntas a serem respondidas. Segundo Izzo, apenas um trabalho focado no longo prazo e com resultados consistentes poderá responder a esta questão. “Até porque, o caminho para isso já está sendo criado”. 🌱

📌 Links: [www.aavishkaar.in](http://www.aavishkaar.in) | [www.acumenfund.org](http://www.acumenfund.org) | [www.avina.net](http://www.avina.net) | [www.caspiedade.org.br](http://www.caspiedade.org.br) | [www.daspu.com.br](http://www.daspu.com.br) | [www.davida.org.br](http://www.davida.org.br) | [www.rootcapital.org](http://www.rootcapital.org) | [www.sitawi.net](http://www.sitawi.net) | [www.voxcapital.com.br](http://www.voxcapital.com.br)

**MONELLO**  
**CONTADORES**  
CONSULTORIA CONTÁBIL E FISCAL PARA O 3º SETOR  
**ESCRITÓRIO CONTÁBIL DOM BOSCO**

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

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

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

- Especializado em contabilidade de entidades do 3º setor
- Assessoria *in company*: tenha o departamento contábil com a qualidade Dom Bosco em sua entidade. Terceirização da gestão fiscal e financeira com sistema ERP
- Assessoria na obtenção e gerenciamento das certificações
- Assessoria em departamento pessoal
- Assessoria na elaboração e gestão de programas, projetos e gratuidades.

[www.sergiomonello.com.br](http://www.sergiomonello.com.br)

**(11) 3872.1195**



# O MUNDO NÃO ACABOU, GANHAMOS UM BÔNUS

*Por Dal Marcondes*

**E**u nunca entendi direito as contas para ajustar o calendário Maia ao Juliano. Afinal, ambos foram criados por civilizações muito diferentes, com distintos modos de observar o mundo e, possivelmente, seu fim. De qualquer forma, como o mundo não acabou, ganhamos um bônus, ou como diriam os aficionados em jogos, uma vida extra. A humanidade conseguiu dar um salto civilizatório sem precedentes no século 20: saímos da quase idade média para a era espacial em menos de 100 anos. Na maior parte dos rincões da Terra, no início dos anos 1900 ainda se vivia sem eletricidade, sem grandes artefatos mecânicos, sem nenhuma medicina moderna ou qualquer outro vestígio de modernidade – como ainda vivem alguns povos esquecidos em diversos continentes.

Mas vamos ao que importa, ou seja, bônus ou vida extra. Em 1912, rigorosamente, ninguém seria capaz de prever o que estava por vir no século 20. Em 1912, a vida ainda era muito mais parecida com o século 19, com cavalos e carruagens pelas ruas, do que com o caos tecnológico das metrópoles que entraram pelo século 21. Nenhuma das duas grandes guerras mundiais havia solapado as utopias da humanidade, e a Europa vivia um esplendor de cultura atualmente conhecido como “*Belle Époque*”, quando intelectuais e artistas ocupavam cafés e teatros em saraus poéticos filosóficos. Um cidadão naquela época não podia prever os acontecimentos das décadas seguintes, como a depressão de 1929, as guerras, as tecnologias nuclear ou de telecomunicações, que forneceram à humanidade os instrumentos para o salto ao futuro, levando-nos à Hiroshima, à lua e aos monstruosos congestionamentos das metrópoles cheias de pessoas e automóveis.

Sequer era possível prever a televisão e as centenas de canais dos modernos aparelhos digitais, ou a mais revolucionária das invenções humanas do século 20, a Internet, que é a mãe das inovações no século 21. O conhecimento circulando em uma velocidade exponencial pode levar a história das próximas décadas por caminhos absolutamente impensáveis.

Esse bônus de vida que ganhamos pode ser o momento mais alucinante e criativo da humanidade, por tudo o que sabemos e podemos. Mas, principalmente, pelos desafios que conhecemos. Sabemos o que não poderemos continuar fazendo nas próximas décadas, conhecemos os caminhos que não devemos seguir, e essa é a graça de se ganhar uma vida extra: é provarmos que somos capazes de ser e fazer diferente. Em um jogo, quando se chega a esse ponto, já perdemos as oportunidades que surgiram, morremos várias vezes e, em tese, aprendemos como fazer para ficarmos vivos.

As perdas do planeta em biodiversidade, qualidade de recursos hídricos, desperdícios de matérias primas e outros impactos sobre o meio ambiente chegaram a um ponto quase irreversível em apenas 100 anos, os mesmo anos que nos deram tantas conquistas. O horizonte climático para este século 21 não é alvissareiro, os dados projetam o aumento dos eventos extremos como secas, furacões, enchentes e todos os tipos de tragédias, atingindo principalmente áreas de alta densidade demográfica.

É importante lançar um olhar de longo prazo sobre o futuro, fato que a Conferência das Nações Unidas Sobre Desenvolvimento Sustentável, a Rio+20, tentou, porém, não teve muito sucesso em sensibilizar governantes preocupados com uma grande crise financeira, que começou em 2008 e não tem data para ser finalizada.

Mesmo com as perspectivas pouco claras sobre as próximas décadas, nunca a humanidade teve tantos bons instrumentos e ideias inovadoras capazes de mudar seu destino. Tecnologias, telecomunicações, Internet, ciências avançadas em todas as áreas de conhecimento, pessoas de alta qualidade técnica e humanística, e, acima de tudo, um planeta que ainda não se tornou um obstáculo intransponível.

É importante lembrar que não é preciso salvar o planeta, mas sim preservar o habitat humano. 🌱

# QUAL É O PESO DA SUSTENTABILIDADE NA HORA DA COMPRA?

O brasileiro dá sinais de que vem mudando os seus critérios de escolha nos momentos de compra. O preço continua sendo o atributo de maior peso, e as características dos produtos têm pesado menos na hora da decisão, ao passo que a confiança na marca e o status de ter o produto ganharam força. E quanto à atuação sustentável dos fabricantes: o seu uso como característica decisória acompanha o aumento da saliência do tema na mídia?

Na verdade, não. Mesmo com a crescente exposição a informações e comunicações, o consumidor brasileiro

continua considerando a atuação sustentável dos fabricantes um atributo secundário. Secundário é igual a marginal? Nem um pouco. Ele aparece, mas atrás de preocupações clássicas como preço e qualidade. Para sermos honestos, poderíamos realmente esperar algo diferente numa época marcada pela meteórica ascensão de milhões de brasileiros para a classe média e a facilidade com que se permite que satisfaçam sua voracidade de consumo, até ontem reprimida?

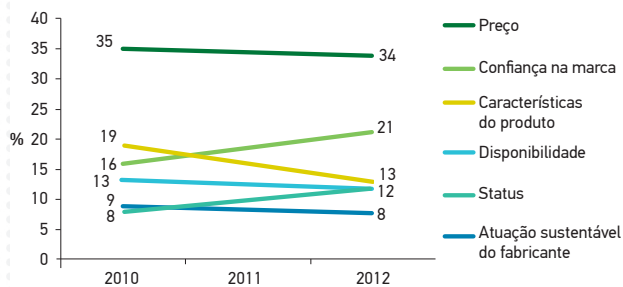
De todas as formas, a culpa não pode estar sempre nos outros, e isso nos leva à pergunta: mas, então, o que as empresas que têm incorporado a sustentabilidade como princípio norteador da gestão podem fazer no sentido de alavancar a importância deste atributo nos processos decisórios de compra da demanda, ganhando margem competitiva de concorrentes que se mantêm com o *business as usual*?

Entender a sustentabilidade como um conjunto de valores e princípios implica em considerá-la associável à marca, à gestão, à produção, à qualidade dos produtos, enfim, às diversas dimensões de uma organização. Considerando a evolução dos atributos de compra dos consumidores brasileiros, a aposta mais promissora seria a de agregar o valor sustentabilidade à marca como um todo, uma vez que o prestígio do fabricante tem se constituído em um critério cada vez mais importante, saindo da terceira posição em 2010 para a segunda, em 2012. A mensagem latente parece passar a aproveitar a relação de confiança entre cliente e empresa para comunicar as vantagens sustentáveis de um produto ou serviço, de forma que fiquem claras e tangíveis aos públicos-alvo. Assim, os consumidores poderão se munir destes valores sustentáveis no momento da decisão, sem suspeitar que, ao fazer isso, estejam dando um salto no obscuro.

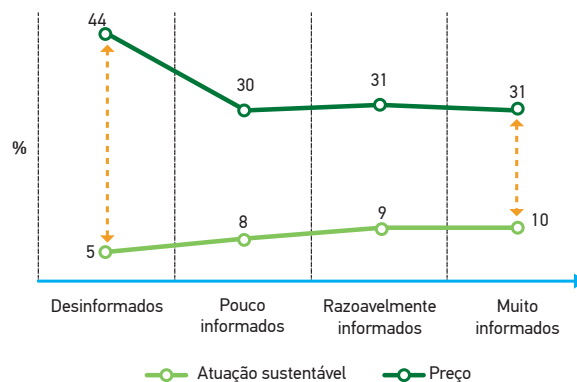
É importante ponderar que, embora o atributo “atuação sustentável” ainda esteja atrás dos demais, a sua importância é pouco questionada pelos consumidores: quando perguntados sobre quão importante é o compromisso socioambiental de uma empresa na eleição de um produto,



### Evolução da utilização dos atributos decisórios de compra (percentual médio) entre 2010 e 2012



### Utilização dos atributos “preço” e “atuação sustentável” (percentual médio) a partir das informações sobre sustentabilidade empresarial



Fonte: MONITOR DE SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA 2012, MARKET ANALYSIS

85% dos brasileiros declaram que é algo relevante ou muito relevante. Quer dizer que temos um consumidor indeciso? Antes disso, o contraste entre importância atribuída e peso concreto que a sustentabilidade tem na hora da escolha descortina a pobre referência da atuação socioambiental das empresas aos seus consumidores. Esse dado revela uma disposição tácita a aceitar propostas de valor que destaquem a performance sustentável sem ter que sacrificar o bolso pagando mais caro, resignar-se a uma expectativa de funcionamento diferente do produto ou abrir mão da sensação de garantia e reconhecimento individual que uma marca outorga ao indivíduo.

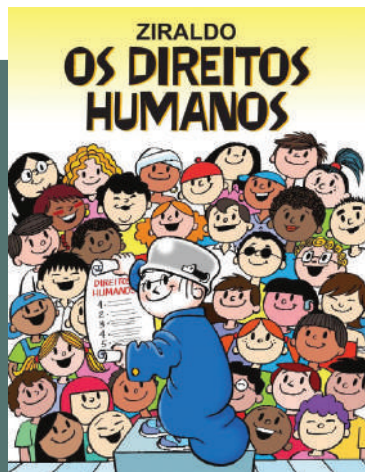
Por fim, o que hoje mais influencia o peso final conquistado pelo comportamento sustentável do fabricante como atributo de compra? As pesquisas permitem obter várias pistas, cada uma delas sensível a um segmento determinado da economia. Ao analisarmos os consumidores a partir das informações sobre sustentabilidade empresarial que têm, por exemplo, fica claro que à medida que se tornam mais informados, menor é o peso do preço como atributo decisório e maior é a importância da atuação sustentável. Olhando com mais atenção, é possível notar que, para ambos os atributos, a maior diferença ocorre justamente na brecha entre os consumidores que estão desinformados e os que estão pouco informados. Este resultado revela que mesmo um baixo contato com a sustentabilidade das empresas já implica em

*Entender a sustentabilidade como um conjunto de valores e princípios implica em considerá-la associável à marca, à gestão, à produção, à qualidade dos produtos, enfim, às diversas dimensões de uma organização*

mudanças na forma de ponderar os critérios usados nos processos de compra.

As empresas que buscam atuar de modo responsável têm uma tarefa menos árdua em termos de esforço, e mais desafiadora considerando a criatividade para conseguir atrelar o atributo “sustentabilidade” aos processos decisórios de compra. Ao menos no Brasil, a importância do critério é praticamente uma unanimidade e, à medida que o consumidor se sente mais munido de informações sobre a atuação das corporações, a desproporção do peso entre o preço e o comportamento socioambiental do fabricante é reduzida.

Trata-se de uma tarefa tão inventiva quanto estimulante ao interior das organizações: tornar a performance sustentável da empresa e seus produtos um tema mais legível e tangível para a demanda, e mais explícita em seu alinhamento com a proposta de valor da marca e a experiência de uso do produto pelo consumidor. 🌱



## CARTILHA SOBRE DIREITOS HUMANOS

O Ministério da Educação e a Secretaria Especial de Direitos Humanos (SEDH) apresentaram em Brasília a cartilha *Os Direitos Humanos*, elaborada pelo cartunista Ziraldo. O lançamento, realizado também em comemoração aos 60 anos da Declaração Universal dos Direitos Humanos, foi prestigiado por dezenas de estudantes de escolas públicas do Distrito Federal. A cartilha tem 36 páginas, tiragem inicial de 40 mil exemplares, é voltada ao público infantojuvenil e é distribuída em escolas. Nela, o Menino Maluquinho mostra aos jovens os 30 artigos da Declaração Universal dos Direitos Humanos de maneira simples, direta e divertida. A publicação está disponível para download gratuito.

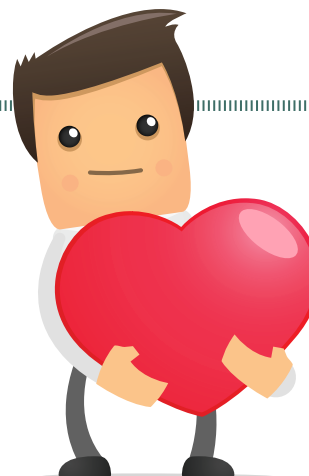
📄 <http://portal.mj.gov.br/sedh/documentos/CartilhaZiraldo.pdf>



## MUITO ALÉM DO PESO

Pela primeira vez na história da raça humana, crianças apresentam sintomas de doenças de adultos, como problemas cardíacos e respiratórios, depressão e diabetes tipo 2, que têm em sua base a obesidade. O documentário *Muito Além do Peso* (*Way Beyond Weight*, 84 minutos), dirigido por Estela Renner e patrocinado pelo Instituto Alana, discute por que 33% das crianças brasileiras pesam mais do que deviam. As respostas envolvem o governo, os pais, as escolas e a publicidade. Com histórias reais e alarmantes, o filme promove uma discussão sobre a obesidade infantil no Brasil e no mundo.

📄 [www.muitoalemdepeso.com.br](http://www.muitoalemdepeso.com.br)



## PESQUISA INÉDITA SOBRE VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

O Conselho Brasileiro de Voluntariado Empresarial (CBVE) lançou em novembro a pesquisa Perfil do Voluntariado Empresarial no Brasil III, na qual consta que 56,3% das empresas estão dispostas a aumentar seus investimentos em voluntariado. Dessas, 59,4% planejam elevar de 1 a 5% o aporte nesse tipo de ação no próximo ano. Outras 24,3% pretendem aumentar de 5,1 a 15,0%, e apenas 5,4% consideram incrementar em mais de 30%. De acordo com o orçamento consolidado das companhias em 2011, a maior parte delas (24,6%) aportou de R\$ 50 mil a R\$ 200 mil em ações voluntárias. A segunda faixa mais pontuada, que vai até R\$ 10 mil, indica a quantia investida por 21,7% das empresas. O estudo, realizado a cada dois anos, mostra que 82% das organizações com programas de voluntariado encontram-se no sudeste do país. Até 2010, o predomínio era em São Paulo, mas segundo um novo levantamento, realizado com 100 empresas entre abril e julho de 2012, o Rio de Janeiro ficou à frente, com 33,3% do total de companhias contra 29,0% de São Paulo.

📄 [www.cbve.org.br](http://www.cbve.org.br)

## SITE CRIA REDE DE OPORTUNIDADES DE TRABALHO VOLUNTÁRIO

O site *Atados* é uma rede social que possibilita às pessoas encontrar, de maneira fácil, as mais diversas oportunidades de trabalho voluntário. Os usuários podem compartilhar atividades e experiências, e estimular seus amigos a participarem de ações de responsabilidade social. O objetivo da rede é ampliar o senso de comunidade na sociedade, levando cada vez mais pessoas a entrar nessa "corrente de gente boa", afinal, tudo o que você faz bem pode fazer bem a alguém. A iniciativa conta com parcerias com entidades como Canto Cidadão, Teto, Move Institute e Liga Solidária.

📄 [www.atados.com.br](http://www.atados.com.br)

## MANUAL PARA JOVENS ATUAREM EM PROJETOS SOCIAIS

Em 23 de novembro, o Programa Aprendiz Comgás (PAC) lançou a publicação *Tecnologia Social Para Juventude*. Trata-se de um manual com o objetivo de ampliar a visão dos educadores em relação ao potencial e à participação juvenil na sociedade, dentro e fora da sala de aula, além de criar condições para que o educador oriente os jovens na elaboração de projetos sociais e articulação com as comunidades. A publicação, que conta com dois volumes, será usada em todas as formações do PAC. O primeiro volume apresenta as bases éticas e pedagógicas da proposta de ação educativa, enquanto no segundo são encontradas as atividades e dinâmicas que compõem o percurso formativo de jovens para a atuação social, por meio da elaboração de um projeto. O material está disponível no site do programa.

📄 <http://aprendizcomgas.org.br/>



## RELATÓRIOS DE INFORMAÇÕES SOCIAIS

O Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS) e a Secretaria de Avaliação e Gestão da Informação (Sagi) colocaram à disposição da população a ferramenta on-line Relatório de Informações Sociais. O RI, como é chamado o documento, contém informações que formam um banco de dados de alta performance, sobre temas como Bolsa Família, ações e serviços de assistência social, segurança alimentar e nutricional e inclusão produtiva realizadas pelo MDS no Distrito Federal e em outros Estados e municípios. Por meio dessa ferramenta, os cidadãos acessam relatórios customizados, de acordo com suas necessidades ou preferências. Já está disponível para consulta o novo RI Bolsa Família CadÚnico, cujo relatório tem como foco as ações detalhadas da Secretaria Nacional de Renda e Cidadania. Também é possível consultar o novo RI Segurança Alimentar e Nutricional, com informações sobre demografia, renda, produção, acesso à alimentação e políticas aplicadas.

📄 <http://aplicacoes.mds.gov.br/sagi/Rlv3/geral/index.php>

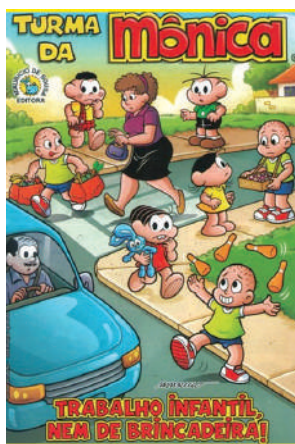
📄 [www.mds.gov.br](http://www.mds.gov.br)



## PROJETO DE LEITURA DO ITAÚ

Ler para uma criança é um gesto simples e muito importante. Por meio dele contribuimos para a educação, a cultura e o lazer, e ajudamos a mudar para melhor o futuro do Brasil. Pensando nesses benefícios, o Banco Itaú criou o projeto Itaú Criança, que visa mobilizar adultos a lerem histórias para quem tem até cinco anos de idade. Se esse hábito for incentivado, a leitura passará a fazer parte da rotina dos pequenos. Além disso, o banco aposta que crianças que ouvem a leitura de histórias tendem a aprender melhor e desenvolvem a capacidade de se expressar e de se comunicar com os outros. Entre 2005 e 2011, foram distribuídos 22 milhões de livros, e a previsão para este ano é de entrega de outros 2,3 milhões, gratuitamente. Mais informações sobre o projeto e o formulário para solicitação dos livros estão disponíveis no site.

📄 <http://www.itaubank.com.br/itaucrianca/>



## GIBI DA MÔNICA CONTRA TRABALHO INFANTIL É DISTRIBUÍDO NAS RUAS

**M**aurício de Sousa criou uma edição especial do gibi contra o trabalho infantil, que foi distribuída nas ruas de algumas capitais brasileiras como parte de uma campanha para erradicar a exploração de crianças. O gibi *Trabalho Infantil, nem de brincadeira!* é parte de uma campanha da Fundação Telefônica Vivo, do Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef) e da Organização Internacional do Trabalho (OIT) com o mote “É da nossa conta!”. Durante o lançamento, realizado em outubro, o cartunista procurou mostrar como o tema é atual. Sobre a distribuição das revistas, Sousa disse: “Temos que inventar caminhos, estratégias e modas para abordar o tema. Tem quem não queira enxergar o problema”, afirmou. Além da distribuição de gibis, foram criados comerciais em vídeo para veiculação nas redes sociais, apostando na viralização da campanha. A cantora Daniela Mercury, embaixadora do Unicef, e o fundador e coordenador geral da ONG Doutores da Alegria, Wellington Nogueira, engajaram-se na campanha e gravaram os filmes.



## COOPERATIVA DE ARTESÃOS TÊXTEIS DE TACARATU

A Cooperativa Tacaratu foi fundada em 2003, em Pernambuco, por meio da união de duas associações: Ativa e Euzébio Quirino. O objetivo da entidade é contribuir para a geração de renda e melhoria da qualidade de vida dos cooperados por meio da comercialização dos produtos da marca Caraiibeiras e da melhoria do processo produtivo. A cooperativa é composta por 23 cooperados ativos, sendo 16 mulheres e 7 homens, com faixa entre 23 e 69 anos, que trabalham de forma coletiva e familiar.

📌 [www.facebook.com/Coopertextil](http://www.facebook.com/Coopertextil)



## TECELAGEM ARTESANAL DE UNAÍ

A Tecelagem Artesanal de Unaí, inaugurada em 5 de junho de 1999 com apoio do Serviço Voluntário de Assistência Social (Servas) e da Prefeitura Municipal de Unaí, é um dos projetos mais relevantes da Associação Beneficente Natal Justino da Costa, entidade gerida por 11 voluntários da comunidade local que prestam serviços à instituição. Sua criação possibilitou que um grupo de artesãos dispusesse de espaço e condições para desenvolver e disseminar a técnica da tecelagem artesanal mineira, em especial a dos repassos, que são desenhos tradicionais feitos no tear. A associação desenvolve trabalhos com idosos, bem como jovens oriundos da Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (APAE/Unaí) e pessoas de baixa renda.

📌 [www.tecelagemunai.com.br](http://www.tecelagemunai.com.br)





## ASSOCIAÇÃO TERRA INDÍGENA XINGU

A Associação Terra Indígena Xingu (Atix) tem atuação de destaque no Parque Indígena do Xingu, em Mato Grosso, especialmente no que se refere à proteção das fronteiras do parque e ações de saneamento e educação. Isso confere ao destino grande representatividade entre as 14 etnias que habitam a região, distribuídas em 49 aldeias e postos, e que falam diferentes idiomas. A partir da construção das rodovias BR-163 e BR-158, e com a chegada de projetos agropecuários e de colonização, os índios perceberam a vulnerabilidade do seu território e a ameaça aos seus recursos naturais, o que motivou a criação da Atix. Com a busca por alternativas econômicas, como a apicultura, o objetivo é ampliar a autonomia política e gerencial das comunidades do Parque, com ações em parceria com o Instituto Socioambiental. Além do mel, os índios do Xingu dedicam-se ao artesanato e à extração de óleos vegetais. A região onde se situa é abundante em floradas, o que garante alta qualidade ao mel e confere ao produto condições de receber certificação internacional do Instituto Biodinâmico.

(66) 3478-1948 / 9628-2439

✉ [atix@brturbo.com.br](mailto:atix@brturbo.com.br)



## ARTE OFÍCIO

A Arte Ofício é uma entidade fundada em 1993, formada por um grupo de cerca de 40 mulheres que residem no bairro de Rubião Júnior, em Botucatu (SP). Trata-se de um projeto socioeducativo e de geração de renda que oferece as condições mínimas necessárias para o desenvolvimento humano e social das mulheres envolvidas e suas famílias. É oferecida orientação nas áreas de educação e saúde para que as mulheres do projeto possam estar menos vulneráveis a problemas como desestruturação familiar, envolvimento com álcool e drogas e gravidez indesejada. As atividades são realizadas no Centro Comunitário da Ação da Cidadania de Botucatu durante encontros semanais, nos quais as mulheres aprendem técnicas de trabalho (crochê, ponto-cruz e costura).

✉ <http://cooperativaarteoficio.com.br>



# CAUSAS ENCANTADAS

O pensador estadunidense T.S. Eliot deixou como herança, no baú de sua vasta obra, duas perguntas incômodas, ainda que potencialmente libertadoras: onde está o conhecimento que perdemos na informação e onde está a sabedoria que perdemos no conhecimento? O indivíduo versão 2013, habitante de um dos tantos países que já têm acesso cotidiano às diversas formas de tecnologias, em especial relacionadas à comunicação humana, passou de fase no video game. Utilizar ou não as inovações já não parece ser mais a dúvida; como e para quê utilizá-las, sim.

O Terceiro Setor, ao menos em sua proposta mais pura, é um berçário de causas que buscam promover conexões humanas mais saudáveis. Retomando às perguntas de Eliot e colocando-as sobre a mesa onde também está o vasto cardápio tecnológico – cada vez mais também à disposição das organizações não governamentais (ONGs) –, surge uma inquietação: quais os riscos do afastamento da essência das propostas em função do deslumbre que as ferramentas podem despertar? A técnica cada vez mais competente é bem-vinda, obviamente, mas e se ela colocar em risco o encantamento das causas, ou, ainda, da busca à elevação pela vida humana? Tal sorte de desvio não é incomum nas empresas do Segundo Setor, por exemplo. Aliás, as reflexões relacionadas a essas preocupações não são novas.

Sócrates, filho de Fenareta e pai espiritual de uma legião de pensadores, escolheu a morte em nome do

encantamento. Ao final de uma longa vida de interrogações e incertezas, que edificaram a sua reputação de sábio, seus algozes o fizeram beber o venenoso suco de cicuta para impedi-lo de continuar ensinando a seus discípulos a arte do questionamento, ou seja, da capacidade de construção da autonomia individual pela arte de pensar.

Certa vez, um amigo de Sócrates se dirigiu ao Oráculo de Delfos. Sua curiosidade dizia respeito à identidade do homem mais sábio do mundo. Porém, o que ouviu lhe surpreendeu, pois Sócrates foi a resposta. Transformado imediatamente em mensageiro apressado, foi ao encontro do amigo para lhe transferir a revelação, ficando ainda mais surpreso. Em busca de esclarecimentos, começou a visitar professores prestigiados da região, cujos saberes certamente provariam que ele estava longe de ser o homem mais sábio do mundo. Tais aulas só fizeram a sua angústia crescer: latifundiários do conhecimento, aqueles docentes cultivavam em suas terras sementes sem originalidade, as quais murchavam uma a uma frente às questões daquele jovem cujos interesses iam além do campo das repetições. Ele se descobriu muito mais parteiro, missão de sua mãe, que escultor, ofício de seu pai.

Sócrates apresentou precocemente sintomas oftalmológicos sintonizados com as provocações da jornalista e escritora brasileira Eliane Brum. Ela escolheu investigar a arte do olhar como prática essencial para observar a vida que ninguém vê, inspiração, inclusive,

para uma série de crônicas-reportagens publicadas no jornal Zero Hora de Porto Alegre. A proposta era “estimular um olhar que rompesse com o vício e o automatismo de se enxergar apenas a imagem dada, o que era do senso comum”. A hipótese era a de que o nosso olhar fosse sendo cegado, confundido por uma espécie de catarata, causada por camadas de rotinas, decepções e aniquilamentos que nos impedissem de realmente ver.

O grego e a gaúcha compartilham o olhar insubordinado como forma de promover conexões entre os mundos interior e exterior, cientes que “quem consegue olhar para a própria vida com generosidade torna-se capaz de alcançar a vida do outro. Olhar é um exercício cotidiano de resistência”. Os dois também compartilham a adesão à campanha que Brum defende “pela volta dos sapatos sujos”, um incentivo ao protagonismo afetivo – do latim *affettare*, ir ao encontro –, que coloca em movimento e permite a revelação de pistas, noções, histórias e novas inquietações, em qualquer área da vida. Sócrates sujou os sapatos, quaisquer que fossem os modelos usados à época, afetado que estava pela arte de dar luz à ideias e bons encontros.

Que venham as ferramentas para facilitar e aprimorar as atividades humanas. Que venha, antes e ainda mais, a renovação do encantamento pelas causas que justificam as atividades humanas. Afinal, já disse alguém, as coisas mais importantes da vida não são coisas. 🍷

# Seteco há 45 anos agregando valor na **gestão** de negócios

A competência de uma organização pode ser medida pela qualidade e grau de exigência, quanto a coerência e precisão de um trabalho contábil.

Dedique-se ao seu negócio e terceirize com a **SETECO**, especializada nos segmentos indústria, comércio, serviços e terceiro setor.

- ✓ Terceirização contábil, fiscal e trabalhista (Outsourcing)
- ✓ Prevenção e mitigação de riscos (Compliance)
- ✓ Automação, integração e administração de controles internos (BPO)
- ✓ Consultoria empresarial e tributária (Tax)
- ✓ Sistema Integrado de Gestão (ERP)
- ✓ Imposto de renda pessoa física
- ✓ Abertura de empresa e alterações contratuais



# FLAC

2013

## FESTIVAL ABCR

23 A 25 DE ABRIL DE 2013  
NO CENTRO DE CONVENÇÕES  
SALVADOR/BA

A 5ª edição do maior festival  
sobre captação de recursos do Brasil,  
reunindo mais de 500 profissionais  
e 60 palestrantes.

[www.flac.org.br](http://www.flac.org.br)  
acesse e participe!

Três dias de evento e programação  
intensa com mais de 50 sessões  
programadas com temáticas inovadoras

Com o tema “Futuro da Doação”,  
apontando os possíveis caminhos e  
oportunidades no Brasil para a  
captação de recursos

Realização:



Co-Realização:



Patrocínio:



Inscrições:

R\$ 350,00 associados ABCR

R\$ 700,00 não associados

Acesse: [www.flac.org.br](http://www.flac.org.br)