

FILANTROPIA

#77



AUDITORIA INDEPENDENTE
INFORMAÇÕES DE QUALIDADE E A TRANSPARÊNCIA DA ORGANIZAÇÃO

PONTO DE VISTA
PROFISSIONALIZAÇÃO É QUESITO ESSENCIAL PARA NORTEAR A ESCOLHA DOS INVESTIDORES SOCIAIS

SOBRAS DE RECURSOS
PLANEJAMENTO INCONSISTENTE OU MÁ GESTÃO DE PROCESSOS?

PENSAR FORA DA CAIXA PARA ATRAIR RECURSOS

CAPTAÇÃO É UMA PREOCUPAÇÃO CONSTANTE PARA AS ORGANIZAÇÕES. PARA OBTER SUCESSO NESTA ATIVIDADE, É PRECISO INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE.

ENTREVISTA • Jorginho, ex-jogador de futebol e presidente do Instituto Bola pra Frente, conta como a união entre esporte e educação possibilita a criação de cidadãos conscientes e responsáveis



FIFE 2017

FÓRUM INTERAMERICANO DE
FILANTROPIA ESTRATÉGICA

4 A 7 DE ABRIL DE 2017

FOZ DO IGUAÇU/PR

+ de **60 PALESTRANTES**

+ de **100 ATIVIDADES**

MAIS
INFORMAÇÕES
E INSCRIÇÕES:

www.fife.org.br

Realização

FILANTROPIA

Patrocínio



Apoio



Parceria estratégica



Incentivo



CIA Aérea Oficial





BOAS IDEIAS

E SUPORTE

para o seu projeto.

A Santa Causa

foi criada com um propósito:
transformar ideias do bem em projetos

Como podemos ajudar ?

Elaboração de projetos
Planejamento estratégico
Mobilização de recursos

Suporte na comunicação
Relatórios de atividades
Produção de conteúdo

Apresente sua causa para nós.

Nosso papel é ajudar sua entidade a juntar as peças.

Onde nos encontrar

✉ stacausa@stacausa.com.br
☎ (11) 94014-3972
f /santacausasocial

**Santa
causa**
boas ideias & projetos

www.stacausa.com.br

SUMÁRIO

INSPIRAÇÕES



7

Você já se sentiu pressionado?

ENTREVISTA



8

Jorginho

CROWDFUNDING



49

Vidas conectadas: CVV completa 54 anos de voluntariado no Brasil

DATA FILANTROPIA



88

Anúncios de sustentabilidade

MULTIPLICANDO O SUAS

Opinião

18 O sentido do vínculo humano

Resiliência

20 Entre o velame e a macambira

Sustentabilidade

22 Nosso mundo

SUAS Brasil Afora

24 Implementando o SUAS

Ficção

27 Curuquequecaca

12 RADAR SOCIAL

16 DIÁLOGO SOCIAL

72 PAINEL DE CONTROLE

75 FILANTROPIA RESPONDE

92 FIQUE LIGADO!

94 GERAÇÃO DE RENDA

96 REFLEXÃO

GESTÃO SOCIAL

Ponto de Vista

28 Unindo investidores e projetos

Comunicação

36 Pelo fim dos remédios milagrosos

38 Comunicador: como ser um agente de mudança

Captação de Recursos

40 Doação e solidariedade em alta

43 Arquitetura da Escolha

Gestão

47 Sistemas de informações gerenciais

Volunturismo Empresarial

51 Uma nova oportunidade para o voluntariado

Auditoria

54 Informações transparentes e de qualidade

Cultura de Doação

56 Pesquisa Doação Brasil apresenta o perfil dos doadores brasileiros

59 Brasileiro é um doador convicto

Filantropia

60 Fonif divulga estudo sobre contrapartida oferecida pelo setor filantrópico ao País

Recursos Humanos

62 Remuneração variável dos empregados

Contabilidade

67 Admissão, demissão e exclusão de associados e membros

Investimento Social

69 Como será o futuro do investimento social privado?



CAPA

O QUE VOCÊ PRECISA ESTÁ FORA DA CAIXA!

78

30

ESPECIAL

SOBRAS DE RECURSOS:
PLANEJAMENTO
INCONSISTENTE OU MÁ
GESTÃO DE PROCESSOS?



45

CROWDFUNDING

A EXPERTISE POR
TRÁS DE CADA
PROJETO



64

LEGISLAÇÃO



FILANTRÓPICAS
NO BANCO DOS RÉUS

FILANTROPIA

www.institutofilantropia.org.br

Rua Bela Cintra, 178 – Consolação – São Paulo – (11) 2626-4019

PRESIDENTE

Marcio Zeppelini

VICE-PRESIDENTE

Mauro Zeppelini

DIRETORA EXECUTIVA

Thaís Iannarelli

ATENDIMENTO

Amanda Manarim

Cinthia Mello

Leila Souza

EVENTOS

Rogério Costa

PROJETOS

Mauricio Dias Lopes

CONSELHO CONSULTIVO

Ana Carolina Carrenho

Ana Carolina Zanoti

Dal Marcondes

Daniel Cerqueira

Dulcinéia Reginato Francisco

Fagna Freitas

Giulliano Soares

Guilherme Reis

Jonas Leandro Flores

Mara Gabrielli

Marcelo Monello

Marco Iarussi

Marcos Biasioli

Maria Iannarelli

René Steuer

Rilder Campos

Rosana Pereira

CONSELHO DIRETOR

Danilo Tiisel

Felipe Mello

Marcelo Estraviz

Michel Freller

Ricardo Monello

Ricardo Oliveira

Rogério Martir

Rogério Paganatto

CONSELHO HONORIS CAUSA

Alfredo Norberto Fernandes

André da Silva

Cristina Zeppelini

José Mariano Zeppelini

Júlio Leme

Maria Helena Zeppelini

Rafael Baltresca

Reinaldo Oliveira

Roberto Carlos Latini

Silvia Weidman

INCENTIVADORES



APOIO INSTITUCIONAL



PARCEIROS ESTRATÉGICOS



REVISTA FILANTROPIA

ISSN 1677-1362

IDEALIZADORES



IMPRESSÃO



AUDITORIA DE TIRAGEM



TIRAGEM AUDITADA: 15.000 exemplares

EDITOR-GERAL: Marcio Zeppelini (43.722/SP) **EDITORA-CHEFE:** Thaís Iannarelli (MTB 46.415/SP)

EDITORA-ASSISTENTE: Paula Craveiro (MTB 39.316/SP) **REDAÇÃO:** Paula Craveiro | Luciano Guimarães

EDIÇÃO: Alexandre José de Assis | Karina Watanabe **IMAGENS ILUSTRATIVAS:** Shutterstock.com

CONSELHO EDITORIAL DELIBERATIVO: Marcelo Monello | Marcio Zeppelini | Marcos Biasioli | Mauro Zeppelini | Ricardo Monello

OUSADIA E CRIATIVIDADE COMO ALAVANCAS DA AÇÃO SOCIAL



THÁIS IANNARELLI
Diretora executiva
do Instituto Filantropia

Muitas vezes, realizamos o mesmo trabalho há tanto tempo que acabamos nos “acomodando” com o *modus operandi* adotado pelos diferentes departamentos e equipes. Se a coisa estiver caminhando — mesmo que a passos lentos, ou tomando muito tempo para ser concluída —, a tendência é que continuemos sempre a fazer tudo do mesmo modo.

Processos que são utilizados há anos tornam-se quase uma tradição em algumas instituições, como se não pudessem ser trocados ou alterados por já existirem há muito tempo. Mas o tempo passa, o mundo ao nosso redor muda e as formas de ganhar sustentabilidade precisam caminhar junto com essas tendências.

Pensar em maneiras de melhorar e agilizar processos já existentes, criar ferramentas novas para tornar mais eficiente nosso trabalho ou desenvolver novas formas de captação de recursos, por exemplo, são ações que requerem movimentos diferentes daqueles com os quais estamos habituados: demandam o uso da criatividade e o assustador ato de “sair da rotina”.

E é justamente nesse modo ousado de pensar — o famoso “fora da caixa” — que encontramos as oportunidades que podem causar uma reviravolta no nosso dia a dia de trabalho, ou que podem fazer com que equipes inteiras ganhem mais tempo para novos projetos, por terem facilitado uma atividade que antes ocupava muito tempo.

Em tempos de crise, então, nem se fala! É preciso se “virar nos 30” para manter uma organização sustentável: então, por que não pensar em projetos de geração de renda? Ou em fortalecer sua capacidade de captar com indivíduos? Ou, quem sabe, de potencializar sua presença on-line para atrair mais pessoas para a sua causa? As opções a explorar são muitas!

O importante é não ter medo de arriscar o novo — claro, sempre considerando o que é factível e a estrutura que temos para colocar este “novo” em prática. Com planejamento e coragem, iniciar novas atividades ou ousar mudar as que já existem não só traz novos ares ao ambiente de trabalho, como também motiva as pessoas ali presentes.

Então, o que trazemos nesta edição é um convite à reflexão: que tal abusarmos da criatividade e da inovação, por meio do que o mundo atual tem a nos oferecer, buscando melhores resultados para nossa atuação no trabalho? Vamos pensar juntos?

Boa leitura!



MARCIO ZEPPELINI
Presidente
do Instituto Filantropia

Plantamos sonhos e colhemos conquistas.

O ano de 2016 deixará muitas marcas positivas para o **Instituto Bancorbrás**. Os programas e projetos empreendidos pelo Instituto fizeram a diferença na comunidade e, principalmente, na vida das pessoas. Como o projeto **Educar Para a Vida**, que capacitou 360 jovens de baixa renda do Distrito Federal. Outra grande conquista foi a formatura de dois beneficiados do programa **Adote um Estudante**. Já no programa **Saúde do Planeta**, um número recorde foi alcançado: mais de 30 mil mudas doadas. O Instituto também fez a diferença na vida de 350 idosos do DF, por meio do programa **Esporte e Qualidade de Vida**. Esse ano, a Bancorbrás renovou todo o enxoval dos apartamentos próprios, nos Hotéis de Caldas Novas-GO. Com a troca, as peças antigas foram doadas para instituições sociais. Foram aproximadamente 10 mil peças, que incluem lençóis, cobertores, toalhas, travesseiros, entre outros itens.

Muitos objetivos foram traçados e grandes resultados foram obtidos, graças ao esforço e a colaboração de todos os envolvidos.





◀ **MARCIO ZEPPELINI** é presidente do Instituto Filantropia, produtor editorial, jornalista e empreendedor. É editor da Revista Filantropia e diretor executivo da Zeppelini Editorial. Idealizou a Diálogo Social, a Diálogo Digital e a Rádio Tom Social. É palestrante motivacional e de temas relacionados à Comunicação, Desenvolvimento Pessoal, Terceiro Setor e Criatividade.

VOCÊ JÁ SE SENTIU PRESSIONADO?

SEU TEMPO ACABOU

Ele era o presidente de uma das maiores agências de publicidade, e eu, um jovem consultor administrativo. Eu tinha sido indicado por um de seus funcionários, que tinha visto meu trabalho e achado que eu tinha algo a oferecer. Eu estava nervoso. Nesse estágio da minha carreira, não era sempre que eu tinha a oportunidade de falar com o presidente de uma companhia.

A reunião estava marcada para as dez da manhã e deveria durar uma hora. Cheguei cedo. Às dez em ponto fui levado a uma sala grande e arejada, com móveis estofados de um amarelo vivo.

As mangas de sua camisa estavam dobradas e a expressão de seu rosto era severa.

– Você tem apenas vinte minutos – falou rudemente.

Fiquei sentado ali, sem dizer uma palavra.

– Eu disse que você tem apenas vinte minutos.

Novamente, nem uma palavra.

– Seu tempo está se esgotando. Por que não diz nada?

– Os vinte minutos são meus – respondi. – Posso fazer o que quiser com eles.

Ele deu uma gargalhada. Depois disso, conversamos por uma hora e meia. Consegui o emprego.

Do livro: Espírito de Cooperação no Trabalho.¹

QUANDO PRESSIONADO, RESPIRE!

É comum nos “apertarmos” em alguma situação – seja no trabalho, seja em um relacionamento amoroso ou até mesmo na rua, sob alguma acusação infundada. Sei que isso parece difícil, mas o melhor a fazer nessa hora é respirar e, calmamente, pensar no que você **NÃO FARIA** nesse momento. Talvez essa seja a solução – ou, quiçá, uma pista do caminho que você deve seguir.

O nervosismo faz parte de nosso complexo sistema de auto-defesa. É uma reação psicossomática controlada por uma região cerebral chamada hipotálamo. Se a reação é involuntária, a boa notícia é que, em no máximo 90 segundos, não há mais reação fisiológica, e é o nosso consciente que passa a controlar a situação – isto é, você pode determinar como pretende terminar tal situação, seja ela qual for.

Essa é uma teoria inspirada em uma neurocientista americana que adoro – Jill Boyle Taylor. E, depois que li sua pesquisa, passei a adotar a técnica de “deixar passar” a raiva, o medo, a ansiedade (acreditem: para mim, leva bem menos de 90 segundos). A partir daí, o comando é integralmente meu!

Não sei se a história do jovem consultor é real ou ficção – não importa. O que precisamos fazer é nos reinventar em situações inusitadas. Fazer aquilo que não seria comum, pois só com a criatividade e com a abertura a mudanças poderemos ter resultados diferentes do que estamos tendo no dia a dia.

Daí lhe pergunto: seu chefe está lhe dando só “20 minutos”? Seu cliente está lhe pressionando? E o gerente do banco?

Faça o melhor que lhe vier à cabeça – só não deixe o nervosismo tomar conta. Só assim seu cérebro terá condições de criar soluções!

Abraços sustentáveis,

Marcio Zeppelini



¹ CANFIELD, J.; HANSEN, M. V.; ROGERSON, M.; RUTTE, M.; CLAUSS, T. *Espírito de Cooperação no Trabalho*. São Paulo: Cultrix, 1996.



FOTO: STAFF IMAGES

DO SONHO À REALIDADE

Ex-jogador de futebol e presidente do Instituto Bola Pra Frente, Jorginho conta como a união entre esporte e educação possibilita a criação de cidadãos conscientes e responsáveis

Por Paula Craveiro

Criado em 2000 pelo tetracampeão mundial de futebol **Jorge de Amorim Campos**, Jorginho, o Instituto Bola Pra Frente utiliza o esporte como ferramenta para o desenvolvimento social em comunidades socialmente vulneráveis dos bairros de Guadalupe e Deodoro, na Zona Norte do Rio de Janeiro.

Desde a sua fundação, já foram atendidos mais de 15 mil crianças e jovens com idades entre 6 e 17 anos, regularmente matriculados na rede pública de ensino e residentes em uma das seis comunidades beneficiadas no entorno do Instituto (Conjunto Presidente Vargas, Triângulo, Coreia, Ferroviária, Muquiço e Vila Eugênia). Atualmente, cerca de 400 crianças e adolescentes fazem parte dos projetos desenvolvidos.

A evolução desses jovens é acompanhada por meio de parcerias com as escolas locais, de modo a garantir que as ações realizadas pelo Instituto gerem impactos reais e positivos no rendimento em sala de aula e na redução da evasão escolar. A intenção do Bola Pra Frente é impactar todas as áreas da vida de crianças e adolescentes beneficiados pelos projetos – família, escola, comunidade, saúde e meio ambiente – e, como consequência, proporcionar um futuro melhor para eles.

Nesta edição da **Revista Filantropia**, batemos um papo com o Jorginho, que explicou como funciona a tecnologia social desenvolvida pelo Instituto e comentou os desafios do dia a dia. Confira!

Revista Filantropia: Como surgiu o interesse em criar o Instituto Bola Pra Frente?

Jorginho: O Bola Pra Frente surgiu a partir de um sonho que tive na infância. Aos 11 anos de idade, sonhei que tinham construído uma Disneylândia no campo de várzea onde eu jogava bola, em frente à minha casa, no Conjunto Presidente Vargas, em Guadalupe. Acordei eufórico, corri até a janela e fiquei muito decepcionado quando vi que aquilo não era real e que tudo continuava do mesmo jeito. No entanto, aquele sonho me marcou profundamente. Cerca de 25 anos depois, naquele mesmo campo, foi construído o Instituto Bola Pra Frente, que há 16 anos vem motivando crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social a sonharem com um futuro melhor. Além de incentivar os sonhos, o Instituto aponta caminhos para que eles se tornem realidade por meio do esporte, da educação, da arte, da cultura e da qualificação profissional.

RF: Qual é a missão do Instituto?

Jorginho: O Bola Pra Frente tem a missão de educar crianças, adolescentes e suas famílias para o protagonismo social, utilizando o esporte como principal ferramenta impulsionadora da construção de valores em prol da promoção social. Além disso, queremos ser referência para a sociedade na formação de cidadãos éticos e íntegros, bem como sermos reconhecidos como um dos melhores institutos em esporte educacional.

RF: O que significa o conceito de “esporte educacional”?

Jorginho: A combinação do esporte com educação, em um processo de desenvolvimento integral, dita uma direção no

comportamento das crianças e dos adolescentes participantes, que os levarão a atuar de maneira consciente, eficiente e responsável em suas vidas. Há um permanente estímulo, por parte dos educadores do Bola Pra Frente, para que essa direção de comportamento seja assumida pelos próprios alunos, e não imposta, conscientizando-os quanto à informação e à formação. Informação como conhecimento da realidade, e formação como maneira de agir, que deve ser responsável, avaliando as consequências de seus atos.

RF: Como funciona o processo educacional desenvolvido pelo Bola Pra Frente?

Jorginho: Somos comprometidos com a educação permanente, que consiste no processo continuado de desenvolvimento individual, de modo a conduzir as crianças e os adolescentes na busca por competências pessoais, profissionais e sociais, que lhe serão úteis por toda vida. Buscamos ensinar a esses jovens a importância do aprendizado contínuo, não se limitando ao conhecimento técnico, mas também ampliando suas relações com os outros, com o meio e com o trabalho. A educação permanente pressupõe o aprendizado de conhecimentos, conceitos e atitudes que vão além da sala de aula, mas também de elementos essenciais na educação formal, que servirão de base para o melhor aproveitamento em todas as disciplinas.

Nossa linha de intervenção pedagógica está ancorada na promoção de atividades que desenvolvam a leitura e a escrita, combatendo e prevenindo o analfabetismo funcional. Pesquisas apontam que a criança que lê e tem contato com a leitura desde cedo é beneficiada em diversos sentidos: ela aprende mais, pronuncia melhor as palavras e se comunica melhor.



RF: Como funciona a tecnologia social desenvolvida pelo Instituto – metodologia de intervenção social?

Jorginho: A metodologia do Bola Pra Frente foi elaborada visando ao desenvolvimento integral das crianças e dos adolescentes atendidos. Essa integralidade só é possível de duas maneiras: se o ensino por meio do movimento fizer parte do processo educacional e se estiver intimamente conectado ao contexto social do nosso público beneficiado. Nesse sentido, perceber o nosso educando como um ser integral pressupõe, inicialmente, que não pode haver distinção entre seu corpo e sua mente. Para nós, o pensar é tão corporal como o correr. Desenvolvemos assim uma nova forma de tematizar o processo ensino-aprendizado, no qual a necessidade inerente do ser humano de se movimentar é respeitada e estimulada. Elaboramos um modelo de Educação Esportiva focado no desenvolvimento de habilidades psicomotoras e na formação de valores nas crianças e nos adolescentes, sem envolvê-los demasiadamente no processo de treinamento de uma modalidade esportiva. Dessa maneira, a atividade esportiva não é uma mera recreação, muito menos está focada no rendimento; ao contrário, deve apresentar compromissos sociopedagógicos que visem ao desenvolvimento integral do educando.

De modo complementar, acreditamos que outra base fundamental para um trabalho educativo e de conscientização é o estabelecimento de uma relação íntima e permanente com o contexto social em que vivem os educandos. Entendemos que o lado pedagógico não pode ser limitado apenas à sala de aula, devendo contemplar os principais núcleos nos quais eles estão inseridos: família, escola e comunidade. Por isso, temos a preocupação de utilizar, no processo ensino-aprendizagem, gêneros significativos que estão a todo tempo na vida do educando e que fazem sentido para eles. Neste contexto, o esporte é, sem dúvida, uma fonte de informação e interesse para um grande público, visto que sua prática é comum à realidade local e, ao mesmo tempo, universal.

RF: Como o Instituto é mantido?

Jorginho: Temos a alegria de contar com grandes parceiros que nos apoiam há anos, como a Nike e a Nestlé, entre tantos outros. E a cada ano temos conquistado novas e importantes parcerias. Esse apoio se dá por meio de patrocínios sociais, incentivos fiscais e doação de produtos e serviços. Nosso desafio agora é ampliar a captação de recursos para garantir o crescimento sustentável do Bola Pra Frente.

RF: Como o Instituto trabalha a questão da captação de recursos?

Jorginho: Além dos apoiadores, também realizamos eventos e jantares para captação de recursos, que contam com o envolvimento de personalidades e empresas interessadas em ajudar a



FOTO: SAMUEL SANTOS

Somos comprometidos com a educação permanente, que consiste no processo continuado de desenvolvimento individual, de modo a conduzir as crianças e os adolescentes na busca por competências pessoais, profissionais e sociais, que lhe serão úteis por toda vida.

nossa causa. Em breve, vamos lançar uma plataforma de captação para doações de pessoas físicas por meio do smartphone. Também temos em andamento um projeto de mobilização via redes sociais, que certamente fará toda diferença na maneira de captarmos recursos, além de intensificar as ações que visam à captação junto a pessoas jurídicas.

RF: Qual é o maior desafio enfrentado pelo Instituto em seu dia a dia e como ele é driblado?

Jorginho: Hoje, nosso maior desafio é ampliar a captação de recursos para garantir o crescimento sustentável do Bola Pra Frente e também construir o Centro de Capacitação, que vai representar um verdadeiro legado social para a nossa cidade.

O Centro de Capacitação é um projeto de ampliação da sede do Instituto Bola Pra Frente em Deodoro, Zona Norte do Rio de Janeiro. Trata-se de um centro de pesquisa, inovação, capacitação e reaplicação de tecnologias sociais, com foco no esporte educacional. O projeto foi provado pela Lei Federal de Incentivo ao Esporte e prevê a construção de 3.184 m² na nossa sede. Vamos construir salas de aula, cozinha industrial, refeitório, biblioteca, áreas de convivência e espaço para atendimento na área de saúde. Com esse projeto, ampliaremos o nosso atendimento e formaremos profissionais que atuem ou queiram atuar com a promoção social por meio do esporte, beneficiando ainda mais crianças e adolescentes em todo o Brasil. A expectativa é de que as obras sejam iniciadas em breve. 🇧🇷



DESCOMPLIQUE

A GESTÃO FINANCEIRA DE SUA ENTIDADE!

como funciona?

PAGAMENTOS

RECEBEMOS
AS CONTAS
POR E-MAIL



RECEBEMOS
OS DADOS DE
FATURAMENTO

ORGANIZAMOS
TODAS
AS CONTAS



EMITIMOS
NOTA FISCAL
E BOLETOS

AGENDAMOS
OS PAGAMENTOS
EM SEU BANCO



CONTROLAMOS
AS ENTRADAS
EM SEU BANCO

VOCÊ
AUTORIZA



VOCÊ
RECEBE

LANÇAMOS
NO SISTEMA
FINANCEIRO



CONCILIAMOS
TUDO NO
FLUXO DE CAIXA

ENVIAMOS
DOCUMENTOS À
CONTABILIDADE



ENVIAMOS
RELATÓRIOS À
CONTABILIDADE

PROVISIONAMOS
SALDOS
FUTUROS



ANALISAMOS
A SAÚDE
FINANCEIRA

RECEBIMENTOS

CONHEÇA:

www.tesoureiro.com | contato@tesoureiro.com



tesoureiro.com



LIXÕES A CÉU ABERTO AINDA FUNCIONAM EM MAIS DA METADE DOS MUNICÍPIOS BRASILEIROS

De acordo com a Lei n.º 12.305/2010, que estabelece a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), todos os municípios brasileiros deveriam acabar com seus lixões até 2014. Contudo, isso não aconteceu. De prorrogação em prorrogação, agora o prazo final é 31 de julho de 2018 para municípios da região metropolitana e 2019 para municípios de fronteira e os que contam com mais de 100 mil habitantes (com base no censo de 2010). Já as cidades que têm entre 50 e 100 mil habitantes terão de resolver essa questão até 31 de julho de 2020. Os municípios menores, com menos de 50 mil habitantes, devem estar de acordo com a lei até 31 de julho de 2021. Segundo levantamento do Ministério do Meio Ambiente realizado em 2015, apenas 2.215 municípios (40%) contam com aterro sanitário, enquanto 3.346 (60%) ainda continuam descartando seus resíduos sólidos em lixões. Estima-se que um aterro de pequeno porte receba diariamente até 100 toneladas de lixo; aterros de médio porte, cerca de 800 toneladas por dia; e os maiores chegam a receber mais de duas mil toneladas de resíduos sólidos por dia. Entre os principais impactos ambientais provocados pelos lixões estão a contaminação do solo e dos lençóis freáticos pelo chorume e a poluição do ar pelo biogás, formado pela combinação de gás carbônico (CO₂) com metano e vapor-d'água.

www.crbio01.gov.br

© U.S. DEPARTMENT OF STATE - HUMANITARIAN INFORMATION UNIT



Imagem de satélite da cidade de Marib, no Iêmen – 29/10/2015.

SATÉLITES AJUDAM A MONITORAR PATRIMÔNIO CULTURAL AMEAÇADO

Patrimônios culturais ao redor do mundo vêm sofrendo ataques intencionais, saques e efeitos de desastres naturais, além de danos colaterais. Muitas vezes, é difícil alcançar rapidamente as áreas atingidas para que seja possível monitorar a situação, planejar a restauração e prevenir danos de grande porte. Nesse cenário, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) e o Instituto para Treinamento e Pesquisa das Nações Unidas (Unitar, na sigla em inglês) firmaram parceria para acessar imagens de satélite que têm sido usadas na proteção de sítios no Iraque, na Síria, no Iêmen e no Nepal. Relatório recente elaborado pela parceria mostrou que a análise das imagens é uma ferramenta cada vez mais importante para avaliar o dano potencial aos sítios de patrimônios culturais da humanidade. O levantamento também examinou o sítio arqueológico de Nimrud, no Iraque. Comparando imagens de satélite feitas entre março e abril de 2015, a extensão e a localização do dano e da destruição causados pelo Estado Islâmico no Palácio do Rei Assurnasirpal II (883–859 a.C.) ficaram evidentes. No Nepal, depois do terremoto de abril de 2015, as imagens ajudaram a mapear quais templos e monumentos históricos de Catmandu permaneceram intactos, quais foram prejudicados e em qual extensão. Isso permitiu que especialistas avaliassem de maneira mais efetiva as ações necessárias e planejassem as medidas de reparação.

Download do relatório: http://j.mp/UNOSAT_relatorio2015

www.unitar.org/unosat

COMISSÃO DA CÂMARA APROVA OBRIGATORIEDADE DE TRADUTOR DE LIBRAS EM SALA DE AULA

A Comissão de Educação da Câmara dos Deputados aprovou proposta que torna obrigatória a presença de tradutor e intérprete de libras nas salas de aula dos ensinos básico e superior para viabilizar o acesso de alunos surdos à comunicação, à informação e à educação. A iniciativa está prevista no Projeto de Lei n.º 1.690/2015, do deputado Hélio Leite (DEM-PA). O texto acrescenta a exigência à Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (n.º 9.394/96). A proposta estabelece que o profissional também deverá atuar no apoio à acessibilidade nas atividades extraescolares e em processos seletivos para cursos oferecidos na instituição de ensino. Já aprovada pela Comissão de Defesa dos Direitos das Pessoas com Deficiência, a proposta ainda será analisada, de forma conclusiva, pelas comissões de Finanças e Tributação, de Constituição e Justiça e de Cidadania.

www.camara.leg.br



BANCOS PODERÃO TER DE FAZER CONTRATOS EM BRAILLE PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA VISUAL

Segundo o Projeto de Lei do Senado n.º 21/2016, apresentado pelo senador Fernando Bezerra Coelho (PSB-PE), as instituições financeiras serão obrigadas a disponibilizar contratos em braille para pessoas com deficiência visual. O texto, que altera a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência/Lei n.º 13.146/2015), está pronto para entrar na pauta de votação da Comissão de Meio Ambiente, Defesa do Consumidor e Fiscalização e Controle (CMA). De acordo com o projeto, o Código de Contratações e Abreviaturas Braille deve ser utilizado nos contratos de adesão e demais documentos para relação de consumo entre pessoas com limitação visual e instituições financeiras. Argumenta-se na proposta que a Lei n.º 4.169/1962, que tornou obrigatório o uso do braille, não deixou claro em quais situações o método deveria ser empregado. As normas precisarão entrar em vigor após 180 dias de publicação da lei. Após análise da CMA, o projeto será enviado à Comissão de Educação e, posteriormente, à Comissão de Direitos Humanos e Legislação Participativa. Nesta última, receberá decisão terminativa, podendo seguir direto para a Câmara dos Deputados, se for aprovado e não houver recurso para votação do texto pelo plenário do Senado.

 www12.senado.leg.br

REDES VAREJISTAS VETAM COMPRA DE CARNE DE ÁREA DESMATADA NA AMAZÔNIA

A rede de supermercados Carrefour anunciou, em agosto, seu compromisso com o desmatamento zero da Amazônia. Pelo acordo, alinhado com o Greenpeace, a empresa afirmou que monitorará sua rede de fornecedores de carne, especialmente os que estão no bioma, a fim de bloquear a compra de fazendeiros que tenham colocado gado em área desflorestada. O boicote é válido tanto para desmatamento ilegal quanto legal. Além do Carrefour, Pão de Açúcar e Walmart também fizeram anúncios semelhantes. As iniciativas reforçam o acordo firmado em 2009 entre o Ministério Público federal, produtores de gado da Amazônia e os três maiores frigoríficos do Brasil (JBS, Marfrig e Minerva) com o mesmo objetivo. Levantamento realizado em 2015 por pesquisadores independentes do Brasil e dos Estados Unidos mostrou que esse acordo foi uma política importante para ajudar a conter o corte de árvores. O trabalho alertou, porém, que ainda há problemas a serem resolvidos, como vazamentos (pessoas que desmatam e conseguem comercializar a carne vendendo para frigoríficos menores) e o fato de o monitoramento ainda não abranger toda a cadeia produtiva.

 <http://sustentabilidade.estadao.com.br>

PARA BRASILEIROS, CONSUMO CONSCIENTE É RESPONSABILIDADE DO CONSUMIDOR

Economia de energia elétrica, planejamento do orçamento familiar e realização de trabalhos voluntários estão entre as práticas de consumo consciente mais citadas pelos brasileiros, de acordo com a terceira edição da pesquisa *O Consumo Consciente no Brasil*, realizada pela Shopper Experience, que mapeou como o consumidor enxerga seu papel e as práticas adotadas pela empresa nos âmbitos ambiental, econômico e social. A percepção de 92% dos consumidores é de que essas e outras atitudes são de responsabilidade individual. No entanto, boa parte dos consumidores (88%) também acredita que a consciência é responsabilidade de empresas e governos. No contexto de crise, a doação a instituições de caridade também aparece entre os destaques, mas como um dos itens com menor citação; para 72% dos entrevistados, essa é uma das práticas ligadas ao consumo consciente no âmbito social, atrás de realizar trabalhos voluntários (89%) e evitar comprar produtos em empresas que fazem testes em animais (79%). O levantamento ouviu consumidores entre 21 e 65 anos, das classes A, B e C, moradores de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador, Recife, Fortaleza, Curitiba, Florianópolis e Porto Alegre.

 www.shopperexperience.com.br



FOTO: UNHCR



Cate Blanchett em visita a campo de refugiados sírios no Líbano

CATE BLANCHETT LANÇA FILME EM REDE SOCIAL PARA PROMOVER CAMPANHA EM PROL DOS REFUGIADOS

Em 12 de setembro, a atriz australiana Cate Blanchett lançou, pelo Facebook, um filme para pedir apoio à campanha e à petição *on-line* #ComOsRefugiados, da Agência da Organização das Nações Unidas (ONU) para Refugiados (ACNUR). A produção contou com a participação de outros atores, como Keira Knightley, Stanley Tucci e Kit Harington. O vídeo foi inspirado no poema *O que levaram com eles*, de Jenifer Toksvig, escrito com base nos testemunhos de refugiados sobre os objetos e pertences que carregaram consigo quando foram obrigados a abandonar suas casas. Também interpretam o poema no filme os atores Peter Capaldi, Chiwetel Ejiofor, Douglas Booth, Jesse Eisenberg, Neil Gaiman e Juliet Stevenson. O objetivo da iniciativa é mobilizar o público pela defesa dos direitos de todas as vítimas de deslocamento forçado. “Mais de 65 milhões de pessoas em todo o mundo têm sido forçadas a deixar tudo para trás e começar suas vidas de novo, do zero. Creio que o pouco que cada um de nós pode fazer é trabalhar em conjunto para assegurar que os refugiados encontrem condições básicas para construir novamente suas vidas: educação, um lugar seguro para viver e possibilidade de trabalhar”, disse Blanchett durante o lançamento. A petição, com mais de um milhão de assinaturas, foi entregue aos Estados-membros antes da Assembleia Geral da ONU sobre refugiados e migrantes, em 19 de setembro.

www.comosrefugiados.org

PROJETO GARANTE MAIS PROTEÇÃO PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES VÍTIMAS DE VIOLÊNCIA

Tramita na Câmara dos Deputados o Projeto de Lei n.º 3.792/2015, que garante mais proteção para crianças e adolescentes que tenham sido vítima ou testemunha de violência. A proposta é de autoria da deputada Maria do Rosário (PT-RS) com outros dez deputados e estabelece o sistema de garantia de direitos para esses jovens. “Nosso objetivo é que a criança e o adolescente vítimas de violência, no momento de seu depoimento, sejam escutados por pessoas especializadas e que essa escuta seja feita em uma sala também especialmente dedicada a isso, com a possibilidade de gravação do depoimento. É muito importante que essa gravação fique disponível em momentos posteriores, porque a criança não precisará ser ouvida várias vezes para que se encontre uma solução.” A deputada pretende evitar que a vítima tenha seu sofrimento prolongado por causa das formas de registro do testemunho que são utilizadas atualmente. Cerca de 18 mil crianças e adolescentes podem ter sido vítimas de violência sexual no Brasil em 2015, média de quase 50 casos por dia. Os dados são relativos aos registros do Disque-Denúncia Nacional. O projeto de lei também determina a criação de atendimentos telefônico e *on-line* para denúncias de abuso e de exploração sexual. A proposta aguarda criação de Comissão Especial que vai analisá-la.

www.camara.leg.br

APROVADO PROJETO QUE DESTINA RECURSOS DO FUNDEB A PRÉ-ESCOLAS FILANTRÓPICAS

A Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania aprovou em 31 de agosto o Projeto de Lei n.º 1808/2015, que admite as matrículas de pré-escolas comunitárias, confessionais ou filantrópicas, no cálculo da distribuição dos recursos do Fundo de Manutenção e Desenvolvimento da Educação Básica e de Valorização dos Profissionais da Educação (Fundeb) até o cumprimento integral das metas estabelecidas no Plano Nacional de Educação (Lei n.º 13.005/2014). Como tramita em caráter conclusivo, a proposta está aprovada pela Câmara e deve seguir para análise do Senado. As matrículas de crianças de 4 e 5 anos nessas escolas eram contadas em lei para os recursos enviados aos municípios, proporcionalmente ao número de alunos matriculados nas respectivas redes de educação pública. Com a abertura para escolas filantrópicas, essas vagas são pagas por meio de convênios, cujo prazo se encerrou em 2014. Segundo os dados do censo escolar feito pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep) em 2015, há cerca de 4,9 milhões de crianças de 4 e 5 anos matriculadas na pré-escola, mas estima-se que 600 mil crianças nessa faixa etária (12,2% do total) ainda não estão atendidas no país.

www.camara.gov.br



INDÍGENAS, NEGROS E MULHERES SÃO OS MAIS AFETADOS POR POBREZA E DESEMPREGO NO BRASIL

A Comissão Econômica para a América Latina e Caribe (Cepal) alertou, no início de novembro, que indígenas, negros e mulheres estão mais vulneráveis ao desemprego e à pobreza em países latino-americanos. No Brasil, índice de miséria entre os afrodescendentes chega a 22%, enquanto entre os brancos a média é de 10%. Com base em dados de 2014 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a Cepal calculou que a porcentagem de indígenas brasileiros vivendo em situação de pobreza extrema (18%) é seis vezes maior do que a proporção verificada no restante da população do País. Entre os negros, a taxa é menor (6%), mas representa o dobro do índice de indigência entre os brancos. As desigualdades nacionais acompanham padrões regionais. Em média, na América Latina, 37% dos indígenas e 34% dos negros fazem parte dos 20% mais pobres e a taxa de participação desses grupos nas camadas mais ricas equivale a aproximadamente metade dos índices calculados para os brancos. Na faixa etária dos 15 aos 29 anos, no Brasil, os homens brancos enfrentam índice de desemprego de 9,9%, ao passo que entre mulheres negras a taxa atinge 19,4%, mesmo a média de escolaridade variando apenas 0,2 ano entre os dois grupos (9,8 para homens brancos e para 9,6 para mulheres afrodescendentes). A Cepal estima que no Brasil, na Colômbia, na Nicarágua e no Panamá menos de 5% dos jovens indígenas do meio rural, com idade de 20 a 29 anos, possuem 13 ou mais anos de estudo.

📌 www.cepal.org

TODAS AS SALAS DE CINEMA DO PAÍS DEVERÃO TER ACESSIBILIDADE EM DOIS ANOS

De acordo com as regras definidas na Instrução Normativa n.º 128/2016, da Agência Nacional do Cinema (Ancine), publicada em 15 de setembro, todas as salas de cinema do país deverão oferecer recursos de acessibilidade para pessoas com deficiências visual e auditiva em todas as sessões comerciais. O prazo para a adaptação total é de dois anos, mas em 14 meses metade das salas de cada grupo exibidor deverá oferecer o recurso de legendagem, legendagem descritiva, audiodescrição e língua brasileira de sinais (libras) para quem solicitar. Com a norma, as salas de cinema terão de fornecer equipamentos como tablets, fones ou óculos que ampliam a tela e que ofereçam os recursos de acessibilidade. A tecnologia a ser implantada no Brasil ainda não foi definida, mas a Ancine montou uma câmara técnica para definir os padrões. O número mínimo de equipamentos individuais a ser disponibilizado varia conforme a quantidade de salas do complexo, indo de três equipamentos para uma sala a 15 equipamentos com 13 salas ou mais.

📌 <http://agenciabrasil.etc.com.br>

POLUIÇÃO CUSTA US\$ 4,9 BILHÕES POR ANO AO BRASIL

A poluição atmosférica já é a quarta causa de morte prematura no mundo, respondendo por 2,9 milhões de óbitos somente em 2013, conforme relatório divulgado no início de setembro pelo Banco Mundial e pelo Instituto de Métricas e Avaliação da Saúde (IHME, sigla em inglês). O problema custa à economia mundial US\$ 225 bilhões por ano. Ao Brasil, a despesa chega a US\$ 4,9 bilhões anuais. Se for considerada a mortalidade decorrente da poluição nos lares, principalmente resultante do uso de combustíveis sólidos para calefação ou cozinha, o total de vítimas sobe para 5,5 milhões no mundo. Somente no país, 62,2 mil pessoas perderam a vida em 2013 por problemas provocados pela poluição atmosférica. O país que apresenta o maior número de vítimas é a China, com 1,6 milhão de mortes provocadas pela poluição no período analisado. O relatório do Banco Mundial também mostra que a concentração de ozônio à qual a população mundial está exposta cresceu 8,9%, com diferenças marcantes entre países. Houve aumento de até 20% no Brasil, na China, na Índia, no Paquistão e em Bangladesh. Já nos Estados Unidos e na Indonésia, o índice registrou queda.

📌 www.worldbank.org/pt/country/brazil



PRONON E PRONAS/PCD: INCENTIVOS FISCAIS E OPORTUNIDADES PARA A ÁREA DA SAÚDE

Projetos para a saúde são, na maioria dos casos, dependentes de grandes investimentos públicos. Entretanto, investimentos privados por meio da captação de patrocínios, utilizando leis de incentivo fiscal, são possibilidades bastante viáveis. Quando uma organização busca recursos, é essencial que seus gestores conheçam muito bem a Portaria nº 1.550/2014, do Ministério da Saúde. Ainda centro de muitas discussões e dúvidas, esta legislação redefiniu as regras e os critérios para o credenciamento de instituições e para apresentação, recebimento, análise, aprovação, execução, acompanhamento, prestação de contas e avaliação de resultados de projetos no âmbito do Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica (Pronon) e do Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência (Pronas/PCD). Neste treinamento, os participantes aprenderão a desenvolver estratégias para buscar recursos, compreendendo, na prática, o *modus operandi* do financiamento para a área da saúde e as fases do processo de captação, de modo a ampliar as possibilidades de viabilizar tais projetos.

📅 **Data: 16 de fevereiro de 2017, das 9h às 18h**

Palestrante: Suellen Moreira

REVISÃO ESTATUTÁRIA E ELABORAÇÃO DE REGIMENTOS INTERNOS COM BASE NA GOVERNANÇA

A grande velocidade com que ocorrem as mudanças na sociedade, nas legislações e nas políticas sociais acaba desatualizando, com o decorrer do tempo, o estatuto das entidades sem fins lucrativos. Ao mesmo tempo, este problema leva à perda de oportunidades para a obtenção de recursos, já que o documento pode não ter, por exemplo, cláusulas necessárias para imunidades, isenções, programas de financiamento como o FIA/Fumcad, Lei Rouanet, Incentivo ao Esporte, venda de produtos, entre outras atividades. Atualizá-lo é necessário, mas o que é necessário mudar? Este treinamento apresentará as regras estatutárias e exemplos jurídicos mais adequados para fundações, associações e institutos, demonstrando aos participantes as cláusulas estatutárias específicas necessárias para a obtenção de recursos, benefícios e incentivos fiscais. Apresentará também as melhores práticas e exemplos para facilitar a criação de regimentos internos, regulamentos de compras, contratações e demais regulamentações internas. De forma bastante prática e enriquecido com exemplos reais, serão detalhadas também as vantagens e as cláusulas específicas relacionadas aos títulos e qualificações concedidos pelo poder público. Da mesma forma será possível aprender como adaptar o estatuto social e as demais regulamentações internas ao novo Marco Regulatório do Terceiro Setor (Lei nº 13.019/2014, alterada pela Lei nº 13.204/2015) e as melhores formas estatutárias para remuneração de dirigentes e funcionários e, com casos práticos, mostrará como criar, revisar ou consolidar um estatuto social.

📅 **Data: 20 de março de 2017, das 9h às 18h**

Palestrante: Danilo Tiisel



EDUCAÇÃO INTEGRAL: CONCEITOS E IMPLEMENTAÇÃO

Metas nacionais, a elaboração e a avaliação de projetos e de programas de educação integral precisam ser bem formatadas e transparentes, especialmente porque envolvem organizações sem fins lucrativos, poder público e empresas. Neste treinamento, os participantes encontrarão as bases técnicas principais para implementar com baixo custo e otimização de recursos, ações em rede que ampliam os processos educativos de crianças e de adolescentes e fortalecem o desenvolvimento comunitário sustentável.

📅 **Data: 14 de março de 2017, das 9h às 18h**

Palestrante: Carol Zanotti

SPED E ESOCIAL: A PRÁTICA NO TERCEIRO SETOR

Obrigações fiscais das mais complexas já surgidas na história do país, o Sistema Público de Escrituração Digital (Sped) e o eSocial – projeto do Governo Federal que veio para unificar o envio de informações pelo empregador em relação aos seus empregados – continuam gerando muitas dúvidas nos gestores de empresas e organizações sociais. Com exemplos práticos, este treinamento tem como objetivo abordar esta sistemática de maneira prática (por onde começar e como fazer), especificamente no Terceiro Setor, procurando quebrar paradigmas naturais da mudança, inclusive com o preenchimento das telas dos programas, como estudo prático.

📅 **Data: 9 de março de 2017, das 9h às 18h**

Palestrante: Priscilla Brandolt e Tatiane Balhes



FÓRUM INTERAMERICANO DE FILANTROPIA ESTRATÉGICA (FIFE 2017)

A próxima edição do Fórum Interamericano de Filantropia Estratégica (FIFE 2017) acontecerá entre os dias 4 a 7 de abril de 2017, em Foz do Iguaçu (PR). O evento contará com mais de cem atividades oferecidas durante os quatro dias. A ideia do FIFE é reunir palestrantes de renome com *expertise* em temas relacionados à gestão e oferecer aos participantes a oportunidade de estabelecer uma rede de conhecimento, aprendizado e crescimento profissional. Serão diversos palestrantes em três dias de intensas atividades, reunindo temas voltados à gestão de organizações sociais, culturais, ambientais, educacionais e de saúde, englobando temas como contabilidade, certificações, comunicação, legislação, captação de recursos, auditoria, voluntariado, entre outros assuntos importantes à gestão social.

📅 **Data: 4 a 7 de abril de 2017, em Foz do Iguaçu/PR**

Palestrantes: Aline Morais, Amanda Rieseberg, Ana Carrenho, Aurimar Ferreira, Carla Oliveira, Carol Zanoti, Danilo Jungers, Danilo Tiisel, Fabiana Dias, Felipe Mello, Flávia Lang, Giulliano Soares, Gonzalo Ibarra, Guilherme Maciel, Guilherme Reis, Janine Saponara, Jorge Abrahão, Jorge Alvarez, José Alberto Tozzi, Karina Isoton, Leonor Sá Machado, Lucimar Ferreira, Marcelo Estraviz, Marcelo Monello, Marcio Zeppelini, Marco Aurélio Almada, Marco Iarussi, Marcos Biasioli, Marcos Gross, Maria Iannarelli, Michael Mary Nolan, Michel Freller, Rafael Públio, Régis Ferreira, Renata Lima, René Steuer, Ricardo Falcão, Ricardo Monello, Rilder Campos, Roberto Ravagnani, Rogério Mártir, Rogério Paganatto, Rosana Pereira, Sérgio Monello, Thaís Iannarelli, Warley Dias, Wellington Nogueira e William Ferraz.

GESTÃO DE ASSOCIADOS: COMO CONQUISTAR, ENGAJAR E MANTER

Donas de um papel fundamental na sociedade moderna, as associações sem fins lucrativos organizam interesses e demandas sociais, buscam soluções para os problemas da sociedade e permitem que pessoas e organizações se unam para cumprir sua missão. A característica fundamental desse tipo de organização é a existência dos associados, que agem ao mesmo tempo como “donos” e voluntários. No entanto, muitas associações têm dificuldade em recrutar novos membros ou manter e engajar os já existentes. Neste curso serão apresentados exemplos práticos e promovidas discussões sobre a importância da gestão associativa, atividades que fornecerão elementos para a criação de um plano de gestão para o êxito desta relação.

📅 **Data: 21 de fevereiro de 2017, das 9h às 18h**

Palestrante: Fernando Nogueira

7 de março

LinkedIn: Ferramenta de relacionamento e captação de recursos

8 de março

Como se inscrever (e vencer) premiações socioambientais

LBI - Lei Brasileira de Inclusão – Definições e Oportunidades

9 de março

Desenvolvimento estratégico de projetos de impacto

10 de março

Envelhecer no Brasil no século XXI – desafios e alternativas

Media Training e relacionamento com a imprensa

14 de março

Educação Integral: conceitos e implementação

15 de março

Diálogos Filantropia: Seminário Itinerante do Terceiro Setor

CMDCA em 4 etapas: Registro, projeto, captação e prestação de contas

16 de março

Atualização Multiprofissional em Cuidados Paliativos

17 de março

Diálogos Filantropia: Seminário Itinerante do Terceiro Setor

Elaboração de projetos para editais da União Europeia

20 a 21 de março

Trabalho social e desenvolvimento comunitário

Informações e inscrições - www.institutofilantropia.org.br

MULTIPLICANDO O SUAS



O SENTIDO DO VÍNCULO HUMANO

O Homem, a partir do que é, do que tem ou do que representa, tem sempre a probabilidade de ser feliz. Bem mais feliz.

Para a construção do caminho que leva à felicidade, relaciona-se com o outro e, muitas vezes, cria um vínculo, a união que forma uma unidade por si. Ele dá sentido ao vínculo a partir do que ele é, de sua capacidade de ser cada vez mais convivente por definição. E saber quem é esse Homem é a questão.

O Homem é um ser que primeiramente racionaliza os seus sentimentos para, então, viver uma experiência humana, ou ele utiliza primeiro os seus sentimentos para viver a experiência humanista e criar um discurso racional? Quem é esse Homem que tem a necessidade do vínculo para ter relações sociais e, assim, dar um sentido à sua própria vida?

A vida é efêmera no planeta, mas, ao longo da história, em que impérios surgiram e desapareceram, está carregada de significados.

Tudo está em um constante movimento, como se não houvesse um ponto fixo para se apoiar. Assim, cada um de nós precisa constituir vínculos para dar uma continuidade segura à solitária jornada existencial. O Homem é singular; só ele conhece a sua própria história, que é individual e única.

Em um primeiro momento, o Homem frui para si. Só em um segundo momento ele se torna capaz de fruir para o outro, como se transcendesse a sua própria existência. O vínculo se materializa a partir da transcendência humana, que é um ir além de si mesmo, não estar preso em seu próprio Eu. Ser capaz de construir pontes para criar o novo, o inesperado, o incalculável. Nessas relações eminentemente humanas o Homem tem se inspirado para superar os desafios, e tudo começa quando se tem um vínculo entre os viventes, sejam dois ou mais envolvidos, que se tornam quase um se o vínculo acontece.

E qual é o significado do vínculo entre essas pessoas?



◀ **KELLER REIS FIGUEIREDO** é estudante do sexto semestre do curso de Licenciatura em Filosofia na Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação (Fapcom).



O Homem se move com vistas a um fim. O intelecto aprende a realidade e seus fins. A vontade depende do conhecimento do propósito para se manifestar em uma ação. E o fim último do Homem é o bem, que o intelecto reconhece como verdade, ou seja, o conhecimento da verdade.

O verdadeiro e o bom se penetram reciprocamente, porque o verdadeiro é certo bem, e todo bem é verdadeiro; por isso, o bem pode ser considerado como uma cognição especulativa, se se considerar apenas a sua verdade. [...]

E o bem pode também ser considerado praticamente, se se considera como bom, ou seja, se é considerado como o fim do movimento ou da operação. (DE VERITATE *apud* ALVES, 2015)

Segundo Alves, “a razão teórica conhece a verdade, a prática conhece o bem”. Ou seja, o conhecimento se faz de forma especulativa ou prática. A primeira ocorre pela reflexão e pelo estudo, enquanto a segunda pela vivência da realidade existencial. Assim, o vínculo entre duas pessoas pode acontecer de forma abstrata ou material, com o objetivo de se alcançar um bem maior.

A sustentabilidade e a longevidade do vínculo humano só são possíveis se forem verdadeiras, envoltas por transparência e sinceridade

Para o vínculo entre duas pessoas ser duradouro, precisa estar fundamentado na verdade, que se destina ao bem. A sustentabilidade e a longevidade do vínculo humano só são possíveis se forem verdadeiras, envoltas por transparência e sinceridade. Não há futuro na mentira, que obscurece a verdade e traz a confusão. O Ser para Ser, não pode Não-Ser.

Para ser feliz e estar bem só há um caminho. A dualidade do Ser é uma mentira, que não revela o pleno e infinito bem, o fim que motiva e tem como destino toda a ação humana. Vincular-se é agir com vistas a uma finalidade, que é o bem. 📖

REFERÊNCIA

ALVES, A. M. R. *Ser e dever-ser*: Tomás de Aquino e o debate filosófico contemporâneo. São Paulo: Instituto Brasileiro de Filosofia e Ciência “Raimundo Lúlio” (Ramon Llull), 2015.



ENTRE O VELAME E A MACAMBIRA

*Por Joelson Honorato dos Santos Silva**

Quem nunca passou por alguma situação de adversidade na vida? Todos nós já passamos ou passaremos algum dia por situações dessa ordem, porém, a forma como enfrentamos tais situações é que faz a diferença entre seguir ou não em frente.

Adversidades são situações que temos dificuldade de superar ou resolver. Carlos Drummond de Andrade certa vez escreveu: “A dor é inevitável. O sofrimento, opcional”. Essa lucidez do poeta, a seu modo, fala de resiliência.

Resiliência é um termo que tem sua origem na Física, o qual caracteriza a capacidade de um material que sofre um impacto e consegue voltar ao seu estado natural. Dessa forma, a resiliência é a capacidade que uma pessoa tem de passar por situações adversas e se recuperar; é reconhecer a dificuldade e a queda, enfrentar, superar e continuar caminhando. O foco principal é a força humana diante de acontecimentos desagradáveis e como a esperança pode auxiliar na evolução diante dessas dificuldades.

*Psicopedagogo, técnico de referência do Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos do município de Matinhas, na Paraíba. Participou como convidado da XX Semana de Formação Profissional promovida pela Federação de Entidades Assistenciais de Santo André (Feasa), em 2016, gentilmente atendendo à solicitação do Núcleo Paulus de Formação, Pesquisa e Disseminação Social.

O ser humano somente comprova sua capacidade de enfrentar um problema quando realmente precisa passar por ele. Quaisquer que sejam as necessidades de superações, as limitações são muito mais psíquicas do que reais

SUPERAÇÃO DE OBSTÁCULOS

Sou fã das músicas do cantor paraibano Flávio José. Quando Petrúcio Amorim compôs *Tareco e mariola* – interpretada pelo referido cantor –, foram justamente as dificuldades que ele passou na vida que o impulsionaram a compor a música. Mas nem por isso ele desanimou; ao contrário, fez das pedras que lhe atiraram o alicerce sólido de sua fortaleza. Isso me faz lembrar os obstáculos que todos nós enfrentamos diariamente e que muitas vezes não sabemos como superar.

A realidade apresentada pelos grupos sociais menos favorecidos é permeada por muitos conflitos e situações que necessitam de certos cuidados. É no confronto entre as características individuais e familiares, como ciclo de vida, tipo de arranjo familiar, escolaridade, renda, formas de inserção no mercado de trabalho e condições de saúde, que se definem suas efetivas condições de vida e possibilidades de mobilidade social.

Comparo nosso trabalho com o velame e a macambira, duas plantas tipicamente brasileiras, bastante resistentes às duras secas e com propriedades medicinais. Ao compará-las com as pessoas, refiro-me justamente ao poder que ambas possuem de resistir a diversas situações que fazem com que fiquem desestimuladas ou desacreditadas.

Aprender a lidar com as adversidades e superá-las é o que nos faz ser quem somos. Cada desafio e dificuldade que enfrentamos com êxito serve para fortalecer a nossa força de vontade, confiança e capacidade de vencer os obstáculos futuros. Devemos levar em consideração que a resiliência não pode ser confundida com invulnerabilidade ou acomodação; ninguém é super-homem. Todos nós caímos, todos nós erramos, todos nós nos abatemos, mas temos a capacidade de levantar e de recomeçar.

NÃO SABES TU QUE EU JÁ TIREI LEITE DE PEDRA

Este ditado popular significa a realização de algo muito complicado, em condições difíceis, para se conseguir bons resultados. Na sociedade atual, as mudanças e as adversidades ocorrem quase instantaneamente, exigindo contínuo esforço para a adaptação.

O resiliente apresenta a objetividade e a determinação como suas características mais marcantes. Ele, o indivíduo resiliente, não coloca em foco o problema, mas procura encontrar uma solução para ele. Isso não significa que não se sinta abalado ou sofra com a situação, mas, sim, que ele consegue dominar facilmente seus sentimentos, mobilizando toda energia para resolvê-lo e está em constante atualização. Tenho a convicção de que para enfrentar as situações difíceis é necessário primeiro tirá-las do campo

emocional e transferi-las para o campo racional, a fim de lidar de maneira prática com elas.

O interessante é que os resilientes conseguem achar um sentido para toda a adversidade. Muitas pessoas, ao passarem por mudanças, têm a sensação de que o mundo vai acabar, mas percebem que a vida é maior que isso. Parece simples, mas a esperança é o ingrediente número um que possibilita à pessoa nocauteada por algum acontecimento traiçoeiro retornar ao seu estado normal de vida.

Um fato é verdadeiro: o ser humano somente comprova sua capacidade de enfrentar o problema quando realmente precisa passar por ele. Quaisquer que sejam as necessidades de superações, as limitações são muito mais psíquicas do que reais. Há muito mais preocupação em se identificar um motivo para não fazer algo do que em ver os bons resultados que serão obtidos caso seja realizado.

QUEM É VOCÊ PRA DERRAMAR MEU MUNGUNZÁ?

Sabemos que é praticamente impossível não passar pelas adversidades, pois elas são inerentes a qualquer ser humano e podem desencadear um processo positivo de construção a partir da vivência das pessoas.

Para crescermos, é essencial decidirmos evoluir e, para que isso aconteça, temos que passar por momentos que nos desafiem, amedrontem e até mesmo que nos façam parar. No entanto, é necessário seguir olhando para a frente com foco no futuro. Futuro este que nos levará além e que nos fará crescer.

“Quem é você pra derramar meu mungunzá?”, disse o poeta Petrúcio Amorim. A realidade do dia a dia não pode ser local de indiferença ou de fugas, pois o amadurecimento e o crescimento dos indivíduos acontecem com o enfrentamento dessa realidade. Todavia, esses enfrentamentos e as pequenas conquistas são necessários para a evolução das pessoas. Como afirma o próprio Petrúcio, “(...) às vezes o ‘sim’ constrói, mas o ‘não’ constrói muito mais, porque ele engrandece a gente, porque fortalece, nos dá coragem (...)”. E assim, mesmo com as portas fechadas e recebendo vários “nãos”, nunca desistiu de seguir em frente.

Assim, podemos ter a capacidade de desfrutar do êxito e sofrer com os fracassos, e construir com base em ambos. Dentro dessa perspectiva, um indivíduo resiliente é capaz de acreditar em suas potencialidades e demonstrar sentimentos positivos com relação a si mesmo. Além disso, é capaz de estabelecer metas e traçar estratégias para conseguir bons resultados, mesmo quando fracassa. 📌



NOSSO MUNDO

Explicando às nossas crianças a importância do respeito socioambiental

*Por Pedro Figueiredo de Moraes**

Este texto¹ é dedicado a todas as pessoas que se importam com o futuro e sabem que nem sempre colherão aquilo que plantam hoje, mas que farão o bem a outras pessoas. Aos que entendem que dispor de seu tempo e energia não é uma atitude perdida, mas sim uma grande ajuda ao futuro.

O planeta Terra é muito bonito, com vegetação variada, inúmeras espécies de animais e plantas, com montanhas, cachoeiras, lagos, rios, vales e muitas características que a natureza nos oferece. Há também muitos tipos de climas; além de lugares frios e quentes, existem ainda os secos, os úmidos, aqueles em que neva e que possuem muitas mesclas de climas durante o ano inteiro. Os tipos de solo também são variados; há plantas, flores, alimentos e animais que nascem em um lugar, mas não em outro.

Neste planeta, além da água, do solo, das plantas, flores e animais, temos algo muito importante para a nossa vida: o oxigênio. Precisamos de ar para respirar, e o nosso planeta nos oferece muito disso. As plantas, por meio de vários processos, produzem o oxigênio que precisamos e, em troca, ficam com o ar que expiramos — o dióxido de carbono —, o qual utilizam para fabricar o nosso oxigênio. Sem as plantas não temos o ar necessário para respirar, por isso elas são tão importantes. Além disso, elas podem nos proteger do sol, criando sombras, e também guardar água para nos hidratarmos. Algumas dão frutos para nos alimentar e preservam o solo, servindo de moradia para alguns animais. Além disso, algumas são muito bonitas e perfumadas.

A vida e a imensa diversidade na Terra não seriam possíveis sem a água, sem as plantas, flores, frutas, nem sem os diferentes climas

*Psicólogo, orientador social e responsável pelo Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos "Formando Cidadãos", na Paulus, Vila Mariana, São Paulo (SP).

¹Este texto é utilizado no trabalho cotidiano com crianças e jovens.

Educação é o conjunto de valores e de princípios que possuímos, que nos guiam diariamente para que nossas escolhas sejam boas e não prejudiquem ninguém

ou sem o ar. A natureza nos oferece isso tudo e de graça. Não temos que pagar nada por isso, que é tão básico e importante à nossa sobrevivência. Só possuímos uma tarefa: cuidar para que tudo continue a existir e nascer.

Infelizmente, não são todas as pessoas no nosso planeta que pensam em cuidar do que temos. Muitos cortam árvores para vender a madeira; cortam plantas e flores dos seus lugares de origem e não as replantam, o que faz com que a terra perca os nutrientes, fique seca e impede que haja outra plantação no lugar; matam os animais por diversão ou para arrancar a pele, penas, chifres e dentes, e assim muitas espécies acabam sendo extintas. Muitas pessoas gananciosas querem ter a natureza só para elas, maltratando os pássaros e os mantendo em pequenas gaiolas, onde não podem voar, ou peixes em pequenos aquários. Muitos animais são retirados de suas famílias e crescem tristes.

E, como se não bastasse a crueldade com animais, plantas e árvores, também há pessoas que poluem o ar e a água. Jogam lixo nos rios e mares; utilizam máquinas e combustíveis que destroem o ar e o tornam tóxico. Há os que arruinam pedaços enormes do solo para erguerem casas e prédios sem necessidade, arrancam plantas e árvores com dezenas, centenas e até milhares de anos para construir uma rua; asfaltam rios e lagos. Há empresas que despejam seus lixos tóxicos em mares e rios; empresas que poluem o ar e causam mudanças de temperatura e diminuem a biodiversidade.

Não precisamos de mais guerras, mais brigas, mais pessoas tirando o que é do outro. Não carecemos de ofensas, insultos e humilhações. Não necessitamos de pessoas sendo prejudicadas por serem como são, por terem um determinado tipo de cabelo, cor de pele e sotaque. Todas as pessoas são livres para escolherem suas religiões e segui-las, sem ameaçar quem não concorda com sua opção ou forçar outros a acreditar no mesmo que elas, assim como não devem ser ameaçadas ou forçadas a acreditar em outra religião. Não importa se a pessoa nasceu no norte ou no sul, no Brasil ou na Alemanha, em São Paulo ou no Amazonas; todos devem ser respeitados.

E o que é o respeito? É a liberdade de podermos falar o que queremos, sem insultar, ofender ou humilhar alguém; é poder fazer o que acreditamos desde que não prejudiquemos alguém; é poder ir a parques, museus, teatros, cinemas; ter acesso à educação, saúde, locais de diversão e lazer; ter segurança. Ser respeitado é ser visto e entendido como ser humano com necessidades diferentes de outras pessoas; é não passar fome, poder tomar banho e vestir roupas limpas. Respeitar uma pessoa é tratar seu semelhante como gostaríamos de ser tratados, mas sempre pensando no jeito de ser daquela pessoa. É garantir oportunidades a todos, saber que mulheres e homens têm os mesmos direitos, mas necessidades diferentes. É dividir o espaço, materiais, jogos, pensar no bem-estar da pessoa, garantir que seus direitos sejam

cumpridos. Também devemos ter respeito com o meio ambiente, não poluindo a água, o ar e o solo e não matando animais. Devemos reduzir nosso uso de produtos, reciclar tudo o que for possível, reutilizar materiais para diminuir o consumo e poluição. É repensar como vivemos e como fazemos tudo hoje. É replanejar nossas atitudes e a vida social. Não arrancar flores de plantas e árvores, pois assim elas morrem. É respeitar os animais, deixando-os livres para voarem, nadarem, correrem e pularem como quiserem.

A educação, palavra tão falada todos os dias, vai muito além do que aprendemos na escola. A educação é o conjunto de valores e princípios que possuímos, que nos guiam diariamente para que nossas escolhas sejam boas e não prejudiquem ninguém. Educação é saber ouvir as pessoas, pedir licença, dizer por favor e agradecer. É dar passagem aos pedestres na rua, ajudar uma pessoa mais fraca ou menor que você, é entender que a necessidade de outro indivíduo pode ser maior do que a sua. É saber conversar para resolver diferenças e problemas, sem gritos, ameaças ou agressões. A educação é exercitada todos os dias e podemos sempre melhorar e aprender mais.

Todos nós temos sensações, emoções e experiências de vida diferentes. Algumas vezes acordamos de mau humor sem nem saber o porquê, mas gostaríamos que as outras pessoas entendessem isso. Todos nós gostaríamos de ser chamados pelos nossos nomes e não por apelidos ofensivos. Isso tudo deve ser levado em consideração para uma boa vida em sociedade. Devemos respeitar a natureza para que o mundo esteja sempre saudável e, assim, as plantas, animais, pessoas, água, ar e tudo o que for vivo continuem a viver. Ser ajudado é muito bom; ajudar também. Ofereça auxílio, se coloque à disposição, tenha boa vontade quando fizer um favor. Retribua favores, agradeça, reconheça.

Em toda a existência do nosso planeta Terra, já tivemos guerras, brigas e disputas o suficiente, não precisamos mais disso. Não precisamos de armas, de ameaças, de guerras, assim como não necessitamos de pessoas com medo, preocupadas ou aflitas. O que carecemos é de mais carinho, afeto e amor. Precisamos que as pessoas se entendam como seres humanos, com direitos e deveres. Para que haja uma sociedade saudável, todos devem contribuir. Lembre-se: todas as nossas ações têm consequências. Faça escolhas conscientes, pense no que pode acontecer no futuro com outras pessoas, com outras gerações. Não é porque alguém fez algo ruim ou que não gostamos que faremos o mesmo. A vingança só traz mais sofrimento.

Pense no tipo de mundo que estamos deixando para nossos filhos, nossos netos. Reflita sobre o que você quer deixar, em como quer ser reconhecido e nas marcas que quer legar. O futuro do planeta Terra já começou e você faz parte dele. As escolhas estão em suas mãos. 🍷

Na conformação do SUAS, os conselhos de assistência social são espaços privilegiados que somam forças para sua efetiva implantação e implementação em todas as etapas da gestão do atual sistema

financiamento compartilhado. Estabeleceu um modelo de gestão capaz de dar conta das especificidades que cada área possui, sem perder de vista as diversidades regionais, as peculiaridades de cada município e as especificidades dos territórios e das populações neles existentes, além de manter uma proteção universal, democrática, distributiva e não estigmatizadora.

A efetivação da assistência social como política pública e direito social ainda exige o enfrentamento de grandes desafios, como a superação dos discursos culturais arraigados na sociedade de cunho puramente tradicional e conservador, que tendem a criar uma barreira entre a política pública de assistência social e a busca do direito pelo cidadão.

O Estado precisa atuar ativamente na elaboração de mecanismos de combate à vulnerabilidade social, além de buscar a conscientização da população quanto aos seus direitos socioassistenciais para que haja mudança na realidade social dos usuários em situação de vulnerabilidade.

Esse novo modelo de gestão da política de assistência social supõe um pacto federativo, com definição de competências entre as três esferas de governo, construído por meio de uma nova lógica de organização das ações, em que os programas, projetos, serviços e benefícios socioassistenciais são estruturados e hierarquizados por níveis de complexidade, considerando o tipo de proteção social, de acordo com as referências estabelecidas na PNAS, sendo: proteção social básica e proteção social especial de média e alta complexidade para as situações de vulnerabilidade e risco social, respeitando o porte dos municípios.

Na primeira, os Centros de Referência de Assistência Social (CRAS) são unidades públicas estatais de base territorial, que organizam e coordenam a rede prestadora de serviços locais. Esse nível de proteção busca a prevenção de situações de risco e o fortalecimento de vínculos familiares e comunitários, e é destinado à população que vive em situação de vulnerabilidade social. No que tange à implementação, o conjunto dos serviços inclui proteção a família, crianças, jovens e idosos. Tais atividades são desenvolvidas tanto nos CRAS nos municípios quanto nas organizações não governamentais que compõem a rede socioassistencial, em órgãos conveniados por meio de cofinanciamentos federal, estadual e municipal para custeio dessas ações.

A Proteção Social Especial é voltada ao atendimento das famílias e dos indivíduos em situação de risco pessoal e social. Nesse âmbito, são cofinanciados os seguintes serviços: proteção

e atendimento especializado às famílias e indivíduos com seus direitos violados; assistência a adolescentes em cumprimento de medida socioeducativa em meio aberto; acolhimento a crianças, adolescentes, idosos e mulheres com vínculos familiares rompidos; e atendimento à população em situação de rua. Os serviços são desenvolvidos nos Centros de Referência Especializado de Assistência Social (Creas) e nos Centros de Atendimento à população de rua (Centro POP), podendo ser organizados e executados pelo município ou por meio de serviços de referência regional, coordenado e executado pelos estados, ou por intermédio de consórcios públicos entre os municípios. Nesse caso, há dois níveis de complexidade: média e alta.

O novo modelo está direcionado para a instituição da gestão compartilhada na implementação da política de assistência social brasileira. Entre as mudanças, cabe destacar: as legislações (Norma Operacional Básica [NOB/Suas], Norma Operacional Básica de Recursos Humanos [NOB/RH], tipificação dos serviços socioassistenciais, protocolo de gestão integrado entre serviços e benefícios, portarias, resoluções, normativas, entre outras); a organização dos serviços com base na matricialidade sociofamiliar e no território; os níveis de proteção social; a integração com outras políticas sociais; e, especialmente, a distribuição de responsabilidades entre as esferas de governo.

Em síntese, a descentralização e a reorganização propostas pelo PNAS e disciplinadas pela NOB propõem mudanças significativas dentro do Suas. Essa perspectiva é nítida no texto da NOB:

Um dos seus objetivos é transformar a política de assistência social em uma política realmente federativa, por meio da cooperação efetiva entre União, Estados, Municípios e Distrito Federal [...]. A plena concretização do federalismo cooperativo no país requer o aprimoramento de instrumentos legais e institucionais de cooperação intergovernamental. Trata-se, portanto, de uma estratégia fundamental frente à escassez de recursos públicos, à diferenciada capacidade gerencial e fiscal dos entes federados, às profundas desigualdades socioeconômicas regionais e à natureza cada vez mais complexa dos problemas que exigem soluções intersetoriais e intergovernamentais. (MDS, 2005, p. 22)

O fortalecimento da assistência social na relação com órgãos de defesa é imprescindível, considerando a tendência predominante dessa política em assumir demandas e responsabilidades de outras políticas e de órgãos afetos

O Suas, conseqüentemente, busca instituir um modelo de organização da política baseado na normatização, na padronização dos serviços da sua rede prestadora e, principalmente, na implantação de uma nova sistemática de financiamento. Influenciada pela experiência da saúde, a gestão financeira passou por modificações em seus mecanismos de transferência de recursos, nos critérios de partilha e na forma de distribuição.

Com a finalidade de garantir a continuidade das ações, prioriza-se o mecanismo de repasse denominado fundo a fundo, isto é, direto do Fundo Nacional de Assistência Social para os fundos estaduais e municipais, por ordem de prioridade, tendo-se o acompanhamento e o controle da gestão dos recursos pelos respectivos conselhos demonstrados a partir da aprovação do Relatório Anual de Gestão e do Relatório Físico Financeiro.

Apesar dos avanços, ainda temos um grande desafio a ser enfrentado quanto ao cofinanciamento da política de assistência social, haja vista que, para implantar políticas públicas, precisamos priorizar a liberação de recursos financeiros e orçamentários. Nesse sentido, o maior desafio é fazer com que os Estados da Federação cumpram seu papel que é de fundamental importância para a consolidação do Suas, ou seja, garantam o cofinanciamento da política por meio de repasse de recursos financeiros regular, automático e fundo a fundo aos municípios; regionalizem os serviços conforme previsto na Loas; e realizem o assessoramento técnico, apoiando os municípios por meio de monitoramento, capacitação e avaliação dos serviços implantados.


Na conformação do Suas, os conselhos de assistência social são espaços privilegiados que somam forças para sua efetiva implantação e implementação em todas as etapas da gestão desse atual sistema. Assim, a potência dos conselhos enquanto espaço de construção da política retoma força na perspectiva do Suas, reforçando o que já é determinação legal a partir da Loas: efetivar a assistência social como política social de direitos.

Nessa perspectiva, o Colegiado Nacional de Gestores Municipais de Assistência Social (Congemas) representa os municípios brasileiros perante o Governo Federal, principalmente o Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS), para fortalecer a representação municipal nos espaços de pactuação e deliberação em todo o território nacional, e vem lutando em diferentes frentes, de diversas formas,

para garantir e ampliar direitos. Assim, o Congemas tem papel essencial para fortalecer cada vez mais os municípios, contribuindo para o aprimoramento na execução do Suas, na atuação em pactuações e definição de prioridades e metas dos serviços, programas, projetos e benefícios socioassistenciais, garantindo avanços para política de assistência social.

Esse processo de mudança na prática cotidiana apresenta algumas questões centrais na compreensão da política social brasileira. As normatizações na assistência social possibilitaram a organização de uma rede de atendimento às necessidades sociais, contribuindo para o fortalecimento da referência pública no acesso aos direitos. Assim, o Suas favorece a visibilidade das violações e seu retorno mediante ações preventivas e de recomposição de direitos de modo articulado com demais políticas públicas e órgãos de defesa.

O fortalecimento da assistência social na relação com órgãos de defesa é imprescindível, considerando a tendência predominante dessa política em assumir demandas e responsabilidades de outras políticas e de órgãos afetos. Tal processo é mais preocupante quando considerada a realidade dos municípios brasileiros na escassez quanto à capacidade de gestão na oferta de um conjunto de serviços sociais públicos.

É importante salientar que a posição estratégica dos equipamentos de assistência social favorece o estabelecimento de fluxos nos encaminhamentos e nas soluções em rede, facilitando o alcance de indivíduos e famílias com direitos violados. Entretanto, frequentemente, a assistência social é chamada a ocupar lacunas das equipes interprofissionais do Sistema de Justiça, que, além de gerar sobrecarga aos profissionais da área, provoca uma fragilidade que impede o próprio reconhecimento da assistência social como sistema, o que pode ter impactos negativos no cumprimento de suas atribuições legais. A busca por respostas e avanços é um desafio a ser enfrentado na esperança de garantir a possibilidade de um trabalho coeso e em rede para convergência de resultados mais efetivos. 

REFERÊNCIAS

- BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. 27. ed. São Paulo: Saraiva, 2001.
- _____. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS). *Política Nacional de Assistência Social – PNAS e Norma Operacional Básica – NOB/SUAS*. Brasília, 2005.
- _____. *Guia de Orientação Técnica – SUAS nº 1 – Proteção Social Básica de Assistência Social*. Brasília, 2005.



CURUQUEQUECACÁ

*Por Fabio Souza Maganha Brito**

Era uma vez uma pergunta:

– Será que a lagarta eclodiu o ovo, ou o ovo eclodiu a lagarta?

Deus, em sua infinita sabedoria, esclareceu-me essa dúvida com uma clareira de acontecimentos e um sem-fim de coisas.

Dezoito de fevereiro, o amor desceu as escadas do céu com uma flor no cabelo. Meu coração tal qual tamborim. Até hoje o olhar do amor batuca em mim. Assim, foi assim...

Outra vez em quando, quando não se espera vem a escuridão, precisa coragem para ver a luz com os olhos do coração. Isso é Deus que “alumina” e mostra o que está acontecendo, mesmo sem enxergar vou vendo.

Foi assim que conheci a Curuquequecacá,¹ uma criatura belíssima, metade menina, metade “barbuleta”, dona de um sorriso encantador. Encantando a dor com seu sorriso, Curuquequecacá supera-se a cada dia. Como uma flor no cabelo da música, como uma partitura escrita por Deus, o sorriso da Curuquequecacá aflora os sentidos meus.

Assim foi. Foi então que fui indo, conhecendo aquela “barbuletinha” branquinha. Fazer? Fizemos feito!

Outra vez, Curuquequecacá ficara presa no casulo da desumanidade; assistência na hora não teve. Se sua família tivesse dinheiro, tinha tido. Escutei isso dos olhos rasos d’água de sua mãe Curuquerê.

Sua mãe Curuquerê carrega um querer forte de justiça na voz. Nós após nós são desatados com carinho, a todos os instantes, segundos, minutos, horas, dias... Curuquerê é mãe guerreira, não foge à luta, sempre na labuta com muita fé e alegria.


Isso é força de querer, força de mãe Curuquerê. Propensa a sonhar acordada, Curuquerê sempre cantou para sua menina “barbuleta”, Curuquequecacá, mesmo antes da concepção; a “barbuletinha” menina foi concebida com música, mesmo antes do antes, a melodia fora ritmada em harmonia. Assim...

Sim, a mamãe cantava com uma voz sem igual, encantando sua filhinha. Curuquequecacá, dentro do ovo, ouvira o querer bem no cantar de Curuquerê. A lagartinha encantada ficava envolta na seda daquele canto, lá no canto do canto. Eita, lagarta de fibra! Transformou-se em casulo.

“Desacontece” que o ser humano, do alto de sua “inguinorância”, ignorou aquele casulo no canto de um canto apertado, sem ar. Nasceu Curuquequecacá, asfixiada pela desigualdade social. A “barbuletinha” fora desencorajada de voar. Um doutor com o sobrenome arrogância “desensinou” Curuquequecacá a mamar.

Entretanto, Curuquerê quis forte desejar, um querer de força grande, vontade incontrolável, desconsiderou as intempéries do percurso, com um átimo de voz, cantou uma música atemporal, outra hora, agora, outrora, foste assim, bem assim, reconheceram-se mãe e filha. Viram-se no som, num elo de transformação eterna.

Curuquequecacá deleitou-se com os olhos de sua mãe, Curuquerê, e queria saber de onde vinha tanto afeto, afetaram-se, eclodiram-se a voar com Deus.

Nem lagarta, nem ovo; quem nasceu primeiro foi o amor. 

*Educador físico, poeta, músico e responsável técnico pelo Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos “De Olho no Futuro”, na Paulus, Osasco (SP).

¹Personagem fictício utilizado para preservar identidades ao trabalhar no cotidiano do Projeto Social com situações de superação e brilho humano.



UNINDO INVESTIDORES E PROJETOS

**Profissionalização das organizações é quesito
essencial para nortear a escolha dos investidores sociais**

Por **Thaís Iannarelli**

Como organização do Terceiro Setor, sempre pensamos nas dificuldades que temos para captar recursos, escrever projetos e encontrar financiadores para nossas causas. Porém, o outro lado — o de quem investe — também pode encontrar dificuldades para selecionar os projetos que receberão seus investimentos.

O Instituto Phi, instituição com atuação em São Paulo e no Rio de Janeiro, trabalha justamente para estreitar essa ponte e ajudar os investidores a encontrarem as causas que mais se adequam à sua necessidade. Luiza Serpa, diretora executiva do Instituto, migrou do setor privado para o Terceiro Setor e compartilha com a **Revista Filantropia** a sua experiência. Confira!

Revista Filantropia: Como começou seu envolvimento na área social?

Luiza Serpa: Em 2001, trabalhava no endomarketing de uma grande empresa de telecomunicação e começamos a desenvolver o voluntariado corporativo, campanhas de doação de alimentos e parcerias com ONGs. Gostei muito dessa experiência e, em 2005, baseada nela, fiz a escolha de migrar definitivamente para a área social.

RF: Conte-nos um pouco sobre a atuação do Instituto Phi – o que ele faz, em que cidades atua...

LS: O Instituto Phi faz a ponte entre investidores e projetos sociais. Nós identificamos a causa de quem quer doar e direcionamos o investimento/doação para o projeto escolhido pelo doador. Antes de apresentar o projeto, fazemos uma avaliação das ONGs em quatro pilares que consideramos bem importantes: solidez, impacto social, transparência e qualidade de gestão. Após a escolha, fechamos um contrato e nele é definido tudo o que acontecerá ao longo do apoio, como acompanhamento com relatórios, prestação de contas e visitas.

Hoje, atuamos no Rio de Janeiro e em São Paulo e temos parceiros em Campinas (Phomenta) e no Paraná (Instituto Ajuda Paraná).

RF: Como você vê o trabalho desenvolvido atualmente pelo Terceiro Setor no país?

LS: O Terceiro Setor, ou área social, como prefiro falar, está se profissionalizando. Apesar de ainda ser carente de muitas ferramentas de gestão e qualificação, é extremamente importante para um país como o Brasil, repleto de desafios. Segundo pesquisa recente do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o setor movimenta 1,4% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, o que significa um montante de aproximadamente R\$ 32 bilhões.

RF: Quais são os principais desafios encontrados pelos investidores?

LS: Acredito que os maiores desafios iniciais são entender a realidade do setor e a realidade social do país. Depois disso, também há a difícil etapa de definir um foco de atuação e, dentro dele, um projeto. As demandas iniciais costumam ser difusas, e nossa missão é achar a causa que mais toca o doador. Sem esse trabalho, as doações acabam sendo dispersas e, apesar de bem intencionadas, muitas vezes são ineficientes.

RF: Como é feita a ponte entre as instituições e os investidores sociais pelo Instituto Phi?

LS: Nosso cliente é o investidor social. É para ele que nós trabalhamos. Assim, fazemos um trabalho constante de busca de



A área social está se profissionalizando. Apesar de ainda ser carente de muitas ferramentas de gestão e qualificação, é extremamente importante para um país como o Brasil, repleto de desafios

Luiza Serpa

Diretora executiva do Instituto Phi

novos doadores, sejam pessoas físicas ou jurídicas. Em paralelo, também visitamos projetos para conhecermos instituições de excelência que possam ser indicadas quando nossos clientes demandarem. Quando definimos a causa do investidor, apresentamos os projetos que tenham afinidade com o desejo. Assim se inicia a experiência de doação.

RF: Para você, quais são os maiores gargalos existentes na atuação das ONGs no Brasil?

LS: Do ponto de vista macro, posso citar a questão do ITCMD¹, um imposto cobrado por doação, o que inibe e atrapalha a prática de doar. No dia a dia das ONGs, acredito que a falta de gestão e a ausência de recursos para contratar equipe qualificada são algumas das principais dificuldades.

RF: Na atuação de vocês, você consegue observar se há algum padrão ou tipo de projeto mais procurado?

LS: Sim. Os projetos mais procurados são aqueles ligados à educação, desde a primeira infância até a capacitação profissional. Plantar algo para um futuro melhor nos parece ser o maior objetivo dos doadores. 📖

¹O Imposto sobre Transmissão *Causa Mortis* e Doação (ITCMD) é um imposto brasileiro de competência dos Estados e do Distrito Federal, que incide na transmissão não onerosa de bens ou direitos, assim como ocorre na herança (*causa mortis*) ou na doação (*intervivos*). Mais informações sobre o ITCMD podem ser obtidas em: <http://j.mp/PV_ITCMD>. Acesso em: 10 set. 2016.

📌 Link: www.institutophi.org.br



SOBRAS DE RECURSOS: PLANEJAMENTO INCONSISTENTE OU MÁ GESTÃO DE PROCESSOS?

Mesmo considerada normal pelos gestores do Terceiro Setor,
a situação deve ser bem esclarecida aos financiadores do projeto

Por Luciano Guimarães

Sobras financeiras contabilizadas após a finalização de projetos podem ser consideradas fruto de planejamento e execução malfeitos, ou indícios de má gestão de recursos obtidos por meio de leis de incentivo ou provenientes de parcerias com a iniciativa privada?

“Impossível dizer com exatidão”, afirma o presidente do Instituto Doar, Marcelo Estraviz, fundador e ex-presidente da Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR). “Não importa a moeda ou o país, sempre haverá sobra ou falta”.

Apesar de não existir instrução normativa ou lei que regule os limites para as sobras, o gestor considera que uma diferença de até 10% entre o previsto e o realizado não será considerada má gestão. “Além desse percentual, a disparidade nos números deverá ser bem esclarecida ao investidor, que pode — dependendo do entendimento — prorrogar o projeto. Afinal, a economia também é sempre uma meta, principalmente se os recursos são privados”, salienta.

Dependendo da complexidade e do grau de ineditismo do projeto, a sobra — assim como a falta de recursos — pode ser considerada normal. Partindo dessa visão, a administradora Andressa Trivelli, gerente de projetos do Social Good Brasil, afirma que o desenho prévio de um projeto e a construção de seu orçamento são realizados com base na experiência dos gestores, nos pedidos de orçamento e nas considerações de todos os *stakeholders*, especialmente o financiador.

“Quanto mais inédito o projeto — seja em tamanho, complexidade, abordagem, problemática, ou tudo isso —, mais provavelmente haverá descompassos do orçamento realizado com o previsto. A melhor maneira de evitar que isso aconteça é adotar, na prática, as chamadas ‘ondas sucessivas de planejamento’”, explica.

O planejamento em ondas sucessivas pode ser especialmente útil quando as informações do projeto são difíceis de coletar ou mudam muito rapidamente. Nessas situações, conforme as novas informações do projeto são coletadas, dependências adicionais, requisitos, riscos, oportunidades, considerações e limites serão identificados.

“À medida que o projeto se inicia, é comum haver mudanças no plano de implementação, sendo possível para o gerente construir com maior número de detalhes o cronograma, os custos e os recursos necessários para atender ao escopo definido do projeto. Como prática interativa, o planejamento deve ser incorporado no dia a dia do gestor, pois dessa maneira ele é capaz de ter mais níveis de detalhes do plano, evitando surpresas e descompassos”, comenta.

NEM MAIS, NEM MENOS

Em um mundo ideal, projetos não deveriam deixar sobrar nem faltar recursos. Mas como a realidade costuma ser severa para gestores que cometem equívocos — especialmente se forem grosseiros —, esses profissionais precisam “respirar” planejamento.

Andressa Trivelli: sobra utilizada de maneira não acordada pelas partes pode ser vista como uma atitude antiética, desrespeitosa ou até criminosa



O planejamento deve ser incorporado no dia a dia do gestor, pois dessa maneira ele é capaz de ter mais níveis de detalhes do plano, evitando surpresas e descompassos

“Sobras podem ser indícios de um planejamento com ‘gorduras’ — previsões desnecessárias de custos e recursos”, argumenta o gerente de projetos sênior da Ink, Márcio Pires, que desde 2005 atua no poder público e no Terceiro Setor, participando da gestão de projetos em diversas fases e funções.

Segundo ele, uma boa prática para evitar as “gorduras” é identificar primeiramente os riscos e integrar o gerenciamento destes com os gerenciamentos de aquisições e custos. “Preferencialmente, devem ser criadas reservas de contingência (*buffers*) associadas a cada risco. A cada revisão do projeto, o gestor deve se perguntar: ‘Este risco ainda existe? Se existe, ainda implica na previsão desses recursos e custos?’. Dependendo da resposta, a reiteração do projeto deve manter ou alterar os recursos e custos previstos. Esse processo deve continuar até o final do projeto, minimizando as sobras de recursos”, esclarece.

Há projetos em que as sobras podem ser incorporadas à operação diária; e há sobras que, de acordo com as premissas do projeto, podem ser restituídas ao patrocinador ou encaminhadas a outras organizações. “Não há uma resposta padrão”, ressalta Pires.

“O papel do gestor é realizar o planejamento do tratamento dos riscos conhecidos e gerir as mudanças causadas pelos riscos desconhecidos e por outros fatores. A tolerância



Márcio Pires: sobras podem ser indícios de um planejamento com 'gorduras'



às sobras deve ser comunicada às partes interessadas — patrocinadores, órgãos fiscalizadores, entre outros envolvidos — e negociada para que seja mantida em níveis considerados adequados”, complementa.

Pires chama a atenção para uma situação pouco comentada no Terceiro Setor. “Ninguém pensa sobre isso, mas, por exemplo, quando há o recebimento de uma elevada quantia de recursos de uma só vez, se esse dinheiro é aplicado financeiramente — em algum fundo de investimento que renda acima da inflação —, isso pode gerar uma sobra. Não podemos afirmar, nesse caso, que houve má gestão, não é?”.

Membro da Global Shapers¹ em Curitiba (PR), a economista Liziane Silva acredita que a existência de sobras financeiras em projetos pode até ser resultado de mau planejamento pela organização, mas mostra que a execução foi boa.

Segundo ela, ao combinar com o financiador uma forma alinhada, a entidade “vende” novamente o projeto, convencendo-o que faz mais sentido deixar o dinheiro onde está. “Os recursos podem ser investidos, por exemplo, no aprofundamento do projeto, em um evento de encerramento melhor do que o originalmente planejado, ou em uma fase de avaliação do projeto. Cabe à organização mostrar que a sobra foi resultado de eficiência, e não desperdício, porque se conseguiu o impacto desejado com menos recursos”, avalia.

“Não existe um limite aceitável para sobras de recursos, mas, por exemplo, se a sobra for de 50% e não houver uma boa explicação para o ocorrido, pode parecer falha no planejamento orçamentário. Se houver comunicação do fato ao

O papel do gestor é realizar o planejamento do tratamento dos riscos conhecidos e gerir as mudanças causadas pelos riscos desconhecidos e por outros fatores

financiador, evidencia-se transparência, e não má-fé”, complementa o consultor Ricardo Falcão, especialista em planejamento para o Terceiro Setor.

Em verdade, reitera Falcão, pode ser considerada má gestão o que fazemos com esses recursos. “Eu fico muito tranquilo em afirmar que, se o projeto atingiu seus objetivos dentro do prazo e ainda sobraram recursos, é um sinal de que houve ótima gestão. Não posso recomendar, mas entendo que em alguns casos a burocracia para devolver o recurso é tão grande que é melhor gastar tudo”, pondera.

Quando um financiador investe em um projeto, os recursos captados têm regras para uso, que variam de financiador para financiador. “Nos projetos que gerenciei, sempre procurei economizar ao máximo, sem perder a qualidade. Entendo que gerir é otimizar recursos para alcançar um objetivo. Lembrando que o financiador é sócio do projeto; tudo o que vou fazer com esses recursos precisa ser acordado com ele. Houve casos em que precisei devolver os recursos; em outros, o financiador liberou para ser investido no projeto; em outras situações, em geral relacionadas ao setor privado, o financiador doou para a própria instituição”, descreve Falcão.

O uso dessas sobras sem autorização do financiador pode gerar penalidades para a instituição — desde a possibilidade de devolver o dinheiro até a exclusão de futuros financiamentos. “Penalidades legais, acredito que só em caso de má-fé, porém sugiro consultar um advogado”, comenta.

DOIS ASPECTOS

Ao elaborar um projeto, é fundamental considerar detalhadamente os custos envolvidos em sua execução. Por essa razão, a planilha orçamentária tem de ser o resultado de ações bem programadas, e muito bem orçadas, valendo-se de tabelas para a consulta de valores de produtos e/ou serviços prestados, disponibilizadas pelos sites das leis de incentivo para esse fim.

¹A Global Shapers é uma rede mundial de grupos, criada pelo Fórum Econômico Mundial, com o intuito de fazer contribuições sociais em suas comunidades por meio de atitudes e projetos.

Não existe um limite aceitável para sobras de recursos, mas, por exemplo, se a sobra for de 50% e não houver uma boa explicação para o ocorrido, pode parecer falha no planejamento orçamentário

“É importante ter conhecimento das minúcias que envolvem os custos daquilo que se quer executar. Agindo assim, e tendo o projeto aprovado, dificilmente ocorrerão sobras. Esse é o primeiro aspecto”, explica Laura Lilian Zelazny, administradora com quase 30 anos de experiência que atua na elaboração e prestação de contas de projetos com leis de incentivo à cultura e ao esporte.

O segundo aspecto a ser considerado, segundo a especialista, é que eventualmente se tenha conseguido obter, por exemplo, permutas ou economias em forma de serviços. “Dessa maneira, o gasto será inferior ao orçado. Nesse caso, pode-se considerar um ponto positivo, pois se economizou com as despesas. Porém, dependendo da esfera do incentivo (federal ou estadual), essa sobra terá destinos diferentes. Ao fazer o orçamento é fundamental pensar em todos esses aspectos”, reforça.

Quando há envolvimento de recursos advindos de leis de incentivo, o saldo eventualmente existente em conta-corrente bancária resultante da finalização ou do cancelamento do projeto deverá ser recolhido ou transferido, por mecanismo bancário próprio, diretamente ao Fundo de Cultura Federal ou Estadual, conforme instrução normativa no âmbito de cada legislação.

A título de exemplo, a Lei nº 12.268/2006, a Resolução SC nº 100/2011 e o Manual de Prestação de Contas do Programa de Ação Cultural do Estado de São Paulo (ProAc) também abrem a possibilidade de o saldo ser transferido para conta-corrente bancária vinculada a outro projeto.

No caso de lei de incentivo à cultura federal, como a Lei Rouanet, a sobra deverá obrigatoriamente ser devolvida ao Fundo Nacional de Cultura (FNC). Essa norma não se aplica, conforme o parágrafo único do artigo 72, da Instrução Normativa nº 1/2013/MinC, a planos anuais do mesmo proponente, desde que o projeto anterior seja encerrado e sejam acolhidas as justificativas apresentadas para a transferência de saldo.

Ainda pela IN, o artigo 55 estabelece que “ao término da execução do projeto cultural, os saldos remanescentes das contas Captação e Movimento serão recolhidos ao Fundo Nacional da Cultura — FNC, nos moldes do art. 5º, V, da Lei nº 8.313, de 1991”.



Liziane Silva: os recursos podem ser investidos, por exemplo, no aprofundamento do projeto

Os gestores responsáveis pela captação podem ser penalizados em caso de sobras ou indícios de má gestão dos recursos? A não ser que haja comprovação de desvio de verbas, os gestores serão penalizados caso as sobras não sejam repassadas segundo a imposição das legislações vigentes.

“Os analistas que conferem a prestação de contas realizam a auditoria de documentos fiscais comprovantes de despesas como notas fiscais e recibos de pagamento autônomo; verificam se o CNPJ emitente do comprovante de despesa tem como objeto do contrato a prestação de serviço discriminada na Nota Fiscal; a situação legal do CNPJ emitente da NF; cheques emitidos; lançamento em planilhas de conciliação bancária, além de entender a coerência da despesa, quando comparada ao orçamento original aprovado no projeto. Se todos os requisitos da prestação de contas forem preenchidos, o proponente estará apto a inscrever mais projetos”, elucida Laura.

ONDE APLICAR?

O que fazer com a sobra de recursos é sempre uma dúvida dos gestores. “Obrigatoriamente, o tema deve ser discutido com o financiador. Sempre. Não raro, financiadores têm abertura para compreender que esse recurso pode ser usado para o aprimoramento das capacidades da organização financiada”, ressalta Andressa Trivelli.

Entretanto, expõe a especialista, isso varia muito conforme o financiador. “Algumas organizações já têm previsto em seus editais um percentual, para cima ou para baixo, de alcance de metas do escopo do projeto. Outras, por sua vez, têm explícito nos editais que não é possível utilizar recursos fora das rubricas especificadas — o que provavelmente impede a utilização para outro fim”, ilustra.

Caso um contrato de financiamento a ser assinado por uma organização não contemple esse tema, é relevante abrir



É importante ter conhecimento das minúcias que envolvem os custos daquilo que se quer executar. Agindo assim, e tendo o projeto aprovado, dificilmente ocorrerão sobras

negociações. “Uma eventual sobra utilizada de maneira não acordada pelas partes pode ser vista como uma atitude antiética, desrespeitosa ou até criminosa. O importante, em qualquer situação, é que a relação seja transparente e bastante esclarecida. Se o projeto alcançou seus objetivos e houve sobra, não há por que não mostrar a situação para o financiador”, reitera Andressa.

A Lei de Incentivo ao Esporte (Lei nº 11.438/2006), por exemplo, permite o uso da sobra de um projeto para a aquisição de itens já existentes no mercado, como bolas, mas proíbe a criação de novos artigos. “Claro que isso tem que ser previamente validado com o patrocinador e deve-se obedecer às permissões — no caso, uma validação prévia também do Ministério do Esporte”, esclarece Márcio Pires.

A legislação admite que empresas e pessoas físicas invistam parte do que pagariam de Imposto de Renda em projetos esportivos aprovados pelo Ministério do Esporte. As empresas podem investir até 1% desse valor e as pessoas físicas, até 6%.

ADAPTAÇÃO

A readequação dos projetos, caso se verifique a impossibilidade de captação total de recursos, é outro problema enfrentado pelas entidades, embora elas possam, de acordo com as legislações vigentes, reformular as propostas.

No caso específico da Lei Rouanet (Instrução Normativa nº 1/2013/MinC), o artigo 67 é bem claro.

O proponente poderá solicitar a redução do valor do projeto, desde que tal providência não comprometa a execução do objeto nem represente redução superior a quarenta por cento do valor total autorizado, apresentando:

- I. justificativa da necessidade de redução do valor do projeto;
- II. detalhamento dos itens a serem retirados ou reduzidos, com seus respectivos valores; e
- III. redimensionamento do escopo do projeto.

§ 1º Os pedidos de redução do valor do projeto serão decididos pelo MinC.

§ 2º Os pedidos de redução orçamentária somente poderão ser encaminhados após a captação de no mínimo 20% do recurso aprovado para o projeto, ressalvados os projetos contemplados em seleções públicas ou respaldados por contrato de patrocínio.

Já na lei estadual, bastam 35% dos recursos para iniciar a execução do projeto. Porém, ao se decidir executar um projeto com

“parte” dos recursos, é necessária a solicitação ao órgão competente de “readequação” de orçamento, conforme item 8.3 do Manual de Prestação de Contas do ProAC.

RESPONSABILIDADE

Em caso de sobra ou de falta, se houver uso irresponsável dos recursos por organizações sociais, os gestores podem ser penalizados “internamente, na organização, de acordo com cada um dos regimentos internos e com o que estiver previsto no edital ou contrato de financiamento, e até mesmo no âmbito civil”, explica Andressa.

Para Márcio Pires, como projetos são empreendimentos que visam a resultados únicos, essas questões podem ser previstas em contratos também únicos, ou seja, a resposta depende do projeto.

“Evidentemente há questões de má-fé ou de falhas de gestão que causam danos à imagem, estruturais, financeiros ou, no limite, a perda de vidas. Nesse caso, o gerente de projetos sociais pode ser responsabilizado civil ou criminalmente, como aconteceria com qualquer administrador, em qualquer área”, completa o gestor. 📌



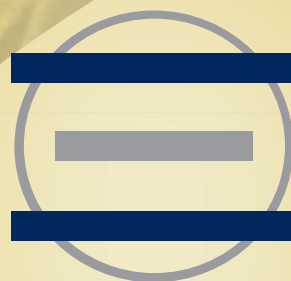
XVII Congresso Brasileiro do 3º Setor

Prezado Congressista,

Dada a instabilidade política e por consequência legislativa, em especial a volta do debate da mudança do marco regulatório dos entes sociais, a Comissão Científica ora presidida pelo Dr. Marcos Biasioli, resolveu não realizar, este ano, a edição do tradicional Congresso Brasileiro do Terceiro Setor.

Em 2017 estaremos realizando um grande evento dentro de um cenário mais estável.

Participe da nossa enquete sobre os temas de seu interesse acessando nosso site.



ECONÔMICA
Desenvolvimento Social

www.economica.com.br



◀ **RODRIGO BIAJONI** é graduado em Comunicação Social e está finalizando MBA em Gestão Estratégica de Negócios. Tem seis anos de experiência em empreendedorismo social no Brasil, Colômbia e México. É cofundador da Colaboradora, iniciativa da Agência Trustme para apoiar organizações e negócios sociais por meio de apoio em comunicação e *branding*.



PELO FIM DOS REMÉDIOS MILAGROSOS

Em um país com cultura e conhecimento popular tão vastos quanto o Brasil, não é raro nos depararmos com situações em que as soluções, teoricamente, já estão previamente definidas.

Sabe aquele remédio caseiro que seu vizinho ou parente distante afirma que funcionou muito bem com a filha da dona Maria

e que serviria para você? Você não se arriscaria a tomar o tal remédio sem saber ao certo o que ele é e os efeitos que ele pode causar, não é mesmo? Pois bem, a sua relutância em comunicação deveria ser a mesma que você teria em relação ao “remédio milagroso”.

Um dos maiores perigos para gestores é acreditar que a comunicação de suas organizações sociais pode seguir fórmulas

Trabalhar com comunicação em organizações sociais definitivamente não é uma tarefa supérflua. O processo exige dedicação, profissionalismo, criatividade e, acima de tudo, o (re)conhecimento de seu público sobre suas potencialidades

mágicas, soluções mirabolantes e receitas prontas que trarão excelentes resultados simplesmente porque funcionaram com grandes empresas.

Grandes casos de sucesso em empresas ou organizações sociais podem e devem ser considerados na hora do seu planejamento em comunicação, mas como inspiração para avaliar o que deu certo e o que deu errado. É necessária uma profunda análise para saber se uma estratégia deveria mesmo ser replicada. O local, o público envolvido, o posicionamento da marca e a reputação no mercado são alguns dos fatores que interferem na hora de realizar o planejamento das ações que serão implementadas por sua instituição. Acreditar que copiar integralmente a estratégia de outra organização é a melhor solução indica, no mínimo, ingenuidade por parte dos gestores.

Uma das ferramentas mais interessantes para o desenvolvimento correto de uma estratégia de comunicação é o desenvolvimento de *personas* dos principais atores da sua organização (doadores, beneficiários, clientes, parceiros, entre outros que precisam ser atingidos com uma determinada campanha).

O objetivo dessa ação é que seja permitido entender, com o maior número possível de detalhes, todos os desejos desse público e compreender, de verdade, o seu mundo. Não estou falando apenas de buscar informações básicas do público-alvo, mas de “mergulhar” em uma análise completa de quem é aquela pessoa. Qual é o nome dela? Idade? Cargo? Escolaridade? *Hobbies*? Objetivos de vida? Desejos profissionais? Expectativas em relação ao problema que seu produto/serviço resolve? São inúmeros aspectos que podem ser listados para que você entenda quem é aquela pessoa. É um processo muito útil, pois ele faz com que características que dificilmente seriam consideradas pela equipe de comunicação sejam mencionadas e, muitas vezes, a lâmpada acende nesse exato momento!

A utilização dessa ferramenta auxilia, e muito, na definição dos canais de linguagem e posicionamento a serem aplicados, isso porque traz o conhecimento de quem é efetivamente o receptor da sua mensagem. Entendendo-o profundamente, a possibilidade de atrair e reter a sua atenção aumenta bastante, pois saberá exatamente quando e onde será o momento propício para essa interação.

Por falar em atrair a atenção, pare um instante e faça uma rápida reflexão: qual foi a última campanha de comunicação que chamou a sua atenção? Não importa o ramo de atuação daquela empresa, seja ela tradicional ou social. Pensou?

Tenho certeza que, independentemente da campanha, há um fator de inovação nela que chamou a sua atenção a ponto de deixá-la registrada na memória, ao contrário dos outros inúmeros comerciais, dos panfletos ou dos e-mails promocionais dos concorrentes que você pode ter recebido/interagido exatamente no mesmo dia.

A inovação e a criatividade são as maiores aliadas da sua organização para se destacar em meio ao bombardeio de informações que sofremos diariamente. Com uma rotina tão cheia e corrida, quebrar o padrão e apresentar a informação de maneira diferente certamente resultará em um aumento do nível de atenção daquele com quem você se comunica.

Esse pensamento é ainda mais interessante para iniciativas com orçamentos limitados. Se, por um lado, não possuem toda a estrutura e as possibilidades que grandes empresas carregam, por outro, ganham uma liberdade única para arriscar e explorar novas possibilidades, de uma maneira mais simples e com mais ousadia.

Esqueça as debilidades e as dificuldades e foque nos recursos que possui no momento. Sim, sua organização detém muitos recursos valiosos e que, provavelmente, não são bem aproveitados. Um deles é a rede de contatos. Amigos e familiares dos colaboradores da organização são considerados possíveis embaixadores da mensagem? E os doadores e os parceiros são aproveitados de maneira profunda? É extremamente comum negligenciar esses públicos durante o planejamento de comunicação, mas tenha em mente que é infinitamente mais simples engajar aqueles que já conhecem e acreditam em seu trabalho do que quem está ouvindo falar sobre você pela primeira vez.

Trabalhar com comunicação em organizações sociais definitivamente não é uma tarefa supérflua, mas tampouco existe esse abismo para alcançar o nível de sucesso de grandes *players* no mercado. O processo exige dedicação, profissionalismo, criatividade e, acima de tudo, o (re)conhecimento de seu público sobre suas potencialidades. Se por um lado não é possível seguir uma receita estabelecida previamente, por outro, a comunicação oferece a oportunidade de a cada dia descobrir novos ingredientes e novas combinações nessa busca pelo sabor perfeito para a sua organização. 📌



◀ **JANINE SAPONARA** é fundadora da Lead Comunicação. Especializada em formação de líderes em sustentabilidade, é também palestrante sobre Teoria U. Autora do guia *Comunicação para a sustentabilidade*.



COMUNICADOR: COMO SER UM AGENTE DE MUDANÇA

Seja qual for o porte de sua organização, provoque mudanças

Sou comunicadora e, como todo comunicador, quero provocar ação. Mudança. Reação. Movimento. Nossos verbos, de preferência, são no infinitivo. O gerúndio cansa-nos. Escolhemos nossa profissão para fazer acontecer. Se isso acontecer a curto prazo, melhor!

Por acreditar que cada pessoa em uma organização pode e deve ser um comunicador, um agente de mudança, e que a comunicação é uma habilidade essencial para isso, farei desta coluna uma caixa de ferramentas, ora de construção, ora de conserto, mas sempre com ideias para provocar mudanças positivas.

Minha *expertise* vem de muito estudo na prática da comunicação de mais de cem organizações da sociedade civil brasileira e internacional, porém também da comunicação que fez tanta diferença na trajetória de pequenas empresas e de empreendedores. A ela, soma-se a experiência adquirida nos processos complexos das grandes empresas socialmente responsáveis e das que

O lead de uma matéria, de um assunto ou mesmo de uma conversa é o resumo do conteúdo do que será dito. Ele precisa conter as respostas para estas cinco perguntas: o quê?, quem?, quando?, como?, onde?, por quê?

fazem investimento social privado. Tudo isso, junto e misturado, no entanto separado, nas suas devidas proporções, me faz estar aqui, abrindo este diálogo com você.

Mas chega de blá, blá, blá... vamos à nossa primeira ferramenta, aquela que vai na tampa da caixa, para ser olhada toda vez que a caixa for aberta.

FERRAMENTA 1

Como construir a VISÃO, o PROPÓSITO de um projeto/programa ou mesmo de uma organização usando a comunicação.

Provoque seu time: não pare, nem mesmo para beber água, até aprovar, na sua organização, a seguinte frase:

Aqui, na _____ (nome da organização), nós acreditamos que _____ (o que/em que acreditam) até _____ (quando/prazo) (usar verbos no infinitivo como criar/apoiar/capacitar etc.) os/as _____ (público-alvo direto — crianças, adolescentes, idosos etc.) em/para _____ (mencionar o quê) vai _____ (resultados).

Saberemos que estamos certos quando _____ (X%) dos _____ (cite seu público-alvo) estiverem _____ (citar um feito concreto deles).

EXEMPLO DA MINHA REALIDADE PESSOAL:

*Aqui, na **residência Saponara**, nós acreditamos que **educar, nas primeiras duas décadas de vida, mostrando a realidade externa e os riscos reais do mundo aos nossos filhos, vai torná-los autônomos e cidadãos do mundo.***

*Saberemos que estamos certos quando **100% das crianças estiver viajando, sozinhos, antes dos 18 anos para o exterior** (quanto mais indicadores tiver sua expectativa de resultados, melhor).*

Desafios dessa frase: as definições do *lead*. O verbo *to lead*, em inglês, significa liderar. *Lead* também é uma técnica jornalística. Veja só:

Lead = o quê / quem / quando / como / onde / por quê.

O *lead* de uma matéria, de um assunto ou mesmo de uma conversa é o resumo do conteúdo do que será dito. Ele precisa conter as respostas para estas cinco perguntas: o quê?, quem?, quando?, como?, onde?, por quê?

Ao ter de construir a definição do propósito, a comunicação, que pode ser feita por qualquer profissional da organização, ajudou a definir:

- **o que a organização faz:** o objetivo.
- **para quem faz:** público-alvo, seus beneficiários.
- **quando faz:** metas, prazos
- **como:** o que oferece, como age.
- **por quê:** sua missão.

Exercite o *lead* em tudo o que for fazer. Objetividade é tudo. Não perca mais seu tempo.

Na próxima edição da *Revista Filantropia* trarei uma nova ferramenta para você. 📖



DOAÇÃO E SOLIDARIEDADE EM ALTA

Como as organizações podem se planejar para o #diadedoar

No dia 29 de novembro será celebrada a doação e a solidariedade. A campanha #GivingTuesday (terça-feira da doação), criada nos Estados Unidos em 2012 por iniciativa da organização 92Y, foi um grande sucesso e rapidamente espalhou-se por todo o mundo. No Brasil, desde 2013, é realizada a versão local da campanha: #diadedoar.

Contribui muito para o sucesso do #diadedoar no mundo o fato de a campanha não ser centralizada, não ser feita de cima para baixo. Desde a sua origem, o #diadedoar foi pensado como uma iniciativa que só funciona se houver a adesão verdadeira de cada participante e se cada um que se sentir parte dela assumir a campanha como sua.

O #diadedoar é um grande movimento, uma grande mobilização mundial, na qual cada um faz a sua ação, cada um faz o seu próprio #diadedoar e contribui à sua maneira para o grande resultado final, o de fazer um mundo melhor para todos.

Um dos atores fundamentais para o sucesso da campanha são as organizações da sociedade civil. No dia 29 de novembro, queremos que o Brasil inteiro doe e, para que isso aconteça, é fundamental ter as organizações preparadas para fazer o pedido de doação e para mobilizar as pessoas.

Por isso, elaborei seis breves dicas de como sua organização pode se preparar para se engajar e ter sucesso no #diadedoar 2016:

1. **A meta:** a primeira e mais importante dica é ter uma meta estabelecida. Sem ter um objetivo bem traçado do que a sua organização quer obter como resultado da sua participação, ela não saberá medir se teve ou não sucesso.
 - Quanto a sua organização quer captar no #diadedoar?
 - Quantos novos doadores quer conquistar?
 - Quantos doadores recorrentes quer obter?
 - Quantos novos seguidores nas redes sociais quer ter?

Esses são apenas alguns exemplos de metas que a organização pode definir. Lembre-se: sem foco, não há impacto.

2. **A equipe:** definida a meta, é preciso constituir uma equipe. Quem, dentro da organização, é apaixonado pelo #diadedoar e pode ser um grande líder da campanha? Definir uma boa equipe e a liderança que trabalhará nos próximos meses para estruturar a campanha é meio caminho andado para o sucesso. E montar uma equipe para planejar o #diadedoar da sua organização é também uma forma de trazer e mobilizar voluntários.
3. **A marca:** como será a sua campanha? Qual é a marca dela, o nome, a identidade visual? Não existe campanha sem comunicação, por isso, é preciso definir a estratégia da sua ação. Pode-se, por exemplo, fazer uma página especial do #diadedoar dentro do site da organização, enviar boletins por e-mail (newsletters) com informações sobre a campanha e é possível, e até desejável, fazer uma contagem regressiva para o #diadedoar, mobilizando a comunidade antecipadamente.

O #diadedoar é uma grande mobilização mundial, na qual cada um faz a sua ação e contribui à sua maneira para o grande resultado final, o de fazer um mundo melhor para todos

4. **Os parceiros:** para o sucesso da campanha, é muito importante contar com parceiros. Empresas locais são sempre uma boa opção, pois podem tanto ser doadoras quanto mobilizadoras de pessoas, como seus funcionários e até seus clientes. O governo e a imprensa local também são potenciais parceiros na campanha. Outras organizações locais, como Rotary, Lions Clubes e maçonaria, por exemplo, podem ser convidadas. E por que não fazer uma campanha conjunta do #diadedoar, captando recursos para a sua organização e para outras parceiras, somando forças?
5. **As redes sociais:** estamos cada vez mais on-line e nossos doadores também. É fundamental que a organização tenha presença permanente na internet e nas redes sociais; o mesmo vale para a sua campanha do #diadedoar. Além do site, a campanha pode — e deve — ser divulgada no Facebook, no Twitter, no Instagram e, se a organização tiver uma equipe com capacidade para isso, até em outras mídias, como Snapchat e LinkedIn. Mas não deixe também de mobilizar seus apoiadores para o #diadedoar off-line, ou o seu alcance e o da sua campanha serão muito menores.
6. **O cronograma:** é preciso planejar! E como o #diadedoar é uma campanha com data específica — este ano será no dia 29 de novembro —, o planejamento pode ser feito olhando o cronograma de trás para frente; assim, a sua organização conseguirá definir bem os prazos, os momentos mais importantes antes de o dia chegar, os responsáveis etc. O resultado de definir um cronograma e planejar bem é que é possível fazer um monitoramento preciso de como anda sua campanha e, se necessário, melhorar os rumos a tempo.

Meta, equipe, marca, parceiros, redes sociais e cronograma. Seis dicas simples e importantes para garantir que a sua organização tenha uma grande campanha do #diadedoar. Tem muito mais dicas, informações em recursos na página oficial da campanha. Lá você também pode cadastrar sua organização, informando a todos que também estão participando dessa grande ação global.

No dia 29 de novembro mobilizaremos o país inteiro. Vamos conectar nossas organizações com os doadores e captar mais recursos. Doar é um ato de amor, e a doação é o modelo de financiamento do nosso setor. Por isso é nosso dever promovê-la! 🇧🇷

SUA REVISTA

NA PALMA DE SUA MÃO!



PUBLIQUE SUA REVISTA NAS PLATAFORMAS iOS E ANDROID E TENHA SUAS REVISTAS NO BOLSO DE SEUS LEITORES!

PLANOS A PARTIR DE

R\$ 99/MÊS



FUNCIONALIDADES:

- Integração em sistemas iOS e Android
- Disponível para tablets e smartphones
- Versão em HTML5
- Sistema de auto-publicação
- Índices interativos com hyperlinks
- Busca por autores e palavras-chave
- Relatórios de downloads
- Sistema de notícias
- Banners para comercialização

+ INFORMAÇÕES

www.zepelini.com.br

zepelini@zepelini.com.br • (11) 2978-6686



ZEPPELINI
PUBLISHERS



◀ **EDUARDO MATSUOKA** é arquiteto da escolha na consultoria NudgesLab, empreendedor e psicólogo comportamental com especialização em temas como educação, percepção e cultura. Atua em projetos de *e-learning* e marketing digital.



ARQUITETURA DA ESCOLHA

Princípios básicos capazes de auxiliar na captação de recursos

Se você pretende lançar um *crowdfunding* ou realizar uma campanha de doação, deve saber (ou descobrirá em breve) que um dos maiores desafios para esses casos é a captação de recursos — sejam eles materiais, humanos ou financeiros. Não raro, vemos campanhas que não conseguem alcançar seus objetivos. Entretanto, há muitas que decolam e superam as expectativas. O que existe de diferente entre elas? O que faz uma campanha ser bem-sucedida ou fracassar?

Recentes pesquisas na área de Psicologia, sobre julgamento e tomada de decisão, mostram que alguns elementos presentes no momento de uma decisão podem influenciar profundamente o

A arquitetura da escolha fundamenta-se na organização do contexto no qual as decisões são tomadas para influenciar os comportamentos das pessoas, com base no conhecimento científico

resultado final. Mudanças sutis, muitas vezes inconscientes para quem está na situação, podem até multiplicar a quantidade de recursos arrecadados. É o que as ciências chamam de influências desproporcionais ou não lineares. Quando falamos de efeitos lineares, pensamos em respostas proporcionais às atitudes, como

expressa na primeira Lei de Newton: “para toda ação há sempre uma reação oposta e de igual intensidade”. Em contrapartida, ao falar de efeitos não lineares referimo-nos aos aumentos ou às quedas exponenciais ou na forma de gráficos em “S” (aumentos ou quedas graduais) ou em “U” (invertidos ou oscilações). Esse tipo de efeito desproporcional tem sido encontrado nas pesquisas sobre o papel que o ambiente exerce no comportamento humano.

Além disso, existem muitos princípios que são ignorados — alguns, inclusive, muito simples — e que influenciam profundamente o nosso dia a dia. É disso que trata a arquitetura da escolha, conceito que se fundamenta na organização do contexto no qual as decisões são tomadas para influenciar os comportamentos das pessoas, com base no conhecimento científico.

A seguir, estão três dicas de estratégias utilizadas na arquitetura da escolha e que podem dar o “empurrãozinho” (*nudge*) que faltava, de modo a incentivar as pessoas a contribuírem com aquela causa que consideram justa, mas que, por inércia do dia a dia, ainda não recebeu as suas colaborações.

O PROPÓSITO DA DOAÇÃO DEVE SER CLARO

Para onde vai o dinheiro que estou doando? O que será feito com ele?

Podem parecer perguntas comuns, mas muitas vezes as instituições pedem doações sem informar aos doadores o destino que aquele dinheiro terá. E, melhor do que apenas informar qual será seu uso, é fundamental personalizar o destinatário da ajuda. As pessoas ficam mais propensas a contribuir se sabem o nome e o rosto daquele que receberá a ajuda.

Na Psicologia, esse *insight* comportamental é conhecido como efeito da vítima identificável, ou seja, respondemos muito mais fortemente a histórias e a imagens concretas e vívidas do que a números, estatísticas, conceitos abstratos e genéricos ou psicologicamente distantes.

A famosa frase de Joseph Stalin — “a morte de uma pessoa é uma tragédia; a de milhões, uma estatística” — traduz bem como funciona nossa mente em grande parte do tempo, infelizmente ou felizmente (para quem souber utilizar bem esse *insight*).

LEMBRE-SE QUE OUTRAS PESSOAS TAMBÉM FAZEM BOAS AÇÕES

Seres humanos são seres sociais e muito do que fazem é influenciado pela conduta daqueles que estão ao seu redor. Portanto, providencie para que os potenciais doadores tomem conhecimento de que outras pessoas também estão praticando boas ações. E quanto mais próximas ou similares forem do doador, maiores serão as chances de influenciarem sua decisão.

Esse *insight* comportamental é conhecido como o princípio persuasivo de validação social. Em outras palavras, isso quer dizer que quanto mais um comportamento for percebido como popular ou aceito socialmente por seus semelhantes, maior será a tendência para que alguém se comporte da mesma forma.

ENTENDENDO A ARQUITETURA DA ESCOLHA

A arquitetura da escolha pode ser concebida como uma abordagem de design ou como um tipo de projeto com o objetivo de influenciar as ações das pessoas — de maneira ética — por meio do conhecimento científico. Esse conceito visa influenciar de modo positivo — por meio da persuasão e não da coerção ou do engano — os usuários a mudarem seus comportamentos (hábitos e atitudes), ajudando-os a alcançar seus objetivos.

📄 <http://www.nudgeslab.com/index.php/o-que-e-arquitetura-da-escolha/>

Mas é preciso ter cuidado: isso também pode gerar o efeito oposto do desejado. Se, apesar das suas boas intenções, você mostrar para o doador que a norma social é a não doação (como nas mensagens que enfatizam como poucas pessoas estão doando para a causa ou tendo outras atitudes negativas), pode esperar por mais não doações.

SEJA GENEROSO

Apesar das teorias econômicas tradicionais nos “pintarem” como seres racionais e que estão sempre atrás de maximizar os ganhos, é fato que existe a reciprocidade entre as pessoas: se eu o ajudar, é provável que você retribua esse gesto. Portanto, dê algo para as pessoas e certamente elas lhe darão algo em troca.

Esse *insight* é conhecido como o princípio persuasivo de reciprocidade. Isso significa que as pessoas ficam mais dispostas a concordar com algum pedido quando algo foi dado para elas antes. A evolução e a educação nos deram uma grande tendência a retribuir o tratamento que nos foi conferido anteriormente, seja ele positivo ou negativo. Como diz a famosa expressão, gentileza gera gentileza. Da mesma forma, generosidade gera generosidade.

Além desses três princípios básicos, vale ressaltar a filosofia do testar, aprender e adaptar, adotada pela arquitetura da escolha. Em vez de adotar o bom senso, continuar com as tradições ou seguir modismos passageiros, as práticas de captação de recursos podem aplicar *insights* comportamentais, testar seus resultados e ser refinadas continuamente.

Foi assim que a Smile Train, um dos maiores casos de doações para caridade (especificamente para cirurgias de correção de lábios leporinos), conseguiu resultados tão expressivos: por meio de experimentos, e avaliando o que dava certo e o que dava errado.

Profissionais de marketing têm, em parte, adotado essa filosofia da experimentação contínua com os testes A/B em websites, por exemplo. A mesma atitude é tomada em relação aos tratamentos médicos: antes de serem implantados em larga escala na população, passam por rigorosos estudos clínicos randomizados, nos quais metade dos participantes é exposta ao tratamento e a outra metade não, podendo, assim, avaliar o resultado do tratamento.

Por que não adotar a mesma filosofia nas práticas de captação de recursos? 📄



◀ **THAIS LANCMAN** é jornalista e escritora. Atualmente, está terminando o mestrado em Literatura Judaica na Universidade de São Paulo (USP). Já trabalhou em diversos veículos nas editorias de política, meio ambiente, cotidiano e internacional. Em 2016, passou a produzir conteúdo sobre *crowdfunding* e Terceiro Setor para a Juntos.com.vc.



A EXPERTISE POR TRÁS DE CADA PROJETO

Nos últimos anos, o *crowdfunding* tornou-se uma ferramenta poderosa para a viabilização de todo tipo de projeto pessoal, artístico e social. Ele parte do princípio simples da “vaquinha”, porém com benefícios para quem contribui, além da ideia do “tudo ou nada”: caso o projeto não cumpra a meta estipulada para a captação, necessária para que ele aconteça, todo dinheiro é devolvido aos colaboradores. O Kickstarter, talvez a plataforma de *crowdfunding* mais conhecida mundialmente, já arrecadou mais de US\$ 2,3 bilhões desde sua criação, com mais de 100 mil projetos bem-sucedidos.

No campo das Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscips), diversas iniciativas só se concretizaram graças a esse sistema de financiamento coletivo, que faz a ponte entre instituições e doadores com diferentes potenciais. A condicionalidade de 100% da captação para que o financiamento ocorra faz com que toda contribuição seja valorizada, desde o pequeno doador até aquele que investe uma grande quantia. Se hoje a ideia de captar via *crowdfunding* parece natural e corriqueira a muitas pessoas, especialmente àquelas que atuam

no Terceiro Setor, boa parte disso se deve à atuação da Juntos.com.vc, que possibilita a captação para projetos de impacto social sem cobrar comissão.

A Juntos.com.vc, criada em maio de 2012, é uma organização sem fins lucrativos qualificada como Oscip, que possibilita o financiamento de projetos com impacto social e socioambiental. Utiliza uma plataforma de *crowdfunding* para viabilizar projetos idealizados e desenvolvidos por organizações não governamentais e empreendedores sociais com a ajuda financeira de pessoas e empresas que se identificam com as mais diversas causas.

Desde a sua criação, a Juntos.com.vc já captou mais de R\$ 5 milhões, em mais de 21 mil doações, tornando realidade iniciativas nas áreas de assistência social, ambiental, direitos humanos, entre outras. Apenas em 2015, 265 projetos passaram pela sua plataforma. Por trás de cada campanha está o desenvolvimento de uma estratégia, o acompanhamento e a consultoria dessas iniciativas, um trabalho que rendeu, em 2014, a premiação no Desafio de Impacto Social Google Brasil como uma das dez melhores ONGs do país a utilizar a tecnologia para gerar impacto



CAMPANHAS NA JUNTOS.COM.VC

Ano	Número total de projetos	Captação para os projetos (em R\$)
2012	19	89.115
2013	61	767.741
2014	60	721.115
2015	147	2.765.240
2016 (expectativa)	280	3.000.000

social e, em novembro de 2015, a conquista do prêmio da World Summit Award como melhor organização brasileira na categoria Inclusão e Empoderamento.

Boa parte desse conhecimento adquirido foi reunido pela equipe da Juntos.com.vc em um manual, disponível para download no site da instituição. Além de explicar como o grupo atua, o manual detalha o passo a passo da campanha, desde a sua criação, passando pelo desenvolvimento e chegando à avaliação final, sendo ela bem-sucedida ou não. A comunicação com a rede e os possíveis doadores, por ser um elemento fundamental no processo, ocupa boa parte do manual. Nesses capítulos, é possível ver dicas sobre o vídeo de divulgação e tudo aquilo que se pode fazer para conquistar um doador em potencial nos cerca de três minutos que ele gasta visualizando a página de um projeto.

A captação via *crowdfunding* possibilita, além da concretização de projetos de impacto, o contato próximo entre organizações e sua rede. Em seu manual, a Juntos.com.vc reforça que não faz a captação, mas a viabiliza, e que a rede da própria organização é a origem da maior parte das doações. Mais do que arrecadação, a campanha consiste em uma oportunidade de exposição da marca da ONG por meio da captação de recursos para um projeto específico, com começo, meio e fim, garantindo uma devolutiva amigável e responsável, cujo objetivo é também atrair o doador pontual para mais perto dessas organizações.

Muitas pessoas ainda enxergam o *crowdfunding* como mendigar e por isso evitam essa forma de financiamento. Felizmente, esse é um pensamento superado pela maioria das pessoas. O livro da artista Amanda Palmer, *A arte de pedir*, traz bem essa diferença. Palmer atingiu a marca histórica de US\$ 1 milhão para a gravação do seu disco solo por intermédio do Kickstarter e publicou a sua história, explicando que quando alguém pede está oferecendo algo em troca, seja sua arte, seja mesmo um sentimento positivo. No caso de alguém que implora, suplica, a pessoa coloca o doador quase em posição de que está obrigado ou intimado a contribuir, e essa não é a posição do *crowdfunding*.

O trabalho com *crowdfunding* é um processo de aprendizado constante, e até mesmo Amanda Palmer aponta isso em seu livro, contando mudanças que teve em seu projeto do Kickstarter e em ações similares, que enfrentaram dificuldades e até desistiram. Mas também é algo bastante recompensador. Em poucos anos, a Juntos.com.vc amadureceu e continua atingindo novos públicos e se desenvolvendo. E está sempre aberta a novos projetos que queiram captar por meio da plataforma. 📌

REFERÊNCIAS

- JUNTOS.COM.VC. *Manual do crowdfunding*. 2016. Disponível em: <<https://s3-sa-east-1.amazonaws.com/juntoscomvc/uploads/Manual+Juntos.com.vc+2016.pdf>>. Acesso em: 30 maio 2016.
- KICKSTARTER. *Relatório anual da Kickstarter*. 2016. Disponível em: <<https://www.kickstarter.com/help/stats>>. Acesso em: 30 maio 2016.
- PALMER, Amanda. *A arte de pedir*. São Paulo: Intrínseca, 2015.



◀ **RÉGIS MONTEIRO FERREIRA** é mestre em Contabilidade pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), MBA Executivo em Finanças pelo IBMEC e contador graduado pela UFMG. Diretor da R&R Auditoria e Consultoria, da Value Gestão de Negócios Ltda. e da Value Gestão Contábil.



◀ **WARLEY DIAS** é mestre em Contabilidade e Controladoria pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Diretor nas empresas R&R Auditoria e Consultoria e Value Gestão de Negócios. Professor da pós-graduação em Contabilidade e Gestão para o Terceiro Setor da Faculdade Batista de Minas Gerais (FBMG).



SISTEMAS DE INFORMAÇÕES GERENCIAIS

Investindo na sustentabilidade das instituições do Terceiro Setor

Vivemos, nos dias atuais, um ambiente de instabilidade marcado por incerteza, competitividade e complexidade, o qual demanda dos gestores o aprimoramento contínuo de seus sistemas de controles gerenciais e estratégicos, para garantir a sustentabilidade econômica de suas organizações, mesmo não tendo fins lucrativos. Por isso, é fundamental que os recursos de instituições do Terceiro Setor sejam corretamente empregados no cumprimento de seus objetivos institucionais de forma segura, sem perdas, desperdícios ou desvios, além da transparência necessária das suas operações.

Nesse contexto, essas instituições precisam investir fortemente em estratégias gerenciais que agreguem valor e, ao mesmo tempo, segurança para a organização, além de permitir aos gerentes dos diversos níveis a tomada de decisões operacionais pertinentes à sua esfera de responsabilidade, com segurança e assertividade, considerando os recursos e as competências disponíveis, a transparência e a credibilidade.

Diante disso, o controle interno apresenta-se como a ferramenta que organiza e integra os procedimentos e os processos das

instituições, com o objetivo de minimizar riscos, proteger o patrimônio, dar efetividade às informações e garantir a implementação das estratégias e das operações que os gestores desenharam em seus pensamentos e orientações estratégicas. Dessa maneira, têm-se os controles internos como a base dos procedimentos de controladoria e de governança corporativa das instituições¹.

Esse controle necessita ser detalhado e específico para cada tipo de instituição, variando conforme suas atividades, ambientes, riscos, operações e necessidades de informação, comunicação e monitoramento. Entretanto, independentemente das diversas possibilidades de diferenciação entre uma entidade e outra, um desenho completo e objetivo para o acompanhamento das operações é imprescindível para uma gestão eficiente e eficaz da instituição, servindo como um plano estendido de garantia das operações.

Os controles internos podem ser divididos em:

- **Operacionais:** relacionados ao alcance dos objetivos da entidade.
- **Contábeis:** acerca da veracidade e fidedignidade das informações e dos registros da contabilidade.

¹Segundo o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGG), governança corporativa é o sistema pelo qual as sociedades são dirigidas e monitoradas, envolvendo os relacionamentos entre acionistas/cotistas, conselho de administração, diretoria, auditoria e conselho fiscal.

- **Normativos:** associados à observância da regulamentação pertinente a cada instituição, ou seja, ao cumprimento das normas internas.

Para a gestão contábil, os controles internos são definidos como o conjunto de recursos, métodos, procedimentos e processos adotados, com a finalidade de:

- salvaguardar os ativos e assegurar a veracidade dos componentes patrimoniais;
- dar conformidade ao registro contábil em relação ao ato correspondente;
- propiciar a obtenção de informação oportuna e adequada;
- estimular adesão às normas e às diretrizes fixadas;
- contribuir para a promoção da eficiência operacional da entidade; e
- auxiliar na prevenção de práticas ineficientes e antieconômicas, erros, fraudes, malversação, abusos, desvios e outras inadequações².


A importância dos controles internos também fica evidente nos trabalhos de revisão e de auditoria das informações contábeis, nos quais a avaliação dos controles da instituição é a parte fundamental do planejamento e da execução dos trabalhos, sendo necessária para analisar a efetividade operacional da instituição na prevenção, detecção e correção de distorções relevantes que poderiam de alguma maneira influenciar a opinião dos usuários interessados nas informações dos demonstrativos contábeis daquela instituição (que são derivadas do seu sistema de controle interno). Por isso, podemos perceber que as instituições que passam por procedimentos de auditoria recorrentes têm sido naturalmente forçadas a aprimorar os seus controles internos e a melhorar a qualidade informacional dos seus demonstrativos contábeis.

Em nossa experiência nos trabalhos desenvolvidos no Terceiro Setor, podemos elencar as principais dificuldades encontradas nessas instituições – e pelos gestores – no desenho e na implantação de seus controles internos contábeis:

- normas e procedimentos formalizados e atualizados que permitem uniformizar e dar continuidade a algumas decisões técnicas e critérios estabelecidos nas políticas institucionais;
- organograma funcional formalizado e atualizado representando sua estrutura formal;
- fluxograma de operações formalizadas e atualizadas que demonstram a sequência operacional do desenvolvimento de um processo que caracterize o trabalho que está sendo feito, o tempo necessário para sua realização, a distância percorrida pelos documentos, quem está desenvolvendo o trabalho e como ele flui entre os participantes do processo;
- controles de atas de reunião e formalização de decisões importantes de diretorias e de conselhos;

- controles de fluxos de caixa das operações pretéritas financeiras;
- projeções para operações futuras de caixa com previsão de recebimentos e desembolsos para análise antecipada de determinados cenários;
- controles e conciliações de operações bancárias;
- controles orçamentários para acompanhamento das estratégias organizacionais e controle tático;
- controles financeiros e operacionais de projetos, parcerias e outros programas de forma individualizada e segregada das demais atividades das instituições;
- controles relacionados aos recebíveis individualizados, principalmente no tocante às perdas esperadas com resultado de acontecimentos futuros com títulos e créditos de liquidação duvidosa;
- controle de estoques adequados com informações precisas, sobretudo para os departamentos de compra e de venda;
- controle patrimonial para gerenciamento de todo o patrimônio do empreendimento;
- controle de provisões para contingências trabalhistas, cívicas e fiscais que representam riscos financeiros;
- controles internos necessários para a aplicação das Normas Contábeis Brasileiras atualizadas e alinhadas com as Normas Internacionais de Contabilidade;
- controle das atividades e financeiro de acordo com a segregação das atividades, com os programas, com a finalidade e com o objetivo institucional;
- controles de tributos, principalmente de atividades e normas para requerimento de isenções e imunidades;
- controles de sanções legais ou regulamentares, perdas financeiras ou mesmo perdas reputacionais decorrentes da falta de cumprimento de disposições legais, regulamentares, códigos de conduta etc.

Assim, a aplicação do controle interno, ferramenta de gestão organizacional, somente é possível por meio do entendimento dos sistemas gerenciais e procedimentos internos. Nesse sentido, apesar de cada instituição poder utilizar seu próprio sistema de controle interno, todas devem possuir os mesmos objetivos: eficiência operacional, segurança, confiabilidade e transparência das informações. A busca pelo aprimoramento contínuo e o desenvolvimento do ambiente gerencial devem ser a meta dos gestores para a sustentabilidade organizacional e, conseqüentemente, econômica das instituições.

Portanto, podemos concluir que esse investimento contínuo em aprimoramento nos controles internos e nos sistemas de controles gerenciais é indispensável para o desenvolvimento e até mesmo para a sobrevivência das instituições no Terceiro Setor. 

²Resolução n.º 1.135/2008 do Conselho Federal de Contabilidade (CFC).



◀ SILVIA MARIA LOUZÃ NACCACHE é biomédica e coordenadora do Centro de Voluntariado de São Paulo (CVSP). Atua há 18 anos na área de responsabilidade social, Terceiro Setor e voluntariado.



◀ ELAINE MACEDO é voluntária do Centro de Valorização da Vida (CVV) e gestora social com mais de 30 anos de atuação no Terceiro Setor.



COMOVAI VOCÊ?

VIDAS CONECTADAS: CVV COMPLETA 54 ANOS DE VOLUNTARIADO NO BRASIL

54 anos se passaram e muitas vidas foram conectadas.

Um milhão de atendimentos anuais.

2.000 voluntários em 18 estados e no Distrito Federal.

O que e por que agradecer e celebrar?

O Centro de Valorização da Vida (CVV) foi fundado em São Paulo em 1962. É uma associação civil sem fins lucrativos, filantrópica, que presta serviço voluntário e gratuito de apoio emocional e prevenção ao suicídio para todas as pessoas que querem e precisam conversar, com total sigilo. Esses contatos são feitos pelo telefone 141 (disponível 24 horas por dia), pessoalmente (nos 72 postos de atendimento em todo o país), pelo site <www.cvv.org.br>, via *chat*, VoIP (Skype) e por e-mail.

A organização se destaca pelo comprometimento e pela excelência na gestão de seu Programa de Voluntariado. O voluntário do CVV doa seu tempo para quem precisa conversar sobre todos os assuntos e não tem conseguido fazer isso com as pessoas próximas. São pessoas com mais de 18 anos de idade, com pelo menos 4 horas semanais disponíveis e com vontade de ajudar pessoas. Todos participam de um treinamento gratuito de preparação de voluntários em uma das unidades de atendimento. Essa atividade pode ser realizada no plantão presencial ou à distância.

Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), é registrada uma morte por suicídio a cada 40 segundos em todo o mundo. O Brasil é o oitavo país com o maior índice de suicídios; em 2012, foram registrados 11.821 casos. A média é de um suicídio por hora! A Índia está em primeiro lugar, com 258 mil casos registrados, seguida pela China, com 120 mil. São 800 mil suicídios por ano no planeta e uma das maiores causas disso é a depressão.

O voluntariado do CVV atua com base no preceito de que se em toda sua existência o CVV salvar uma única vida, todo o trabalho se justifica. Os voluntários CVV são orientados, capacitados e treinados por equipes de especialistas a ouvir com empatia o próximo, a fazer a doação de uma escuta amorosa e sem julgamento e, de fato, contribuir para a prevenção ao suicídio.

No início do CVV, houve desestímulos e incômodos por parte de especialistas em relação a sua criação, o que hoje é bem diferente. A frase original era: “A campanha que hoje vocês iniciam, se ao longo de cem anos tiver salvado uma vida, uma só, já estará



FOTO: LEILA FUGHI

Grupo de Programa de Voluntariado do CVV

justificada” — dita pela socióloga, enfermeira e jornalista Nancy Puhlmann Di Girolamo, e foi uma alavanca na perseverança do caminho. Na seqüência (semana seguinte), outro grande estímulo ao grupo de jovens que idealizaram o CVV, com a frase “Dentro de dez anos vocês estarão entendendo de desespero e de ansiedade mais do que eu”, foi dado pelo psiquiatra Dr. Wilson Ferreira de Mello e calou fundo nos corações rumo ao servir. Desde então, 54 anos se passaram. O que e por que agradecer e celebrar?

Hoje, o CVV é reconhecido nacional e mundialmente por sua contribuição para a área da saúde, na prevenção do suicídio, na promoção de saúde mental, no enfrentamento das dependências químicas e nos distúrbios humanos e sociais. Ainda, contribui com o trabalho de especialistas, como profissionais das áreas de psiquiatria, psicologia e Assistência social. Também é reconhecido como serviço de utilidade pública pelo Ministério da Saúde. Hoje, parceiros e apoiadores valorizam e reconhecem o voluntariado CVV e sua proposta de promover uma forte interação de pessoas com pessoas, além de tratar de um tema polêmico e tabu.

O voluntário CVV tem o espírito samaritano e a perseverança nas 24 horas no caminho do servir, ciente de que dor não tem dia nem hora. A prevenção ao suicídio urge por pausas frequentes na qualidade do servir, para rever seu sentido, sua atuação, sua ampliação, sua melhoria contínua, sua eficiência e sua eficácia no tempo e nos caminhos da valorização da vida. Se olharmos no campo da contribuição social, a simples ideia do CVV de “doar amor e amizade — dar de si, no exercício do ouvir compreensivamente, respeitar, confiar e considerar o próximo na sua dignidade humana” já se faz motriz de imensurável dimensão ao compromisso com a vida.

Um exemplo é o posto CVV Jabaquara, que celebrou seu aniversário de 30 anos debatendo com seus voluntários o valor da vida e do compromisso com a vida do outro.

Os postos de todo o Brasil abrem periodicamente espaço para captação de novos voluntários e fazem um grande investimento na formação que chega a ter mais de 36 horas de duração.

Um reflexo da crise econômica é o grande aumento do número de atendimentos prestados pelo CVV a pessoas com quadro de instabilidade emocional. Segundo dados do posto CVV de Sorocaba, esse aumento foi de 50% nos 5 primeiros meses deste ano comparativamente à média apurada no mesmo período de 2015.

O atual momento vivido no país, mais exatamente no que se refere ao desemprego, é o maior responsável pela procura pelo CVV, pois é com o voluntário do CVV que se pode falar de angústias, aflições, e porque os que sofrem com as consequências da demissão do serviço estão preocupados com a família, com as dívidas que têm a saldar. Como não conseguem desabafar com outros, ou têm constrangimento de fazê-lo, procuram o CVV que está lá exatamente para ouvi-los, dar atenção e apoiá-los nessa hora. Há quem ligue para o 141 (o custo é de uma ligação local) apenas para contar como tem passado. Outros desabafam suas angústias, relatam problemas de saúde, choram um amor perdido. Tem ainda quem confidencie as mais tórridas taras sexuais ou até mesmo confesse um crime. Nenhum é considerado indigno de atenção. São todos “outras pessoas”, expressão recorrente do dicionário do CVV.

É fundamental compreender que o diferencial do CVV é ter voluntários à disposição 24 horas. Os atendimentos presenciais nos postos têm restrição de horário, mas por telefone, internet, chat, Skype e por e-mail o atendimento é 365 dias por ano, 24 horas por dia. É a tecnologia facilitando a comunicação, o contato entre as pessoas.

Qual é o seu, o meu e o nosso papel humano social? Com certeza, agradecer, valorizar e celebrar a vida! 🎵



◀ **JULIANE BITTENCOURT** é jornalista, gestora de projetos sociais e educativos, e sócia da EdukTravel.



◀ **ROBERTA ROSSI** é consultora, sócia da Conexão Trabalho e membro do Grupo de Estudos de Voluntariado Empresarial.

CELESTE HERBERT/DEVELOPING WORLD CONNECTIONS



Grupo de volunturistas canadenses ajuda na construção de casa no Camboja.

UMA NOVA OPORTUNIDADE PARA O VOLUNTARIADO

Já pensou em unir o trabalho voluntário a um tipo de turismo que contribui com o desenvolvimento social e econômico local? Este é o turismo voluntário, que tem suas raízes no voluntariado.

Ele é considerado um serviço voluntário por implicar na participação ativa e espontânea do turista na comunidade e com o meio ambiente; e também é classificado como turismo por apresentar características pertinentes à atividade,

como envolver o deslocamento de pessoas para fora de seu ambiente natural e desenvolver práticas responsáveis que visem à sustentabilidade.

O volunturismo deve acontecer em projetos sociais que estejam inseridos em localidades onde o turismo de base comunitária seja desenvolvido, uma vez que oferece a oportunidade do voluntário se envolver não apenas com a comunidade, mas também com a cultura e a sustentabilidade locais. E vai além ao propiciar que

PROJETOS DE VOLUNTURISMO EMPRESARIAL PODEM SER PLANEJADOS COMO:

- ações de *team building*;
- parte da formação dos jovens funcionários (*trainees*, estagiários e aprendizes, por exemplo);
- prêmio para equipes de colaboradores destaques de áreas ou projetos;
- projeto de voluntariado que impulse e incentive o programa;
- reconhecimento aos voluntários (mais atuantes ou vencedores de concursos);
- projeto de intercâmbio de competências (voluntários prestam assessoria na sua área de atuação para organizações e empreendedores locais e vivenciam o turismo e saberes da comunidade), entre outras possibilidades.

CELESTE HERBERT/DEVELOPING WORLD CONNECTIONS



Voluntaristas trabalham na construção de banheiro em casa cambojana.

ele seja um agente de transformação e busque formas de conhecer, descobrir e beneficiar a todos: o lugar visitado, o público que habita aquela região e a si mesmo, como protagonista de uma vivência inovadora.

Esta é uma nova tendência para as empresas que estão sempre em busca de ferramentas que desenvolvam seus funcionários, melhorem o clima organizacional, atraiam e retenham talentos, integrem equipes e desenvolvam competências. O volunturismo empresarial pode gerar tudo isso em uma única experiência.

QUE TAL PROMOVER ALGO DIFERENTE E IMPACTANTE NA SUA EMPRESA?

Uma empresa que vá desenvolver um projeto de volunturismo deve entender que ele engloba um conjunto de ações voluntárias, sustentáveis e turísticas no destino. Em uma experiência assim, o que realmente importa é o contato direto e respeitoso com o ambiente, seus residentes e os elementos fundamentais do turismo: arte, cultura, lazer, história e geografia.

O colaborador voluntário também contribui economicamente com a comunidade local por meio da hospedagem — em lugares que beneficiem os pequenos empreendedores — e da alimentação — em locais que comprem de agricultores da região. É uma verdadeira imersão cultural, pois a experiência transcende a ação social praticada, já que o turista se conecta com a realidade do lugar, troca experiências com os moradores locais e entende a importância de sua visita e atuação.

Sobre o tempo do projeto, cada empresa pode definir o que é mais viável para sua realidade: um dia, um final de semana, uma semana completa ou até um período maior.

Para os funcionários, os benefícios do volunturismo são inúmeros, já que o aprendizado e a experiência adquiridos geram novos comportamentos e ideias que influenciam o desenvolvimento profissional e pessoal. Para as comunidades, as iniciativas contribuem com o seu desenvolvimento socioeconômico de forma sustentável. Para as empresas, os benefícios são diversos, como:

- estímulo à capacidade de trabalhar com diferentes culturas, pessoas e opiniões;
- experiência de gestão em ambientes diversos;
- estímulo à inovação com a busca de soluções em outros contextos;
- fortalecimento do espírito de equipe;
- desenvolvimento de lideranças;
- relacionamento com comunidades;
- consolidação de valores de cidadania e desenvolvimento sustentável;
- geração de sensibilidade para desafios globais e locais.

E, como todo projeto de voluntariado, a relação é de ganha-ganha. O volunturismo empresarial é uma modalidade interessante, responsável, divertida e engajadora, que vale a pena ser conhecida. 🏡

Escolha a nº 1 brasileira de auditoria independente.
Presente em 500 escritórios em 82 países.



25anos



Lopes, Machado
Auditors, Tax, Consultants & Business Advisers

Independent Member of
B K R
International



55 21 2156-5800

novosnegocios@bkr-lopemachado.com.br | www.lopemachado.com

Auditoria | Compliance | Consultoria em Fusões e Aquisições | Consultoria Trabalhista e Previdenciária | Consultoria Tributária | Due Diligence

SEDE: Av. Graça Aranha, 416 - 11º andar - Centro | Rio de Janeiro - RJ | São Paulo - SP | Recife - PE | Belo Horizonte - MG | Vila Velha - ES

Siga-nos:





◀ **ALEXANDRE CHIARATTI DO NASCIMENTO** é graduado em Ciências Contábeis e pós-graduado em Gestão de Organizações do Terceiro Setor. É auditor e especialista em Finanças, com mais de 15 anos de experiência em entidades do Terceiro Setor.



◀ **MATEUS YUTAKI ARAGAKI FERREIRA** é graduado em Ciências Contábeis, com MBA em Auditoria. É sócio da Audisa Auditores Associados, tem mais de 13 anos de experiência no Terceiro Setor, e ministra cursos e treinamentos sobre consultoria, auditoria e perícia.

INFORMAÇÕES TRANSPARENTES E DE QUALIDADE

Em um cenário em processo de mudanças, a auditoria independente pode contribuir com a segurança dos dados, os controles de gastos e a transparência da organização

O Terceiro Setor ocupa um importante espaço na economia nacional, gerando milhares de empregos, prestações de serviços, vendas de produtos e, ainda, uma grande integração com as políticas e sistemas públicos que movimentam cerca de R\$ 35 bilhões ao ano.

Para que se tenha dimensão do setor atualmente, podemos citar uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), que apurou aproximadamente 305 mil associações e fundações atuantes em diversas áreas, como defesa de direitos, cidadania, educação, saúde, assistência social e cultura.

Sabe-se que a maioria das informações está evidenciada na contabilidade, que registra todos os atos e fatos ocorridos dentro de uma entidade. Contudo, há o mito de que a contabilidade do Terceiro Setor é uma atividade simples, uma vez que essas entidades são constituídas sem fins lucrativos e contam com certificações e/ou qualificações que lhes garantem isenção no recolhimento de impostos e de contribuições. No entanto, a realidade não é assim.

Nos últimos tempos, tem ocorrido uma série de mudanças significativas não apenas nas normas contábeis, como a convergência às Normas Internacionais de Contabilidade (IFRS),¹ mas também nas legislações trabalhistas e tributárias, e nas normas específicas que são aplicadas a essas entidades, tornando-as mais complexas e demandando ainda mais qualificação e profissionalização dos colaboradores da área contábil.

AUDITORIA INDEPENDENTE GERA TRANSPARÊNCIA

Diante das muitas mudanças ocorridas nos últimos dez anos, tornou-se imprescindível que a entidade social evidencie ao máximo suas informações, como custos e despesas, e seja

transparente quanto à aplicação dos recursos recebidos, sejam eles públicos ou privados.

Nesse cenário, a auditoria independente adquire relevante papel e responsabilidade, e vem avaliar, verificar e reforçar a necessidade de se atender a todas essas exigências (técnicas, legais e de transparência). Cabe à auditoria, por meio de seu relatório independente (antigo parecer), informar ao órgão diretivo da entidade, assim como aos *stakeholders*, como estão as saídas financeira e operacional da organização, a origem e a aplicabilidade dos recursos recebidos, além de reiterar a necessidade de profissionalização de seus colaboradores e seus respectivos controles e informações.

Pode-se dizer que a auditoria independente é o caminho mais curto, prático e fiel para observar e preservar as informações geradas pelas entidades, não apenas quanto ao atendimento de normas específicas de contabilidade, mas também ao cumprimento de leis que são redigidas para cada tipo de atividade de suas competências.

GESTÃO RESPONSÁVEL E PRESTAÇÃO DE CONTAS

Cada vez mais os gestores (presidentes e diretoria) e os conselhos fiscais vêm exigindo a realização de auditorias independentes em suas entidades, de modo a evitar possíveis surpresas ou para não precisar assumir responsabilidades extraordinárias às suas funções, principalmente quando não se têm total conhecimento de todos os fatos.

As entidades do Terceiro Setor estão assumindo uma responsabilidade social cada vez maior, por isso essas organizações precisam elaborar e, em alguns casos, publicar demonstrações financeiras que evidenciem as atividades relacionadas a essa responsabilidade.

As entidades notaram a necessidade de se profissionalizar e a importância do papel da auditoria nesse processo, mas, no Brasil,



ainda é preciso transformar isso em uma cultura, visto que somos hoje um dos países menos auditados no mundo.

A auditoria independente é uma ciência concebida para realizar a constatação da integridade contábil da entidade. É ela que certifica os saldos apresentados nas peças contábeis a fim de transparecer a realidade econômica e financeira para quem dela necessitar. Mais do que isso, a atuação da auditoria independente nesse setor vai muito além de emitir sua opinião sobre essas peças contábeis: tem um cunho social de prestar informações fidedignas a toda a sociedade.


Apesar de não ser obrigatória em alguns casos, a auditoria independente pode trazer diversos benefícios, como gerar credibilidade e transparência às informações, aperfeiçoar os controles por meio de novas tecnologias e metodologias — evitando possíveis fraudes e desvios —, e auxiliar no direcionamento aos princípios de contabilidade, normas brasileiras de contabilidade e outras legislações vigentes que as qualificam e as certificam.

A auditoria independente desenvolve seu trabalho via procedimentos técnicos realizados por profissionais qualificados e

A atuação da auditoria independente no Terceiro Setor vai além da emitir de opinião sobre peças contábeis: ela tem um cunho social de prestar informações fidedignas a toda a sociedade

constantemente treinados, de forma preventiva, contribuindo com as esferas governamentais e principalmente com a sociedade, pois apresenta o relatório dos auditores, que demonstra o diagnóstico anual ou por período previamente determinado, prazo do contrato, entre outros.

Credibilidade e transparência são aspectos fundamentais para o êxito e o desenvolvimento de qualquer atividade; afinal, ninguém aloca recursos em uma entidade se não souber se ela é profissional, se está saudável e se aplica seus recursos no que se comprometeu!

Todo país desenvolvido precisa atender às regras, acompanhar as mudanças e ser transparente. A auditoria independente contribui nesses processos, pois não basta apenas fazer, é preciso fazer de acordo com as normas e mostrar que fez adequadamente. 

¹A sigla IFRS vem do inglês *International Financial Reporting Standards*, que significa Normas Internacionais de Relatório Financeiro. Trata-se de um conjunto de pronunciamentos de contabilidade internacionalmente acolhido pela comunidade financeira.

PESQUISA DOAÇÃO BRASIL APRESENTA O PERFIL DOS DOADORES BRASILEIROS

Levantamento pretende servir como base para estimular a cultura da doação no país

Por Paula Craveiro

Durante o ano de 2015, 77,0% dos brasileiros fizeram algum tipo de doação, sendo que 62,0% dos doadores cederam bens, 52,0% contribuíram com dinheiro e 34,0% disponibilizaram seu tempo para algum trabalho voluntário. No período, as doações individuais totalizaram R\$ 13,7 bilhões, valor correspondente a 0,23% do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil.

Esses dados fazem parte do mais completo estudo realizado no país sobre o perfil dos doadores brasileiros, intitulado *Pesquisa Doação Brasil*. A intenção é que esse estudo seja repetido a cada três a cinco anos para que se possa acompanhar a evolução da cultura de doação no país. Encomendado ao Instituto Gallup, o levantamento entrevistou 2.230 pessoas em todo o Brasil, com idade acima de 18 anos, residentes em áreas urbanas e com renda familiar mensal a partir de um salário-mínimo. A pesquisa é uma iniciativa coordenada pelo Instituto pelo Desenvolvimento do Investimento Social (Idis), em parceria com um grupo de especialistas.

“A Pesquisa Doação Brasil revelou um retrato jamais visto, que servirá de base para uma grande campanha pela cultura de doação no país”, afirma Paula Fabiani, diretora-presidente do Idis.

PRINCIPAIS DADOS

Levando em consideração as regiões do Brasil, em números absolutos, o Sudeste aparece em primeiro lugar, concentrando 43,5% dos doadores. A região Nordeste vem na sequência com 31,0%, seguida pelo Sul (13,0%), Norte (6,5%) e Centro Oeste (6,0%). Desses doadores, mais de um terço (36,0%) fizeram uma doação mensal no ano passado, cujos valores médios eram de R\$ 20 a R\$ 40 por mês, ou seja, de R\$ 240 a R\$ 480 por ano.

A Pesquisa Doação Brasil mostrou não existir relação direta entre o tamanho da cidade e a prática de doação em dinheiro, ou seja, mesmo fora das grandes cidades, o brasileiro também doa. Porém, existe forte relação entre idade e a prática da doação em

O perfil típico do doador brasileiro é: mulher, com instrução superior, praticante de alguma religião, moradora das regiões Nordeste ou Sudeste e com renda individual acima de quatro salários-mínimos

dinheiro. Quanto maior é a faixa etária, maior é a incidência desse tipo de doação. O mesmo acontece em relação ao grau de instrução. Pessoas com nível superior praticam mais doação em dinheiro.

Segundo a pesquisa, o perfil típico do doador brasileiro é: mulher, com instrução superior, praticante de alguma religião, moradora das regiões Nordeste ou Sudeste e com renda individual acima de quatro salários-mínimos, conforme apresentado no Quadro 1. O levantamento mostrou ainda que as mulheres (49,0%) têm o hábito de doar para organizações com mais regularidade do que os homens (42,0%).

CONSCIÊNCIA X FATOR EMOCIONAL

Entre os entrevistados, 80% disseram não se deixar levar pela emoção na hora de doar, enquanto os demais 20% admitiram praticar esse ato por impulso. Ou seja, a principal razão para alguém doar dinheiro é a empatia pela causa e a solidariedade em relação aos necessitados, o que indica que existe uma forte ligação entre o ato de doar e a gratificação emocional (Gráfico 1). “Esse resultado é muito positivo, uma vez que mostra que o brasileiro tem muita consciência na hora de doar”, destaca Paula.

Entre os temas que mais sensibilizam o doador em dinheiro, apresentados no Gráfico 2, destacaram-se: em primeiro lugar, a saúde, com 40,0% das respostas; causas relacionadas às crianças ocupam a segunda colocação, com 36,0%; o tema combate à fome e à pobreza ficou em terceiro lugar, com 29,0%; e causas relacionadas aos idosos, com 21,0%.

RELIGIÃO E SOLIDARIEDADE

A religião é um fator que exerce grande influência no hábito de doar dos brasileiros. Entre os que se declararam espíritas na pesquisa, 58,0% praticam a doação em dinheiro. Entre os católicos, o percentual é de 51,0%, enquanto entre os declarados evangélicos, o índice é de 45,0%. O estudo não considerou os valores destinados a dízimos ou a mensalidades para associações.

IMPORTÂNCIA DA DOAÇÃO

Outro aspecto abordado pelo estudo diz respeito ao relacionamento dos brasileiros com as organizações não governamentais. Entre os resultados obtidos, destaca-se o fato de que 71,0% dos entrevistados entendem que as ONGs dependem de doações para funcionar e dar continuidade às suas ações, e 44,0% concordam

que essas instituições realizam um trabalho sério e competente. Contudo, apenas 26,0% das pessoas consultadas acham que a maioria das ONGs é confiável.

“A pesquisa mostra que os brasileiros entendem a importância e valorizam o trabalho das ONGs, mas elas, assim como ocorre com muitas outras instituições, acabaram se contaminando pela onda de escândalos e de desconfiança que atinge o Brasil”, avalia a presidente do Idis.

A pesquisa também analisou o perfil dos doadores que desistiram de doar, conforme Gráfico 3: 43% dos entrevistados alegaram falta de dinheiro como principal motivo para não realizarem mais doações, enquanto outros 17,0% disseram não confiar nas organizações que pediram ajuda, e 7,0% afirmaram não terem sido abordados para doar novamente.

Quadro 1 – Perfis de doadores e não doadores

Perfil clássico do brasileiro doador (dinheiro, bens ou tempo)	Perfil clássico do brasileiro doador em dinheiro	Perfil clássico do não doador brasileiro
Mulher	Mulher	Homem
Acima de 40 anos	Quanto mais idade, mais doa	Entre 18 e 29 anos
Região Centro-Oeste, Nordeste ou Sudeste	Região Nordeste ou Sudeste	Região Sul
Instrução superior	Renda individual superior a quatro salários-mínimos	Baixa escolaridade
Renda individual superior a dois salários mínimos	Satisfeita com a própria renda	Renda individual abaixo de dois salários-mínimos
Satisfeita com a própria renda	Satisfeita com a própria vida	Está insatisfeito com a própria vida
Tem religião	Tem religião	Não tem religião

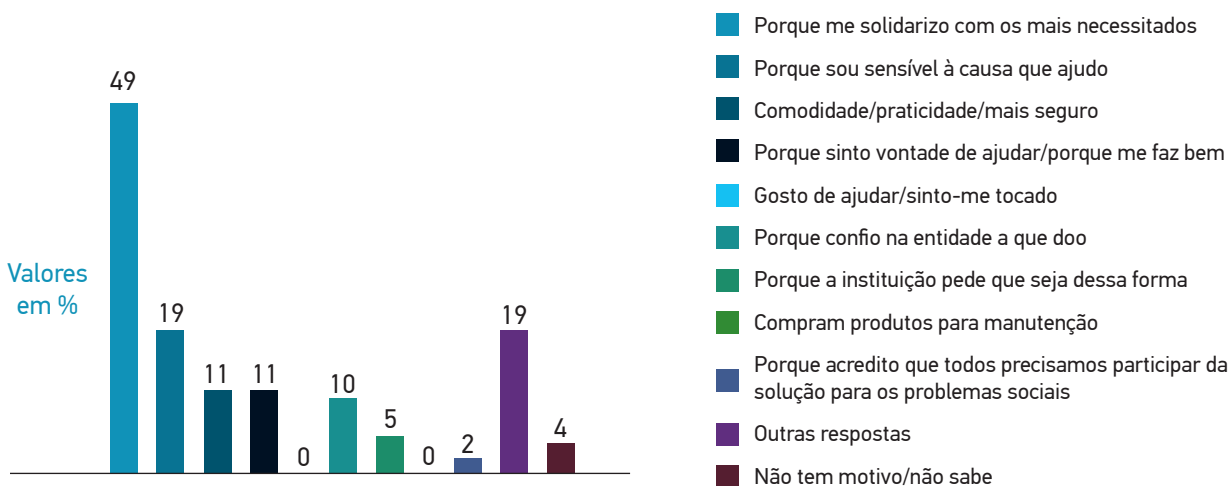


Gráfico 1 – motivos para se fazer doações em dinheiro, segundo os entrevistados

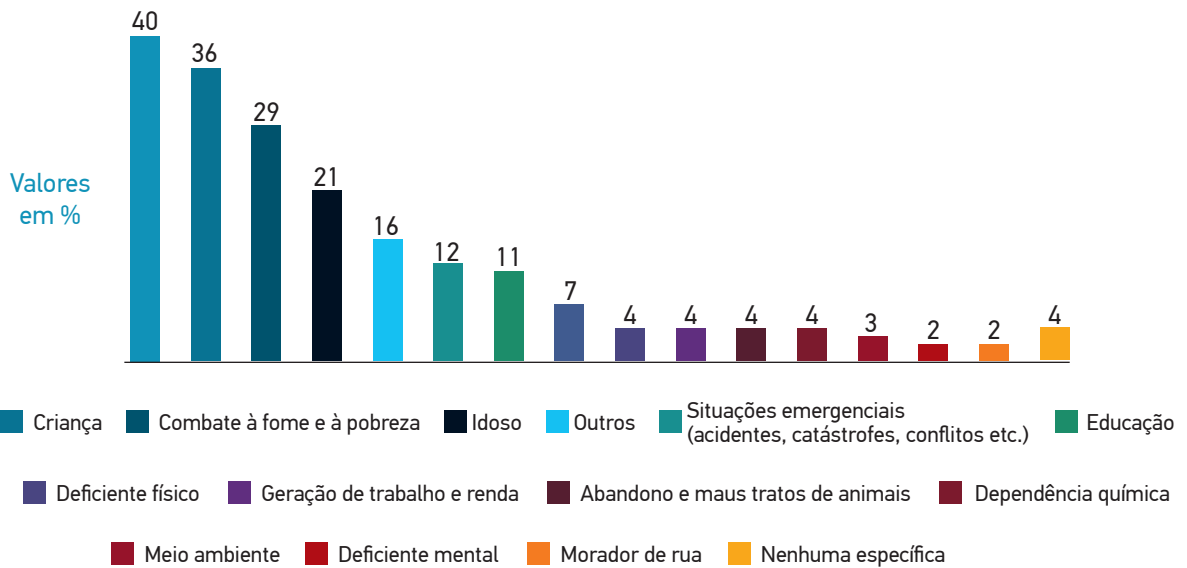


Gráfico 2 – Causas que mais sensibilizam os entrevistados

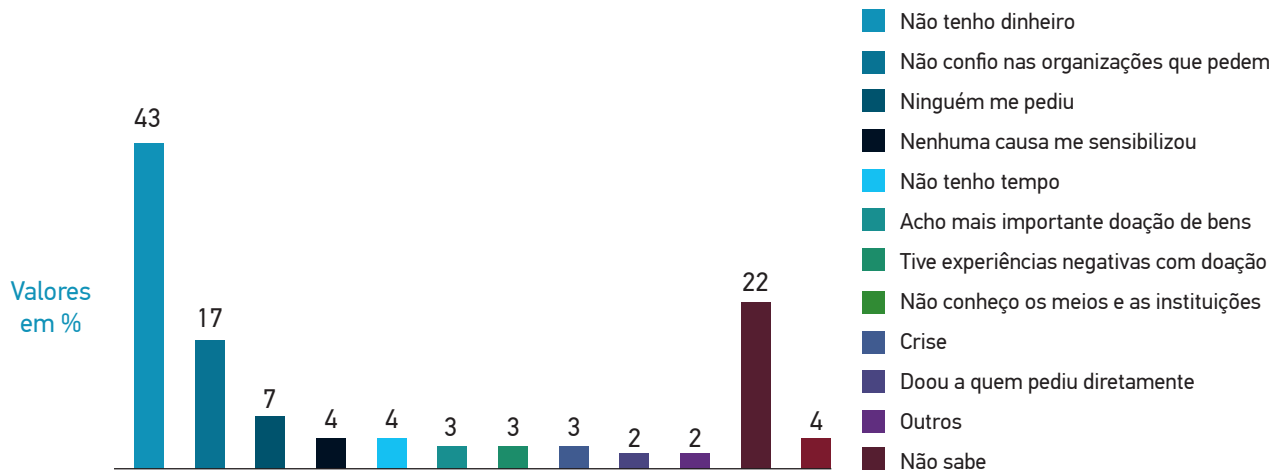


Gráfico 3 – Motivos que levaram os doadores a deixarem de doar, segundo os entrevistados

ORGANIZAÇÕES SOCIAIS

O levantamento também mostrou que 64,0% dos doadores contribuem apenas com uma instituição, sendo que 39,0% deles já visitaram a organização assistida. A fidelidade destaca-se nesse item, já que 70,0% dos doadores afirmaram que costumam doar sempre para a mesma organização, ano após ano.

Cerca de 61,0% dos entrevistados disseram que as ONGs costumam insistir demais ao pedir doações e 64,0% acreditam que, ao se fazer uma doação, corre-se o risco de ser procurado por outras organizações.

O estudo serve ainda como orientação para o trabalho dessas instituições, já que as pessoas deixaram bem claro que rejeitam abordagens em domicílio e em locais públicos. 🚫

Link: www.idis.org.br/pesquisadoacaobrasil



BRASILEIRO É UM DOADOR CONVICTO

Mesmo que pesquisas apontem para esse dado positivo, ainda é preciso investir mais em uma cultura da filantropia

Foi uma surpresa e tanto o resultado da *Pesquisa Doação Brasil*, realizada pelo Instituto Gallup para o Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social (Idis), anunciada no começo de junho e que conta com apoio do PayPal. Apesar da crise que assola o país, em 2015, 77% dos brasileiros entrevistados disseram ter feito algum tipo de doação. Desses, 62% doaram bens; 52%, dinheiro; e 34%, tempo para algum trabalho voluntário.

Considerando somente os brasileiros que doaram dinheiro para organizações sociais em 2015, segundo o estudo, o índice chega a 46% da população. E o melhor: não estão computados nesse resultado os dízimos repassados às igrejas nem as esmolas. O total doado pelos brasileiros no período? Cerca de R\$ 13,7 bilhões, valor que corresponde a 0,23% do Produto Interno Bruto (PIB).

Parece muito — e de fato é —, mas ainda estamos longe de ameaçar os líderes do The World Giving Index (WGI, da britânica Charities Aid Foundation – CAF), que mede o comportamento da população de 135 países quando o assunto é filantropia. Estamos no 90º lugar, ao lado da França. Só para situar o leitor, o México aparece na 83ª posição.

A grande questão quando falamos sobre doação e, mais do que isso, filantropia, é que não existe no Brasil uma cultura de generosidade, de devolver à sociedade parte do que se recebeu. Diferente dos Estados Unidos, por exemplo, que lideram o *ranking* do WGI ao lado de Myanmar.

No país norte-americano, a maioria dos milionários e bilionários tem uma fundação que administra recursos voltados a benfeitorias sociais de todos os tipos. Claro, a lei estadunidense é igualmente generosa com quem se dispõe a doar, e isso faz muita diferença.

Realidades sociais à parte, o brasileiro desembolsa entre R\$ 240 e R\$ 480 por ano em doações, de acordo com a pesquisa; nos Estados Unidos, essa média ronda os US\$ 400 (cerca de R\$ 1.400) se contabilizados apenas os doadores que pagam Imposto de Renda. O último dado disponível é do National Center for Charitable Statistics (NCCS), de 2014, indica que as doações nos Estados Unidos somam US\$ 358 bilhões (mais de 2% do PIB).

SAÚDE NA FRENTE

Quando o assunto é por que doar, três grandes temas sensibilizam os entrevistados, de acordo com o levantamento do Gallup: a saúde, com 40% das respostas; as questões ligadas a crianças carentes ou a vítimas de alguma doença, com 36% das respostas;

A maioria dos entrevistados pela pesquisa afirmou sentir vergonha de contar aos amigos que doou dinheiro, tempo ou bens a instituições de caridade ou a ONGs. Isso demonstra o quanto ainda podemos fazer pelo Terceiro Setor no país. A cultura da doação deve ser estimulada

e o combate à fome e à pobreza, com 29% das respostas. Uma boa notícia é que cerca de 80% dos entrevistados revelaram não se deixar levar pela emoção na hora de doar, e apenas 20% admitiram praticar a doação por impulso.

Segundo a pesquisa, o termo que tem o maior índice de avaliações positivas dos entrevistados é “solidariedade”, seguido por “caridade”. “Filantropia” não possui um potencial de associação positiva elevado (aliás, 34,7% dos entrevistados não sabem nem o que a palavra significa), assim como “negócio social”, termo igualmente desconhecido do público.

Outro ponto interessante: a maioria dos entrevistados disse sentir vergonha de contar aos amigos que doou dinheiro, tempo ou bens a instituições de caridade ou a organizações não governamentais (ONGs). Creem que devem “fazer o bem sem olhar a quem”, mas também sem dizer a ninguém. Isso demonstra o quanto ainda podemos fazer pelo Terceiro Setor no país. A cultura da doação deve ser estimulada, e as pessoas deveriam se orgulhar de fazer parte da solução de uma série de problemas que afligem a nossa sociedade.

Para ter ideia do que estamos falando, voltamos ao WGI. Nos países que encabeçam o *ranking* mundial de filantropia, os eventos beneficentes promovidos por ONGs e/ou fundações são concorridíssimos e participar de qualquer um deles é prova definitiva de grande consciência social.

Estudos como esse são um passo importante para um futuro mais consciente quanto às doações no país. Idealmente falando, como seria bom, em um fim de semana qualquer, ter dúvidas quanto a que jantar beneficente ir! Estar, de fato, envolvido com a ideia de melhorar o Brasil a partir de uma genuína política de filantropia. É possível, sim, mas devemos fazer a nossa parte. 🇧🇷



CONTRAPARTIDA OFERECIDA PELO SETOR FILANTRÓPICO AO PAÍS

Levantamento indica que filantrópicas podem ter isenções fiscais cortadas, mesmo com contrapartida vantajosa à sociedade

Por Paula Craveiro

O Fórum Nacional das Instituições Filantrópicas (Fonif) — associação sem fins lucrativos que atua em defesa dos interesses das instituições filantrópicas — divulgou em agosto os resultados da pesquisa *A contrapartida do setor filantrópico para o Brasil*, realizada entre os meses de maio de 2015 e junho de 2016 pela DOM Strategy Partners, que utilizou como parâmetro a metodologia *Intangible Assets Management* (IAM®).

Amparado por dados oficiais do governo federal, o estudo restringiu-se às instituições filantrópicas que possuem o Certificado de Entidades Beneficentes de Assistência Social (Cebas) e verificou a situação da Previdência Social do Brasil e a contrapartida oferecida à sociedade brasileira pelas instituições filantrópicas — imunes ao pagamento da cota patronal — nas áreas de assistência social, educação e saúde.

Com base em dados de 2014, o levantamento identificou que 8.695 instituições possuíam o Cebas e que as instituições filantrópicas prestaram mais de 160 milhões de atendimentos e geraram 1,3 milhão de empregos.

ISENÇÕES FISCAIS

As isenções fiscais concedidas ao setor filantrópico estão em discussão devido à necessidade de o governo aumentar a arrecadação. Em uma conta equivocada, conforme aponta o estudo, quem é favorável ao corte está ignorando que, nas áreas de saúde, educação e assistência social, a cada R\$ 1,00 obtido por isenções fiscais, cada instituição filantrópica retorna R\$ 5,92 em benefícios para a sociedade.

Analisando separadamente a atuação dos setores, na saúde, o coeficiente de contrapartida foi de R\$ 7,35, ou seja, a cada R\$ 100 que deixa de pagar em impostos, um hospital beneficente investe R\$ 735 no atendimento à população. No campo da assistência social, o valor é de R\$ 5,73 investidos e, na Educação, o total é de R\$ 3,86, revertidos à sociedade por meio da concessão de bolsas de estudo, por exemplo.

“O objetivo dessas instituições, desde que foram fundadas, há séculos, é colaborar para o desenvolvimento social do país, e os números provam que elas cumprem esse compromisso, que faz parte da sua missão”, afirma Custódio Pereira, presidente do Fonif.

NA PONTA DO LÁPIS

7,35

vezes

R\$ 100 (isenção)
+ R\$ 635 (contrapartida)
R\$ 735 (benefício à população)

SAÚDE

A cada R\$ 100 de isenção na área da saúde, o setor filantrópico beneficia a população com mais R\$ 635.

5,73

vezes

R\$ 100 (isenção)
+ R\$ 473 (contrapartida)
R\$ 573 (benefício à população)

ASSISTÊNCIA SOCIAL

Os atendimentos — 4,8 milhões de vagas — são realizados por tipo de necessidade do beneficiário, trazendo resultados mais rápidos e eficazes.

3,86

vezes

R\$ 100 (isenção)
+ R\$ 286 (contrapartida)
R\$ 386 (benefício à população)

EDUCAÇÃO

Do ensino básico ao superior, o setor filantrópico atende cerca de 2,2 milhões de alunos. Também são oferecidas 600 mil bolsas de estudo.

Cada R\$ 1,00 deve ser tratado com seriedade, pois representa, em média, em nível nacional, cerca de 60% do financiamento das instituições filantrópicas nas áreas de educação e saúde.

ISENÇÕES TRIBUTÁRIAS

Por lei, o setor filantrópico opera com imunidade tributária e, em contrapartida, garante que parte de sua capacidade operacional seja destinada gratuitamente à população em geral. Um hospital filantrópico, por exemplo, embora seja privado, deve destinar 60% do atendimento para usuários do Sistema Único de Saúde (SUS), desafogando assim o sistema público.

É importante destacar que cada R\$ 1,00 deve ser tratado com a seriedade que merece (independentemente de ser imunidade ou isenção), pois representa, em média, em nível nacional, cerca de 60% do financiamento das instituições filantrópicas nas áreas de educação e saúde. Em alguns estados, o montante pode chegar a 80%. No caso da assistência social, a taxa é menor (25% das isenções), porém, com casos de variações de até 80%.

O presidente do Fonif explica que, além de oferecer retorno à sociedade, as instituições filantrópicas respondem por uma pequena parcela dos incentivos fiscais concedidos. Considerando-se os dados do Ministério da Fazenda e da Receita Federal, o montante da renúncia para os filantrópicos, incluindo a cota patronal e outros impostos (imposto de renda, contribuição social sobre lucro líquido, entre outros),

somou R\$ 19 bilhões, o equivalente a 7% do total de R\$ 267 bilhões. “Há setores que visam ao lucro e cuja isenção é muito maior do que a concedida ao setor filantrópico, e não existe mensuração e transparência sobre o retorno que eles dão à sociedade”, pontua Custódio Pereira.

COTA PATRONAL

Em relação à Previdência Social, a renúncia da arrecadação do setor filantrópico, no que se refere à cota patronal (R\$ 10 bilhões em 2014), representou apenas 3% do total da receita da previdência (R\$ 348 bilhões).

O estudo constatou ainda que, entre os anos de 2012 e 2014, dos R\$ 131,6 bilhões de isenções da cota patronal, a desoneração da folha de pagamento (de 56 setores da economia) ocupou o primeiro lugar como principal isenção responsável pelas renúncias do período, atingindo R\$ 47,4 bilhões (36,0% das isenções totais). Na sequência, vieram a isenção do Simples Nacional — R\$ 47,4 bilhões (33,3%); as imunidades das instituições sem fins lucrativos — R\$ 26,7 bilhões (20,3%); e a exportação da agroindústria — R\$ 11,8 bilhões (8,9%). O restante (1,6%) foi distribuído, por grau de relevância, entre as isenções para microempreendedores individuais, donas de casa e eventos ligados à Copa do Mundo e aos Jogos Olímpicos.

Na avaliação específica para as instituições sem fins lucrativos/filantrópicas, foi possível comparar o que a previdência arrecada com o que repassa às instituições: entre 2012 e 2014, o valor ficou em torno de 2,5 a 3,0% por ano. 📊

Link: www.fonif.org.br/publicacoes/pesquisa/



◀ **GUILHERME REIS** é advogado com 10 anos de atuação no Terceiro Setor. Sócio-diretor do escritório Nelson Wilians & Advogados Associados. Especialista em Direito do Terceiro Setor e Direito Tributário.



◀ **RENATA LIMA** é advogada e contabilista com 10 anos de atuação no Terceiro Setor. Coordenadora do Núcleo Terceiro Setor do escritório Nelson Wilians & Advogados Associados.



REMUNERAÇÃO VARIÁVEL DOS EMPREGADOS

Muitas controvérsias na prática diária das entidades

Cabe a cada entidade do Terceiro Setor instituir normas internas com padrões hierarquizantes de procedimentos e condutas, de forma a igualar todos os empregados que fizerem jus a uma remuneração que será variável

Assunto já tratado na matéria de capa da edição nº 75 da **Revista Filantropia**, a remuneração de dirigentes das entidades sem fins lucrativos sempre causa uma grande repercussão. Por isso, entendemos que vale a pena voltarmos a esse importante tema.

Embora em nossa legislação atual exista a expressa permissão para se remunerar dirigentes que representam e que estão à frente de importantes entidades do Terceiro Setor, muitas instituições e até a própria sociedade veem com “maus olhos”, ou entendem não ser “moral”, o fato de tais profissionais receberem pelo serviço e tempo que dedicam à gestão. E mais, não entendem que, por vezes, esses gestores não podem dedicar a integralidade de seu tempo à causa, porque precisam buscar outras fontes de recurso para arcar com os custos de uma vida comum que todos nós, integrantes ou não do Terceiro Setor, possuímos.

Este artigo se propõe a ir um pouco além da remuneração dos dirigentes que estão na ponta, ou seja, dos dirigentes estatutários eleitos pela Assembleia Geral ou Conselho Curador.

Aqui falaremos da remuneração variável recebida pelos empregados dessas entidades do Terceiro Setor, matéria não pacificada e que, por isso, gera muitas controvérsias na prática diária dessas instituições.

Não estamos aqui falando de distribuição nos lucros ou resultados, e que isso já fique bem claro, pois se assim o for, teremos cessado o benefício constitucional das imunidades tributárias conferido a estas entidades, tendo em vista ser um dos requisitos a não distribuição de lucros ou qualquer parcela de seus resultados, a qualquer título. E, nesse sentido, a norma é clara, pois essas instituições têm o dever de reinvestir todo seu superávit em seus objetivos; do contrário, estariam desvirtuando seus fins e passariam a ter características de empresas privadas, em que, ao final de seu exercício fiscal, o lucro é apurado e o resultado é distribuído também para seus empregados.

Nesse sentido, o art. 2º, § 3º, II, da Lei nº 10.101/2000 não deixa dúvidas de que a regra aplicada para as empresas privadas não se aplica às entidades do Terceiro Setor. Vejamos:

Art. 2º (...)

§ 3º Não se equipara a empresa, para os fins desta Lei:
(...)

II – a entidade sem fins lucrativos que, cumulativamente:

a) não distribua resultados, a qualquer título, ainda que indiretamente, a dirigentes, administradores ou empresas vinculadas;

b) aplique integralmente os seus recursos em sua atividade institucional e no País;

c) destine o seu patrimônio a entidade congênera ou ao poder público, em caso de encerramento de suas atividades;

d) mantenha escrituração contábil capaz de comprovar a observância dos demais requisitos deste inciso, e das normas fiscais, comerciais e de direito econômico que lhe sejam aplicáveis.

Por óbvio, não estamos aqui entrando na esfera de direitos e garantias fundamentais dos trabalhadores assegurados tanto em nossa Carta Magna quanto em nossa legislação trabalhista, direitos esses incontestáveis. Estamos aqui, sobretudo, fazendo a inclusão desses empregados do Terceiro Setor que, por estarem dentro de uma estrutura organizacional, não recebem um ganho adicional ao final do exercício, justamente pelo fato de a lei impedir que essas entidades distribuam seus resultados. Assim, o que defendemos é uma política de participação de ganho por desempenho individual e por alcance de metas ao longo do desenvolvimento de projetos e/ou atividades.

Não entendemos esse tipo de participação como sendo uma participação nos resultados ao final de um exercício fiscal, mas sim o reconhecimento por merecimento do trabalho que foi desempenhado ao longo de determinado período. Cabe a cada entidade do Terceiro Setor instituir normas internas com padrões hierarquizantes de procedimentos e condutas, de forma a igualar todos os empregados que fizerem jus a uma remuneração que será variável, tendo em vista que tal remuneração somente existirá para aquele empregado que de fato cumprir e demonstrar resultado por meio dos requisitos preestabelecidos. Ou seja, dependerá tão somente do empregado sua participação no recebimento dessa remuneração variável, sob o ponto de vista do valor a ser recebido, mas pré-fixada no momento de aprovação do orçamento anual e desvinculada do superávit, tendo em vista que será fruto de uma conquista sua em prol de um bem comum.

Portanto, é certo que o pagamento de remuneração, a qualquer título, vinculada ao superávit da entidade não é possível, sob pena de perda do direito constitucional a imunidade dos impostos e contribuições sociais.

No entanto, entendemos ser possível o pagamento de uma remuneração variável desvinculada totalmente do superávit da instituição e apurada com base em normas predeterminadas, relacionadas ao desempenho de cada empregado da entidade. 🏠



◀ **MARCOS BIASIOLI** é advogado, consultor jurídico do Terceiro Setor, titular da M. Biasioli Advogados, idealizador e membro do conselho editorial da *Revista Filantropia*.



◀ **RODRIGO PINHEIRO NAKO** é coordenador jurídico da M. Biasioli Advogados.



FILANTRÓPICAS NO BANCO DOS RÉUS

Recentemente, foi divulgada pela mídia a intenção do novo governo de aproveitar o debate de reforma da Previdência para inserir mecanismos que visem minorar a “renúncia fiscal” ofertada aos microempresários, exportadores agrícolas e entidades filantrópicas, atualmente na ordem de R\$ 40 bilhões por ano, ou seja, metade do atual déficit previdenciário.

É preciso, então, entender o conceito para concluir se a filantropia suprime o recurso público ou fomenta as ações do Estado.

Cabe iniciar destacando que a República Federativa do Brasil é composta pelos estados, pelos municípios e pelo Distrito Federal, e um de seus principais objetivos é erradicar a pobreza e a marginalização e reduzir as desigualdades sociais e regionais, segundo a Constituição Federal.

Nessa linha, a mesma Constituição impôs que a Previdência, a Saúde e a Assistência Social devem ser financiadas com recursos arrecadados: I – do empregador, da empresa e da entidade a ela equiparada na forma da lei;¹ II – do trabalhador e dos demais segurados da previdência social; III – sobre a receita de concursos de prognósticos; IV – do importador de bens ou serviços do exterior, ou de quem a lei a ele equiparar.

Considerando que as entidades beneficentes de assistência social possuem — via de regra — os mesmos propósitos do Estado, então, não seria crível exigir daquelas a participação no financiamento, de modo que o legislador constitucional as excluiu do rol dos contribuintes, impondo, a favor delas, uma limitação ao poder de tributá-las, isto é, a imunidade.²

Ao explorar a temática por meio do exame fático-jurídico, é fácil concluir que há um erro colossal de gênero, caso realmente

¹Incidentes sobre: a folha de salários e demais rendimentos do trabalho pagos ou creditados, a qualquer título, à pessoa física que lhe preste serviço, mesmo sem vínculo empregatício; a receita ou o faturamento; o lucro.

²Art. 195, § 7º, da CF/88.

seja essa a intenção governamental — ceifar a “renúncia fiscal” —, pois não se pode renunciar àquilo que não se tem. Em outras palavras, se é vedado ao poder tributante instituir o tributo contra determinado sujeito, não há como contemporizar a ideia que cabe ou não a ele renunciá-lo.

Não sendo apenas fumaça tal debate, cabe rememorar que esse tema também foi desafiado pelo Poder Executivo³ nos idos de 1998 e 1999, que também ostentava entendimento que podia suprimir a imunidade tributária, impondo restrições às filantrópicas por meio de uma mera Medida Provisória que se converteria em lei, e assim o fez, por meio da Lei n.º 9.732/98, em completo abandono ao que dispõe o art. 146,⁴ II, da norma soberana, que reserva somente à lei complementar a regulamentação das limitações ao poder de tributar.

Em face de tal ato, o Supremo Tribunal Federal foi instado a examinar a inconstitucionalidade de tal lei, ora motivada por meio da Ação Direta n.º 2.028, sendo que, em sede de liminar, o Pleno da Corte afastou parte de sua eficácia.

Mesmo diante da decisão liminar, não foram poucas as investidas do Estado, por meio de auditorias fiscais singulares que atacaram as filantrópicas e visaram surrupiar delas o direito constitucional da imunidade, sob a pecha, agora igualmente debatida, que elas colaboravam com a ruína do orçamento da Previdência Social, de modo que o Judiciário virou o maior palco para sanar as desinteligências jurídicas, cuja peleja aguarda até hoje o pronunciamento definitivo do Supremo.

Litigância à parte, tramitou no Congresso Nacional o projeto de lei que, depois de muitos desgastes nas campanhas de defesa do social, foi transformado na Lei n.º 12.101/09, sancionada pelo governo anterior, que acabou por minorar as turbulências de insegurança jurídica, dando até então um norte à organização social e tributária das filantrópicas.

Tal diploma, não muito diferente dos anteriores, impôs limites mínimos de obrigação às entidades filantrópicas de promoverem ações sociais gratuitas como sinônimo de contrapartida ao gozo da imunidade, as quais, guardado o debate de sua inconstitucionalidade, acabaram tornando-se palatáveis. Vejamos:

- **Saúde:** obrigatório o emprego de ao menos 60% de atendimento aos usuários do Sistema Único de Saúde (SUS).
- **Educação:** concessão de pelo menos uma bolsa de estudos integral gratuita para cada cinco alunos pagantes.
- **Assistência social:** serviços em prol dos usuários da política nacional de assistência social (PNAS), de forma integralmente gratuita.

Assim, depois de quase sete anos de mansuetude legislativa, as filantrópicas passaram a se adaptar e otimizar um plano de trabalho visando continuar a promoção social, mediante a autossustentabilidade, no propósito de se alforriar da ideia que poderiam viver com a ajuda direta do deficitário orçamento público, mesmo tendo tal direito previsto na Constituição Federal.

Admitir, então, que há indícios de voltarem ao “banco dos réus” na condição de vilões do déficit previdenciário é, no mínimo, miopia de administrador público, e, caso o governo que acaba de ser empossado abrace a bandeira de realmente investir a favor do fim ou de dificultar o acesso da imunidade tributária das filantrópicas, iniciará a cruzada de um retrocesso abismal.

O que sustenta tal afirmação? Primeiramente, neste momento de reconstrução da então achincalhada Ordem e Progresso do Brasil, é sabido que todos terão que contribuir com uma parcela de sacrifício, não obstante o fato de que, se possível fosse, o justo seria que tal conta fosse partilhada apenas entre aqueles 55 milhões de brasileiros que, mesmo sabendo do desastre econômico do país, entregaram “via voto”, de forma reiterada, as chaves do cofre público aos falsos paladinos dos pobres que derrubaram nada menos que *um quarto* do Produto Interno Bruto (PIB) em apenas um ano, segundo o Fundo Monetário Internacional (FMI), arremessando o Brasil de sexta para a nona maior economia do mundo,⁵ ante as mazelas operadas à frente da gestão pública.

Relevando que a democracia venceu e a justiça já foi parcialmente feita, voltemos ao foco do estudo, qual seja: será justo enviar novamente as filantrópicas ao “banco dos réus”?

A resposta é: óbvio que não. Façamos as contas.

Consta da pesquisa realizada pela DOM Strategy Partner, divulgada pelo Fórum Nacional das Entidades Filantrópicas (Fonif), que nas áreas de Saúde, Educação e Assistência Social, a cada R\$ 1,00 obtido por isenções fiscais, cada instituição filantrópica retorna R\$ 5,92 em benefícios para a sociedade.

A pesquisa também concluiu que, quando as áreas de atuação são analisadas separadamente, na Saúde, o coeficiente de contrapartida sobe para R\$ 7,35; na Assistência Social, o retorno à sociedade é de R\$ 5,73 e na Educação, R\$ 3,86.⁶

Esses fatos econômicos, ora construídos com isonomia, por si só, já seriam mais do que suficientes para desencorajar qualquer iniciativa governamental de estreitar o acesso da imunidade tributária às filantrópicas; porém, é importante trazer à discussão outros dados relevantes.

Iniciemos nosso exame.

³O ministro Geddel Vieira Lima, que hoje tem assento na Secretaria do Governo, fazia parte da liderança da bancada governista que à época encampou a tese de acabar com a isenção das filantrópicas. Oxalá estejamos errados, será um *déjà-vu*?

⁴Art. 146. Cabe à lei complementar: I – dispor sobre conflitos de competência, em matéria tributária, entre a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios; II – regular as limitações constitucionais ao poder de tributar [...].

⁵NAKAGAWA, F. Brasil cai para a posição de 9ª economia do mundo. *Revista Exame* [on-line]. 4 abr. 2016. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/economia/noticias/pib-em-dolar-cai-25-e-brasil-cai-para-a-posicao-de-9a-economia-do-mundo>>. Acesso em: 19 set. 2016.

⁶Mais informações sobre a pesquisa do Fonif podem ser encontradas no artigo *Fonif divulga estudo sobre contrapartida oferecida pelo Setor Filantrópico ao país*, publicado nesta edição da *Revista Filantropia*, ou no link <<http://www.fonif.org.br/noticias/setor-filantropico-da-retorno-de-600-a-sociedade/>>.

- **Saúde:** destaca-se que o Tribunal de Contas da União (TCU), depois de um vasto estudo, concluiu o seguinte sobre os hospitais públicos:⁷

Os técnicos visitaram 116 hospitais e prontos-socorros do país:

- 64% estão sempre superlotados;
- 36% também passam por essa situação, mas com menos frequência;
- 77% dos hospitais mantêm leitos desativados porque não há equipamentos mínimos, como monitores e ventiladores pulmonares;
- 45% dos equipamentos ficam sem uso porque faltam contratos de manutenção;
- 48% sofrem com deficiência de instrumentos e móveis básicos para prestação dos serviços; e
- em 80% dos hospitais fiscalizados pelo Tribunal, faltam médicos e enfermeiros, e quase a metade deles tem leitos fechados, exatamente pela falta de profissionais.

O Conselho Federal de Medicina (CFM) divulgou:

Quase 24 mil leitos de internação, aqueles destinados a pacientes que precisam permanecer num hospital por mais de 24 horas – foram desativados na rede pública de saúde desde dezembro de 2010. Naquele mês, o país dispunha de 335,5 mil deles para uso exclusivo do Sistema Único de Saúde (SUS). Em dezembro de 2015, o número baixou para 312 mil – uma queda de 13 leitos por dia.

Assim, diante dessa epidemia de leitos sendo desativados por ineficiência da gestão de saúde pública, um estudo demonstra a fragilidade da rota adotada no Brasil, pois possuímos 2,3 leitos para cada mil habitantes, enquanto a Organização Mundial da Saúde (OMS) recomenda de 3 a 5 leitos para cada mil habitantes, ou seja, estamos 50% abaixo da média ideal.

Nesse contexto da nossa saúde pública, ceifar a imunidade dos hospitais filantrópicos que, em sua maioria, estão arruinados por bancar o deságio da tabela SUS, que chega a até 65%, não nos parece visão proativa de uma governança pública que chega empunhando a bandeira progressista.

- **Educação:** o Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (Ideb), construído com base na última Prova Brasil, apontou que mais de 65% dos alunos brasileiros no 5º ano da escola pública não sabem reconhecer um quadrado, um triângulo ou um círculo.

O Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep) divulgou que o Ideb das escolas públicas é menor, em média, do que o das escolas privadas — entre elas as filantrópicas — em cerca de 35%, o que o levou a estender o conceito de “muito crítico” ao ensino público.

A falta de valorização do professor e o sucateamento de muitas escolas públicas, inclusive universidades — mormente as federais — completam o quadro da educação gerida pelo governo, guardadas as exceções regionais.

Tal quadro é diametralmente diferente quando se trata da escola privada, incluindo as de interesse público — como no caso as filantrópicas —, que mesmo abatidas por alguns investidores, ora tidos como predadores de última hora — uma vez que enxergam os alunos como *commodities* e não como o futuro de uma pátria —, entregam alunos muito mais preparados ao mercado.

É injusto não listar todas, mas dada a limitação de espaço, destacamos que as escolas filantrópicas Adventistas, Agostinianas, Camilianas, Consoladas, Divina Providência, Dehonianas, Franciscanas, Lourdinias, Legião da Boa Vontade, Marcelinas, Maristas, Rede Azul, Salesianas, Santo Antônio e tantas outras pelo Brasil formam não milhares, mas milhões de alunos bolsistas todos os anos, sem falar na geração de emprego e de economia que, juntas, produzem para o Estado.

Acreditar, então, que elas contribuem para a corrosão do orçamento da Previdência significa endossar a maledicência daqueles que são contra privatização sob a bandeira que ela traduz a “rifá do Brasil”, pois se elas não promoverem a educação, sozinho o Estado não o fará.

- **Assistência social:** os regimentos anteriores aos de 2009 estipulavam como principal requisito ao reconhecimento, pela Administração Pública, de “entidade beneficente de assistência social”, a comprovação do emprego de recursos em ações sociais gratuitas na proporção mínima de 20% da receita auferida.

No entanto, a nova regra impôs que todas as ações promovidas pelas filantrópicas não de ser integralmente gratuitas, pois do contrário, além de não conseguirem o referido reconhecimento, por óbvio, não lograrão o direito de usufruírem o benefício tributário da imunidade.

Nesse contexto, a legião das filantrópicas de assistência social sobrevivem à noite com a labuta do dia e, assim, qualquer que seja o entrave que venha a ser criado em uma eventual reforma previdenciária traduzirá a impossibilidade de se continuar a promover o bem social, pois acarretará na extinção de diversas delas e, por consequência, na piora da qualidade de vida da população menos favorecida.

Por fim, é certo que até Deus sentou no banco dos réus, como destaca a clássica obra do filósofo irlandês C.S. Lewis (1898-1963), *God in the Dock (Deus no Banco dos Réus)*, cuja temática deu ênfase no quão difícil é conviver com o egoísta, o sabotador, o ciumento e como seria mais fácil se eles não existissem. Repentinamente, o autor vira o jogo ao enfatizar que essas frustrações são as mesmas que Deus tem que suportar todos os dias conosco, de modo que não daria para simplesmente colocá-Lo no banco dos réus, diante das consequências de nossos próprios atos.

Com base no anteriormente narrado, se o Estado está à beira da ruína, devemos nos aliar a ele na promoção humana, mas se a ideia for lançar as filantrópicas novamente ao banco dos réus, que ele não esqueça de colocar “dois assentos”, sendo o maior para ele! 📖

⁷G1. Mais de 60% dos hospitais públicos estão sempre superlotados. *Bom dia Brasil*. 27 mar. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2014/03/mais-de-60-dos-hospitais-publicos-estao-sempre-superlotados.html>>. Acesso em: 19 set. 2016.



◀ **SERGIO ROBERTO MONELLO** é salesiano cooperador, advogado, contabilista, professor, membro da Academia Paulista de Contabilidade, sócio da Advocacia Sergio Monello e sócio-diretor da Monello Contadores (Escritório Contábil Dom Bosco).



ADMISSÃO, DEMISSÃO E EXCLUSÃO DE ASSOCIADOS E MEMBROS

Organizações devem atender às normas legais e de direito próprio

A admissão, a demissão e a exclusão de associado ou membro de associação ou organização religiosa deverão atender às normas legais e de direito próprias dessas entidades.

O ato jurídico perfeito é comprovado pelo cumprimento de todas as normas legais vigentes e do Estatuto Associativo ou Estatuto Organizacional da instituição à época da admissão, demissão e exclusão. O Estatuto Associativo constitui-se em seu direito próprio e na Constituição dessas entidades.

As pessoas jurídicas eclesiais da Igreja Católica Apostólica Romana reconhecem o Código de Direito Canônico e seu Direito Religioso como sua efetiva Constituição, em plena conformidade com as normas de Direito Civil.

Importante ressaltar que o artigo 54, inciso II, do Código Civil brasileiro estabelece, sob pena de nulidade, que o estatuto deve conter os requisitos para admissão, demissão e exclusão de associados, aplicados por analogia aos membros de organização religiosa. Portanto, para a efetivação de admissão, demissão ou exclusão de associados ou membros, devem ser rigorosamente observadas as normas estatutárias.

Para se comprovar juridicamente o cumprimento do Estatuto, ao admitir, demitir ou excluir associados ou membros,

as entidades devem ter em conta que esse ato jurídico deverá fundamentar-se em ata do órgão competente previsto em seu Estatuto. A ata da Diretoria ou da Assembleia Geral deve ser levada para registro no Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas competente, ou seja, aquele no qual o Estatuto está registrado.

As motivações para o procedimento administrativo de exclusão de associado ou membro devem estar efetivamente previstas no Estatuto Associativo ou Estatuto Organizacional e em consonância com o Direito Próprio.

De acordo com o artigo 57 do Código Civil brasileiro, a exclusão de associado só será admissível se houver justa causa, assim reconhecida em procedimento administrativo que assegure o amplo direito de defesa e o contraditório, nos termos previstos no Estatuto.

Destacamos, mais uma vez, que o procedimento administrativo de exclusão de associado ou de membro deve estar comprovado de forma inquestionável.

As provas deverão ser apresentadas por meio das atas que farão o relato analítico do procedimento realizado, bem como pelos documentos que darão suporte e fundamento a esse ato jurídico.

Como bem salienta o dr. Sílvio de Salvo Venosa em sua obra de Direito Civil¹,

¹VENOSA, S. S. *Direito civil – parte geral*, v. 1. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2003, p. 288-289.

Os serviços de auditoria contábil, financeira, econômica, patrimonial e jurídica são essenciais para as entidades e para seus dirigentes, tendo em vista a função que elas desenvolvem na sociedade

[...] nenhuma decisão de exclusão de associado, ainda que o estatuto permita e ainda que decidida em assembleia geral convocada para tal fim, pode prescindir de procedimento que permita ao indigitado sócio produzir sua defesa e suas provas. O princípio, que poderia estar enfatizado nesse artigo do Código, decorre de princípios individuais e garantias constitucionais em prol do amplo direito de defesa (art. 5º, LV, da Constituição). Processo sumário ou defeituoso para exclusão de sócio não resistirá certamente ao exame do Poder Judiciário. Isso é verdadeiro não somente para a pena de exclusão do quadro social, que é a mais grave; mas também para as demais penalidades que podem ser impostas, como advertência, repreensão, multa ou suspensão. Para que se atenda a esse ditame, é conveniente que o estatuto preveja um procedimento específico para a aplicação de penalidades, utilizando sempre, por analogia, os direitos e as garantias da ciência processual, mormente os básicos constitucionais, quais sejam, o contraditório e a ampla defesa, com os meios e recursos a ela inerentes. Nesse diapasão, o estatuto e a lei estabelecerão sempre os limites do exercício dos direitos sociais (art. 58).

Em caso de falecimento de associado ou membro, a associação ou organização religiosa deverá consignar, em ata, o ocorrido, dando baixa desse associado ou membro em seu livro ou registro. Temos que destacar ainda que tal controle é sumamente importante para a determinação do *quórum* legal em relação à Assembleia Geral, ao Conselho Deliberativo, ao Capítulo Geral, ao Capítulo Provincial, ao Capítulo Regional, ou outros órgãos estatutários. Em toda decisão da Assembleia Geral e do Conselho Deliberativo – ou de qualquer órgão previsto no Estatuto que exija *quórum* determinado –, esse deverá ser integralmente observado e cumprido. Destaca-se que qualquer decisão tomada com número inferior de associados ou membros ao estabelecido no Estatuto poderá acarretar a nulidade dos atos jurídicos e administrativos praticados.

As associações ou as organizações religiosas devem ter um controle adequado e eficiente de seus membros e associados, tendo em vista os aspectos de direito e de direito religioso, em especial quanto à efetiva validade dos atos jurídicos praticados e referendados pela Assembleia Geral ou por órgão equivalente.

O controle do número de associados e de membros das associações e das organizações religiosas é de suma importância, considerando-se a necessidade de comprovação do

quórum das reuniões à realização e aprovação dos atos praticados de gestão/administração.

Para segurança da associação ou organização religiosa, essas entidades devem obrigatoriamente possuir o Livro ou Ficha de Registro de Associados ou Membros. Esses livros ou fichas são previamente registrados e rubricados pelo Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas da Comarca onde a entidade tem sua sede e onde o Estatuto Associativo ou Estatuto Organizacional foi registrado, com a finalidade de revesti-los das formalidades legais. Portanto, todos os atos jurídicos referentes à vida associativa ou organizacional dos associados ou dos membros devem ser consignados nessas fichas ou livros de associados, assim como todas as ocorrências importantes e significativas.

Para que seus associados ou membros participem da Assembleia Geral com os poderes previstos em Estatuto, a associação ou organização religiosa poderá ter que comprovar que eles são efetivamente associados ou membros. Dessa forma, é importante que a associação ou organização jurídica proceda à Auditoria Jurídica para verificação sistemática do cumprimento das normas jurídicas, canônicas e religiosas na realização de suas finalidades institucionais.

Em conclusão, para que a associação ou organização religiosa não tenha quaisquer aborrecimentos e questionamento futuros (inclusive por meio de ações judiciais objetivando a nulidade de seus atos jurídicos e administrativos), os dirigentes deverão ter a prudência em possuir uma efetiva organização jurídica e administrativa de seus atos, em especial aqueles concernentes aos seus membros ou associados e à sua gestão econômica/financeira.

Os serviços de auditoria contábil, financeira, econômica, patrimonial e jurídica são essenciais para essas entidades e para seus dirigentes, tendo em vista a função que tais entidades desenvolvem e realizam na sociedade, caracterizando-as como extensão dos braços do Estado.

As associações e organizações religiosas caracterizam-se como entidades paraestatais pelo bem que realizam, pela promoção da coletividade, do bem comum e do Estado. Essa é a razão do gozo das imunidades e isenções tributárias usufruídas pelas associações e organizações religiosas. Ainda é importante destacar que, quando a associação ou organização religiosa é reconhecida como imune ou isenta de impostos, esses fatos jurídicos são decorrentes de preceito constitucional. Salienta-se que, reconhecida a imunidade, esse preceito legal não se constitui em benefício fiscal concedido à associação ou à organização religiosa pela autoridade pública ou por órgão público, mas por *mandamus* da própria Constituição Federal. 📖



COMO SERÁ O FUTURO DO INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO?

Educação e capacitação profissional estão entre os retornos mais considerados pelas empresas, que buscam uma relação de “ganha-ganha”

Por Paula Craveiro

Em evento promovido pela CDN Comunicação, em 16 de agosto, em São Paulo, que reuniu representantes de fundações como Salvador Arena, Rodobens e Bunge, o futuro do investimento social privado foi debatido e a importância da participação do Segundo Setor no âmbito social das comunidades foi analisada.

O encontro contou com a participação da socióloga Anna Peliano, referência no tema e pesquisadora que coordena a Pesquisa Benchmarking do Investimento Social Corporativo (BISC), conduzida pela Comunitas; de Cláudia Calais, diretora executiva da Fundação Bunge; de Sérgio Loyola, gerente de projetos sociais Fundação Salvador Arena; de Anderson Silva, diretor



FOTO: DIVULGAÇÃO

Anna Peliano, coordenadora da BISC, e Cláudia Calais, da Fundação Bunge

do Instituto Rodobens; e de Ana Carolina Velasco, gerente de Relacionamento e Articulação do Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife).

PAPEL DO INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO

As organizações da sociedade civil foram criadas com o intuito de preencher lacunas deixadas pelo poder público em sua atuação e, para esse mesmo fim, surgiu o investimento social privado (ISP), que vem ganhando força nos últimos anos.

Segundo o Gife, ISP é o “repasso voluntário de recursos privados de forma planejada, monitorada e sistemática para projetos sociais, ambientais e culturais de interesse público”. Nele, estão incluídas as ações sociais protagonizadas por empresas, fundações e institutos de origem empresarial ou instituídos por famílias, comunidades ou indivíduos.

A edição 2015 da Pesquisa Benchmarking Investimento Social Corporativo indicou aumento de 60% dos investimentos sociais realizados por empresas privadas entre os anos de 2007 e 2014. Para essa análise, foram consultadas aproximadamente 300 empresas e 24 fundações.

As empresas que no passado tinham sua atuação social ligada à filantropia, passaram a querer fazer parte da solução dos problemas sociais, ou seja, além de serem socialmente responsáveis,

69% das empresas do Brasil desenvolvem alguma ação social e buscam a profissionalização de suas equipes e a inovação na gestão de seus projetos

elas passaram a buscar maior aproximação entre a atuação de suas fundações e institutos e seu negócio.

Segundo Anna Peliano, aproximar-se das comunidades, medir os impactos causados por sua atuação e alinhar os projetos sociais ao negócio são as principais mudanças e tendências observadas na pesquisa BISC. “Com as novas mídias, as informações começaram a circular mais rapidamente, deixando as empresas muito mais expostas e as pressões mais difusas. Nesse novo contexto, as empresas foram obrigadas a rever sua atuação social. O setor privado deixou de ser coadjuvante para desejar ser parte da solução dos problemas da sociedade”, afirmou a especialista.

Assim, as iniciativas privadas tornaram-se sedentas de proximidade com a população, realizando o chamado “ganha-ganha”, no qual elas realizam projetos sociais por meio de seus institutos e ajudam pessoas com necessidades, mas também continuam ganhando renda, empregados qualificados ou alguma coisa em troca.



FOTO: DIVULGAÇÃO

Representantes da Fundação Bunge, Instituto Rodobens, Gife e Fundação Salvador Arena debatem o futuro do investimento social privado no País

“É durante as crises que as empresas que praticam o investimento social conseguem dar grandes saltos, pois elas contribuem com as parcelas mais vulneráveis da população, ajudam a qualificar profissionais e a criar empregos”, ressaltou Cláudia Calais, da Fundação Bunge.

EDUCAÇÃO

O levantamento coordenado pela Comunitas apontou ainda que 69% das empresas do Brasil desenvolvem algum tipo de ação social, mas que também buscam mais profissionalização de suas equipes e inovação nas gestões desses projetos.

A área de Educação, de acordo com o relatório, permaneceu como a grande área de investimento dos institutos e fundações – quase R\$ 900 milhões foram investidos em 2014 –, devido aos grandes índices de analfabetismo e de desemprego. Cursos de capacitação profissional, oficinas, cursos financeiros e de negócios são as alternativas mais comuns de investimento das grandes companhias.

Geralmente, os cursos disponibilizados pelos institutos e fundações das empresas são voltados a pessoas desempregadas ou de baixa renda. Ajudando esse público, os benefícios são multiplicados para ambas as partes, tanto para o novo estudante, que pode se tornar um futuro empregado da companhia, quanto para a empresa, que além de melhorar sua imagem, pode receber novos funcionários bem preparados por meio de sua própria organização social.

Para Cláudia, da Bunge, esse alinhamento entre negócio e investimento social faz parte de uma mudança de postura das empresas, que hoje enxergam as tecnologias sociais como um recurso essencial para atuação no mercado.

PARCERIAS

Anna Peliano destacou que, para que uma empresa possa mostrar a credibilidade de seus projetos e ser exemplo de confiança para a população, é aconselhável que ela tenha boas parcerias com o Terceiro Setor. Além disso, ela recomendou que a organização conte com o apoio de uma mídia social bem estruturada e mantenha relação direta com as comunidades.

Todas as companhias que investem em projetos sociais têm relação/parcerias com entidades sem fins lucrativos. “Se essas organizações são reconhecidas pelo seu trabalho e têm credibilidade, o investimento da empresa é confiável e real”, ela concluiu.

VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

De acordo com o relatório 2015, os programas de voluntariado empresarial, embora tenham sofrido redução de investimentos, registraram crescimento de 15% nas empresas.

Para Anna, “esse aumento deveu-se ao fato de as pessoas terem voltado a se engajar em causas, além da necessidade cada vez maior de as empresas se relacionarem com o entorno”. 📌



CADASTRO ÚNICO OBRIGATÓRIO

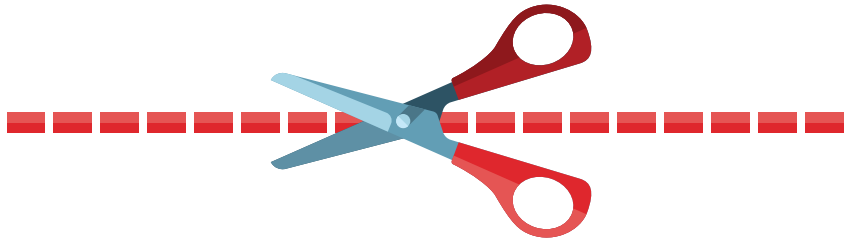
Com um gargalo de cerca de 60% no número de inscrições no Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal, a União baixou o Decreto nº 8.805, obrigando as pessoas que recebem o Benefício de Prestação Continuada (BPC) – que paga um salário-mínimo a idosos com mais de 65 anos que não contribuíram para a Previdência Social – a se registrar no Cadastro Único e no Cadastro de Pessoa Física (CPF). Atualmente, 4,2 milhões de pessoas recebem o BPC, ao custo anual de R\$ 39,6 bilhões. A Lei Orgânica da Assistência Social (Loas) estabelece que o benefício seja revisado a cada dois anos. No entanto, a revisão não é feita pelo Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) desde 2008. Assim, o idoso poderá procurar um dos mais de 8 mil Centros de Referência de Assistência Social (CRAS) espalhados pelo país para solicitar o benefício.

www.mds.gov.br

eSOCIAL SÓ EM 2018

O uso do Sistema de Escrituração Digital das Obrigações Fiscais, Previdenciárias e Trabalhistas (eSocial) por empregadores e Trabalhistas (eSocial) por empregadores começará a ser obrigatório somente a partir de 2018, em vez de setembro deste ano, como foi definido ano passado. De acordo com a norma, a obrigatoriedade do eSocial se dará em 1º de janeiro de 2018 para os empregadores e contribuintes com faturamento, no ano de 2016, acima de R\$ 78 milhões, e em 1º de julho de 2018 para os demais empregadores e contribuintes. Até 1º de julho de 2017, será disponibilizado aos empregadores e contribuintes ambiente de produção restrito ao aperfeiçoamento do sistema. O eSocial unificará o envio de informações pelo empregador ao governo, em relação aos seus empregados. Instituído por decreto em dezembro de 2014, o sistema padroniza a transmissão, a validação, o armazenamento e a distribuição de dados referentes às obrigações fiscais, previdenciárias e trabalhistas dos funcionários.

www.estadao.com.br



REVISÃO DE BENEFÍCIOS

O Governo Federal promoverá uma série de alterações em benefícios como a aposentadoria por invalidez, o auxílio-doença e o acesso de trabalhadores a fundos de previdência complementar. O objetivo é reduzir gastos com a Previdência, cujo déficit avançará de R\$ 147 bilhões neste ano para R\$ 183 bilhões em 2017, segundo estimativas do Ministério do Planejamento. A revisão se dará nos chamados benefícios por incapacidade de longa duração, na ordem de 100 mil perícias por mês, a fim de checar se os trabalhadores afastados nessas condições continuam incapazes de realizar seus trabalhos. Ao todo serão reexaminados 3 milhões de aposentadorias por invalidez e 840 mil auxílios-doença concedidos há mais de dois anos.

<http://agenciabrasil.ebc.com.br>



EXAME MÉDICO

Previstos no art. 168 da CLT e na Norma Regulamentadora nº 7 – Programa de Controle Médico e Saúde Ocupacional (PCMSO), os exames médicos admissional, periódico, retorno ao trabalho, mudança de função e demissional devem ser pagos pelo empregador. O empregado estará dispensado de realizar o exame demissional quando o último exame médico tiver ocorrido há menos de 135 dias, no caso de empresas de graus de risco 1 e 2, e há menos de 90 dias, no caso de empresas de graus de risco 3 e 4. Esses prazos podem ser postergados em decorrência de negociação coletiva; no entanto, a Delegacia Regional do Trabalho poderá solicitar um exame demissional independente do prazo de realização do último exame. A explicação é da contadora Andrea Lo Buiro Copola, gerente trabalhista e previdenciária da PP&C Auditores Independentes.



LICENÇA-MATERNIDADE DE 180 DIAS

Publicada no *Diário Oficial da União* de 28 de junho, a Lei nº 13.301/2016 (artigo 18, § 3º) estende a licença-maternidade de 180 dias, prevista no artigo 392 da CLT, para mães de crianças acometidas por sequelas neurológicas decorrentes de doenças transmitidas pelo *Aedes aegypti* (dengue, febre chikungunya e zika). Nesse período, é assegurado o recebimento de salário-maternidade, previsto no artigo 71 da Lei nº 8.213/1991. A mãe empregada receberá o salário-maternidade diretamente do empregador, sendo o valor correspondente deduzido na Guia da Previdência Social (GPS). Tal dispositivo é aplicável, no que couber, a segurada especial, contribuintes individual e facultativa e trabalhadora avulsa.

📄 www.inss.gov.br

PADRÃO CONTÁBIL

A partir de 2017, União, estados e municípios devem começar a convergir para as novas regras contábeis internacionais. Processo de integração iniciado em 2013 no Brasil, a uniformização das regras visa organizar e tornar mais transparente a administração pública brasileira. Passarão por alterações normas sobre estoques, provisões, concessões de serviços públicos e variações patrimoniais. Além do Conselho Federal de Contabilidade (CFC) – que normatiza a contabilidade no País –, debatem esse importante tema a Secretaria do Tesouro Nacional (STN), os tribunais de contas de estados, municípios e União e outros representantes do poder público. Para cada norma, existe um calendário. A União, por exemplo, tem até janeiro de 2019 para implementar as novas regras de contabilização de estoques, enquanto os estados precisam, obrigatoriamente, instituí-las até janeiro de 2021. Para os municípios que possuem mais de 50 mil habitantes, a data é janeiro de 2022, e para as prefeituras com menos de 50 mil habitantes, também janeiro, mas de 2023.

📄 www.dci.com.br

PERGUNTAS E RESPOSTAS

A Receita Federal lançou a edição 2016 do *Perguntas e Respostas da Pessoa Jurídica*, a qual incorpora ao texto anterior as atualizações de legislação ocorridas até 31 de dezembro de 2015. São mais de 900 perguntas e respostas elaboradas pela Coordenação-Geral de Tributação (Cosit), relacionadas às mais diversas áreas da tributação da pessoa jurídica, incluindo Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas (IRPJ), Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), tratamento tributário das sociedades cooperativas, tributação da renda em operações internacionais (Tributação em Bases Universais, Preços de Transferência e Juros Pagos a Vinculadas no Exterior), entre outras. Dividida em 28 capítulos, a publicação está disponível gratuitamente no site da Receita Federal.

📄 **Link para download:** <http://migre.me/unDCJ>.

📄 <http://idg.receita.fazenda.gov.br>

SISTEMA DA DECORE

No ar desde 16 de maio, o novo sistema para emissão da Declaração Comprobatória de Percepção de Rendimentos (DECORE) tem gerado algumas dúvidas sobre seu funcionamento por parte de profissionais da contabilidade. Para auxiliá-los, o Conselho Federal de Contabilidade (CFC) criou uma página exclusiva sobre a DECORE, com orientações detalhadas a respeito da emissão da declaração. Podem ser baixados manuais de alteração de senha do sistema e de utilização da certificação digital, e encontrado o endereço para testar a assinatura eletrônica. Para emitir a DECORE, o profissional deve acessar a página do Conselho Regional de Contabilidade (CRC) de sua jurisdição e clicar no link relativo à declaração, que o encaminhará ao sistema. Nesse espaço, é necessário confirmar os dados e, posteriormente, será gerada uma senha provisória para a utilização do sistema. A partir daí, o profissional estará apto a emitir a DECORE, que será assinada digitalmente ao fim do processo. No Portal do CFC, o acesso à página da DECORE está em "Outros Links" (no canto inferior direito).

📄 <http://cfc.org.br/decore>



APOIO CONTÁBIL-FISCAL

Criado pela Receita Federal há cinco anos, o Núcleo de Apoio Contábil e Fiscal (NAF) tem o objetivo de aproximar a autoridade tributária dos estudantes de Ciências Contábeis e de Comércio Exterior e da população de baixa renda. A atuação da SRF nesses núcleos visa apoiar as 102 universidades com as quais firmou termo de colaboração técnica na capacitação dos alunos, colaborando para que apliquem o aprendizado acadêmico na prática de suas obrigações. A iniciativa é tão positiva que outros nove países da América Latina criaram um NAF baseando-se no exemplo brasileiro. O NAF contribui com a formação de profissionais cientes da função social dos tributos e dos direitos e deveres associados à tributação. A iniciativa proporciona atendimento gratuito às comunidades, auxiliando na prestação de serviços como inscrição e informações cadastrais de CPF e CNPJ, agendamento on-line de atendimentos na Receita Federal do Brasil (RFB), consulta à situação fiscal, entre outros.

📄 <http://idg.receita.fazenda.gov.br>

NOVIDADE NO eSOCIAL

A plataforma recém-implantada no portal do eSocial tem auxiliado os empregadores nas consultas cadastrais em lote, ao invés das pesquisas até então realizadas individualmente, por colaborador. De uma só vez, agora é possível validar dados de diversos empregados como CPF, PIS, nome e data de nascimento. Após acessar o site do eSocial, é necessário seguir os seguintes passos: clicar na última aba da esquerda “Consulta Qualificação Cadastral”, clicar na aba “Consulta Qualificação Cadastral em Lote” e, neste momento, inserir o certificado digital. Em seguida, deve-se importar o arquivo .txt de acordo com o leiaute, e entrar novamente no site após 48 horas para obter o resultado. Mas atenção: o arquivo .txt precisará estar codificado em UTF-8 ou ISO-8859-1, sem o uso de caracteres especiais como: ç, acentos, pontos, /, &, %, # etc. Entre cada informação é necessário colocar o sinal de ponto-e-vírgula e sem espaços, para separar os dados, que deverão estar na ordem exata: CPF (numérico); NIS (numérico); Nome (sem caracteres especiais); Nascimento (ddmmaaaa).

📄 www.esocial.gov.br

PENDÊNCIAS NO CPF

A Serasa Experian lançou um novo serviço gratuito pela internet que permite aos consumidores verificar se há pendências financeiras associadas a seus CPFs. A consulta poderá ser feita no site da instituição ou, para usuários de smartphones Android, pelo aplicativo SerasaConsumidor. Para ter acesso, o interessado deve fazer um cadastro abrangente antes de a consulta ser liberada – ela é apenas ativada se for digitado um código de validação, que é enviado pela Serasa por SMS para um celular indicado pelo consumidor. Este processo de autenticação cria barreiras evitando que terceiros tentem checar informações que não lhes pertencem. Podem ser consultados dados sobre a negatificação do CPF e o tipo de débito pendente, além de informações sobre os credores, como telefones, endereço, e-mail e site, e o valor atual e a data de vencimento do débito atrasado.

📄 www.serasaconsumidor.com.br

CENTRAL DE CARTÓRIOS

A Receita Federal inaugurou, em 1º de julho, a Central de Cartórios de Pessoa Jurídica em São Paulo, que reúne dez cartórios da capital paulista que trabalham de forma integrada no deferimento de atos cadastrais do CNPJ. A iniciativa beneficia os empreendedores e contribui para a melhoria do ambiente de negócios do País. Agora, as solicitações de inscrição, alteração e baixa, no âmbito do CNPJ, poderão ser analisadas e deferidas diretamente pelos Cartórios de Registro de Pessoas Jurídicas. Com isso, não haverá mais a necessidade de se deslocar para uma unidade de atendimento da Receita Federal. Em breve, a integração será expandida para todo o Estado de São Paulo.

📄 <http://idg.receita.fazenda.gov.br>

FILANTROPIA RESPONDE

CONSULTORIA PARA O TERCEIRO SETOR

1. Pretendo instituir uma Fundação Educacional. O que devo observar para a elaboração do estudo de viabilidade?

Inicialmente, para fins de criação de uma fundação privada, os interessados devem apresentar ao Ministério Público, dentre outros documentos, um estudo de viabilidade, cujo teor deverá demonstrar que a fundação tem plenas condições de prestar os fins a que se destina. Para isso, é importante que o estudo aborde os seguintes tópicos: 1) descrição das finalidades e das atividades a serem realizadas; 2) avaliação do patrimonial inicial; 3) apresentação das estruturas material e humana necessárias para execução das atividades; 4) estimativa do custo mensal para desenvolvimento das atividades; e 5) descrição das ações a serem implementadas para assegurar a sustentabilidade.

2. De acordo com o novo marco legal das parcerias, uma associação privada, portadora do certificado de entidade beneficente de assistência social, para celebrar termos de colaboração/fomento com a Administração Pública, deve participar do procedimento de Chamamento Público?

Depende. Segundo o inciso VI do artigo 30 da Lei n.º 13.019/2014 (alterada pela Lei n.º 13.204/2015), estão especificadas as hipóteses em que a Administração Pública poderá dispensar a realização do Chamamento Público, como no caso de atividades voltadas ou vinculadas a serviços de educação, saúde e assistência social, executadas por organizações da sociedade civil previamente credenciadas pelo órgão gestor da respectiva política.

3. Os cursos voltados à integração ao mercado de trabalho são considerados atividades de assistência social?

Sim, na forma da alínea "c" do inciso I do artigo 2º da Lei Orgânica da Assistência Social (Loas), cumulado com o inciso II do artigo 18 da Lei n.º 12.101/2009 e da descrição do Serviço de Proteção Básica, em especial aqueles tipificados como de Fortalecimento

de Vínculos direcionados aos adolescentes de 15 a 17 anos, nos exatos termos da Resolução n.º 109/2009 do Conselho Nacional de Assistência Social (CNAS). Assim, conclui-se que as entidades que desenvolvam tais atividades poderão obter a qualificação como beneficente de assistência social.

4. Em que consiste o acordo de cooperação previsto na Lei n.º 13.019/2014 e a quem caberá a sua proposição?

O acordo de cooperação é o instrumento hábil em que são formalizadas as parcerias estabelecidas pela Administração Pública com organizações da sociedade civil para a consecução de finalidades de interesse público e recíproco que não envolvam a transferência de recursos financeiros. O acordo de cooperação pode ser proposto pela Administração Pública ou pela organização da sociedade civil.

5. A Administração Pública que pretenda firmar parceria com uma organização da sociedade civil, por meio de acordo de cooperação, será obrigada a adotar o Chamamento Público?

Nos termos do artigo 29 da Lei n.º 13.019/2014, os acordos de cooperação serão celebrados sem Chamamento Público, exceto quando o objeto envolver a celebração de comodato, doação de bens ou outra forma de compartilhamento de recurso patrimonial, hipótese em que o respectivo Chamamento Público será obrigatório.

6. Em uma instituição educacional, berçário é entendido como uma atividade assistencial ou educacional?

Segundo os artigos 29 e 30 da Lei de Diretrizes e Bases da Educação, a Educação Infantil é considerada a primeira etapa da educação básica, tendo como finalidade o desenvolvimento integral da criança até os cinco anos de idade. Além disso, dispõe que ela será oferecida em creches ou entidades equivalentes para crianças de até três anos, bem como em pré-escolas para crianças de quatro a cinco anos. Com isso, as atividades inerentes ao berçário fazem parte da Educação Infantil.

AUMENTE SEUS RESULTADOS COM NOVAS IDEIAS PARA SUA ORGANIZAÇÃO!



3 HORAS DE
CONSULTORIA EM
NEGÓCIOS, MARKETING
E COMUNICAÇÃO:

50%
DE DESCONTO
PARA AFILIADOS AO FILANTROPIA



Aprenda as melhores formas de captar recursos.



Explore o potencial da sua causa e crie produtos e serviços para aumentar seu faturamento.



Saiba se comunicar com empresas para obter investimentos.



Mobilize equipe e voluntários comprometidos com o resultado de sua organização.

Quer saber mais informações?

(41) 3040-8316
agencia@nossacausa.com
agencia.nossacausa.com
fb.com/nossacausa



#

CAPA



O QUE VOCÊ
PRECISA

• está fora

DA CAIXA!

Conseguir recursos é uma preocupação recorrente para qualquer organização. Mas, para realizar essa atividade e obter sucesso, é preciso planejamento e uma boa dose de **inovação e criatividade**

Por Paula Craveiro

As últimas edições da **Revista Filantropia**, o tema *captação de recursos* tem surgido com grande frequência, seja em matérias ou em artigos, indicando o quão importante essa atividade é para a manutenção e para a sustentabilidade das organizações sociais.

É fato incontestável que toda ONG precisa de recursos para se manter em atividade. Com exceção dos institutos corporativos e das fundações familiares, que têm orçamentos próprios previamente garantidos, a maioria das entidades necessita desenvolver estratégias específicas para trazer recursos – principalmente dinheiro – a fim de ser capaz de cumprir a sua missão e ter impacto real na comunidade em que atua.

Na teoria, captação de recursos é o processo estruturado desenvolvido por uma organização para solicitar de indivíduos, empresas, governos, organizações parceiras, entre outras possibilidades, as contribuições de que ela precisa, sejam financeiras, materiais, de voluntariado ou outros recursos. Na prática, significa ter uma equipe dedicada para buscar, por meio de ideias criativas e inovadoras, soluções para se trazer as doações, aproximar a organização da sociedade, defender que ela seja o mais transparente possível em suas ações e prestação de contas etc.

“Captar recursos é, acima de tudo, ter em sua organização pessoas que entendam que o trabalho delas é fundamental para a obtenção de doações, que são muito importantes para que a ONG tenha impacto e seja transformadora em sua atuação, cumprindo integralmente sua missão”, afirma João Paulo Vergueiro, diretor executivo da Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR). “Assim, saber captar é uma competência estratégica e fundamental para a sustentabilidade das ONGs e, ao menos em tese, não deveria haver uma única organização da sociedade civil sem um plano de captação e pelo menos um profissional responsável por priorizar o assunto”, ele completa.

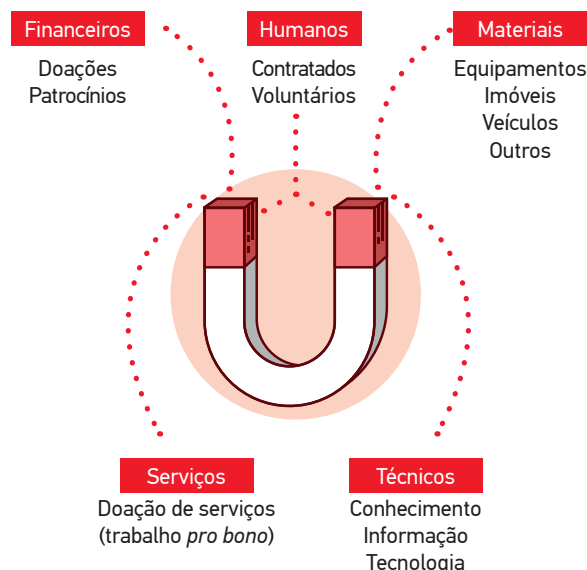
RECURSOS A SEREM CAPTADOS

São muitos os tipos de recursos que um captador pode conseguir para a sua organização social, como: recursos materiais,

o que pode incluir equipamentos, mobiliário, produtos, imóvel etc.; serviços, que podem ser prestados de modo gratuito (*pro bono*) por uma agência de relações públicas ou de publicidade, ou uma empresa de tecnologia que dê suporte aos computadores da entidade, ou uma fábrica de fraldas que faça doações para uma creche, entre outras possibilidades; e recursos humanos, por meio de voluntariado ou de contratação de profissionais. No entanto, os recursos financeiros são, evidentemente, os mais necessários para a manutenção da ONG e de sua estratégia de atuação.

“Não existe projeto ou ONG se não houver recursos. A sustentabilidade da organização depende disso. Como executar sua missão? Como sustentar a estrutura? Como manter e ampliar sua capacidade de atuação? Captar recursos é uma necessidade para qualquer ente do Terceiro Setor”, explica Ana Levy, especialista em estratégia de retenção e relacionamento com doador pessoa física.

TIPOS DE RECURSOS





Captação de recursos não é apenas sobre levantamento de fundos. Trata-se de compreender as motivações dos doadores e construir relacionamentos. É sobre o doador e não sobre a sua organização

Reinier Spruit

NÃO DÁ MAIS PARA “PASSAR O CHAPÉU”

Entra ano, sai ano, e as ONGs – mesmo aquelas que contam com o apoio de uma equipe especializada em captação – continuam a enfrentar uma série de problemas na hora de buscar os recursos necessários para a sua manutenção e para a continuidade de seus projetos.

Não bastasse a costumeira dificuldade para se ter acesso às fontes de financiamento – ampliada por questões como a atual crise econômica enfrentada pelo país, que tem limitado consideravelmente o investimento de empresas e de pessoas físicas em projetos socioambientais –, o processo de captação passa, muitas vezes, pelo obstáculo da falta de criatividade na hora de pedir. Essa criatividade não se limita a criar layouts “bonitinhos” ou produzir mensagens tocantes, embora isso também faça parte.

Hoje em dia, a ideia de “passar o chapéu” perdeu seu sentido, especialmente quando falamos sobre a arrecadação de grandes valores. Com o Terceiro Setor cada vez mais profissionalizado, utilizando processos de gestão muito semelhantes aos incorporados no dia a dia de grandes companhias, é preciso muito mais do que “pedir” para conseguir o que se deseja; é preciso encontrar ou, se não houver, criar novos meios para fazer acontecer.



A necessidade é a mãe da inovação
Platão

OS “BONS E VELHOS” MEIOS DE CAPTAÇÃO

Para alcançar seus objetivos, uma grande parcela das organizações sociais – se não todas elas – recorre a meios e fontes tradicionais para captar os recursos de que necessita. Há aquelas que promovem bingos beneficentes, realizam almoços ou jantares para reunir seus doadores, enquanto outras tantas optam pela venda de rifas como forma de angariar fundos para seus projetos. Muitas, ainda, têm recorrido aos projetos de geração de renda própria por meio da produção e comercialização de seus produtos. Existe um grande leque de possibilidades quando o assunto é captação. No entanto, essas opções muitas vezes caem no “mais do mesmo” e, não raro, perdem parte de sua força de convencimento na hora de atrair doadores e doações.

Segundo os especialistas consultados pela **Revista Filantropia**, os meios mais frequentemente utilizados pelas entidades do Terceiro Setor na busca por recursos são:

- **Pessoas físicas:** para Tahiana D’Egmont, CEO da Kickante, as pessoas precisam ser motivadas a doar. “Para que essa ação seja frequentemente realizada, é preciso que as organizações sociais criem um vínculo com o doador de maneira gradativa, apresentando seu trabalho, as transformações realizadas na vida do público que ela assiste e seus projetos atuais e futuros. É preciso convidar o doador a fazer parte da instituição, para que ele possa se sentir parte da solução e, assim, compreender a relevância da atuação da ONG e do papel que ela desempenha”, explica.
- **Instituição:** os colaboradores da instituição também devem ser engajados em seu projeto de captação, aponta a CEO. Afinal, eles conhecem com propriedade a ONG e são as pessoas mais capacitadas para “vender” o projeto social e atrair ainda mais doadores. “Peça que eles falem sobre o projeto de captação para seus familiares, amigos e contatos, que compartilhem informações sobre a instituição em suas redes sociais, e que disseminem para o maior número de pessoas os projetos e as necessidades da entidade”.
- **Empresas:** recorrer a empresas é sempre uma boa solução para captar recursos materiais, técnicos, entre outros. Por meio de parcerias, as empresas podem auxiliar sua causa ao doar dinheiro para a manutenção de seus projetos, oferecer capacitação aos seus voluntários e colaboradores, ou mesmo criar grupos de voluntariado interno.
- **Eventos:** essa é uma ótima maneira de promover o trabalho de uma instituição, arrecadar recursos e integrar a comunidade. “Os eventos podem ser realizados em datas comemorativas ou criados de acordo com a necessidade da organização social e da comunidade. Mas seu planejamento deve ser feito com meses de antecedência, a fim de que haja tempo suficiente para organizar todos os detalhes, divulgar e entrar em contato com o maior número de doadores possível”, ressalta Tahiana.
- **Venda de produtos ou serviços:** é uma das formas de captação mais utilizadas pelas organizações atualmente, já que os produtos podem ser confeccionados pela própria instituição, por meio de oficinas e de projetos para a comunidade. Com isso, muitos talentos podem ser descobertos e aproveitados em prol da própria

ONG. “Há várias formas de fazê-lo, como estruturar serviços que a organização possa oferecer ao setor e no que seja bom em realizar. Há também muitas organizações que mantêm oficinas de panificação, cerâmica, costura etc., e vendem esses produtos para a comunidade. Ao começar a gerar renda por conta própria, diminuindo a dependência das doações, é fundamental contar com um bom apoio jurídico e contábil”, destaca Vergueiro, da ABCR.

- **Mala direta e telemarketing:** é uma das ferramentas mais antigas de captação utilizadas pelas organizações. Mas é preciso analisar detalhadamente o tipo de abordagem e como será o contato com os doadores. Para cada projeto social é necessária uma abordagem diferente. No primeiro contato, pode-se utilizar a mala direta, pois é uma forma menos invasiva, na qual é possível apresentar rapidamente a missão da ONG. Já o telefone é mais indicado quando o doador possui conhecimento prévio sobre a instituição, ficando, então, mais fácil conseguir captar recursos.
- **E-mail marketing:** modo mais rápido de impactar um grande número de doadores, e também o que geralmente possui o resultado em captação quase imediato. Porém, é necessário criar um vínculo com o doador. Envie e-mails periódicos informando sobre os projetos sociais da sua organização, o impacto e a transformação na vida dos assistidos e, claro, também peça doações. Não tenha receio de pedir, mas analise bem qual abordagem será utilizada.
- **Arrecadação face-to-face:** é a arrecadação cara a cara. Tem sido cada vez mais comum encontrar essa iniciativa nas ruas das grandes cidades do Brasil. São abordagens feitas por voluntários, cujo objetivo é explicar à pessoa abordada a importância da causa defendida pela ONG, e perguntar se ela gostaria de se tornar um doador. Organizações como Fundação Abrinq, Greenpeace e Unicef são adeptos dessa prática.

É inegável que tudo isso dá retorno – se não desse, não haveria razão para tantas organizações insistirem nessas fórmulas. No entanto, hoje em dia é preciso de mais, muito mais, para se conseguir chegar aos recursos desejados e garantir a tão sonhada sustentabilidade.



Quase 100% das inovações são inspiradas não por análises de mercado, mas por pessoas insatisfeitas com o estado atual das coisas

Tom Peters

SEJA CRIATIVO E BUSQUE NOVAS FONTES DE FINANCIAMENTO

Ter várias fontes da captação favorece, e muito, as organizações, uma vez que elas se tornam menos dependentes de alguns poucos financiadores, o que traz segurança em momentos de crise e auxilia no processo de planejamento.

“Muitas ONGs estão sentindo na pele os impactos da dependência excessiva de poucos financiadores, como aquelas que têm mais de 60% de seus recursos provenientes de governos ou de empresas. Com a crise que atinge o Brasil, vieram os cortes e, hoje, muitas estão tendo de reduzir drasticamente suas operações e buscar alternativas criativas para superar isso”, afirma Ana Levy.

Trabalhar com doações regulares (mensais, semestrais, anuais) de pessoas físicas, mesmo que em pequenos valores, é sempre um bom caminho a ser seguido, pois, além de trazer legitimidade à ONG, o potencial de crescimento desse modelo de captação é muito grande, o que pode auxiliar em sua sustentabilidade. Portanto, vale reforçar que a diversificação de fontes deve ser parte da estratégia de toda organização.

Fernanda Giannini, gerente do Instituto Phi, complementa a ideia ressaltando que, “como em qualquer empresa, as fontes de recursos financeiros devem sempre ser as mais variadas possíveis. Para uma organização do Terceiro Setor, que sofre com a crise e com as limitações de recursos ainda mais do que uma companhia tradicional, essa diversificação é primordial, pois significa mitigar o risco de um dos principais financiadores desistir de apoiar e ‘quebrar’ a organização, como já ocorreu com muitas entidades”.

Em outras palavras, as organizações sociais devem estar sempre preparadas para os momentos de bonança e para os momentos de recessão, comuns em qualquer economia no mundo. Ao diversificar suas fontes de captação, é possível se preparar mais adequadamente para os períodos de baixa, pois em uma eventual perda de fontes, ainda se pode contar com os demais apoiadores para dar continuidade aos seus projetos.

“A diversificação vem de exercícios de mobilização dos profissionais atuantes na ONG em praticarem a criatividade e também aprenderem com casos de sucesso de outras organizações. Infelizmente, as entidades ainda trocam pouco conhecimento entre si e, muitas vezes, passam por dificuldades que seus pares já conseguiram superar em outras ocasiões e que poderiam servir como aprendizado e como direcionamento para possíveis soluções”, observa Fernanda.

Danilo Tiisel, advogado especialista em legislação do Terceiro Setor e diretor da Social Profit Consultoria, também defende a importância da diversificação como forma de evitar que “a organização entre em colapso econômico” e aponta cinco grandes fontes para a captação de recursos: indivíduos (pessoas físicas); empresas e institutos empresariais (empresas e organizações sem fins lucrativos de caráter empresarial); geração de renda própria; fontes institucionais; e fundações e organizações (pela causa, familiares e comunitárias, nacionais ou internacionais).

PRINCIPAIS FONTES DE FINANCIAMENTO



Pessoas físicas

(doações permanentes ou esporádicas, voluntariado).

Empresas e institutos empresariais (doações, trabalhos *pro bono*, voluntariado corporativo).

Governo (municipal, estadual e federal).

Geração de renda (confeção e comercialização de produtos feitos por projetos da própria organização social, venda de produtos e de serviços por meio de bazares ou lojas próprias, fundos patrimoniais, marketing relacionado à causa etc.).

Eventos.

Fundações (nacionais e internacionais).

Agências internacionais (bilaterais ou multilaterais).

Instituições laicas e religiosas.

Editais.

Leis de incentivo.

Crowdfunding.

Abordagens *face-to-face*.

E-mail marketing.

Telemarketing.

Doação de notas fiscais.

PENSE FORA DA CAIXA – SEMPRE

Inovar é contribuir para a construção de soluções novas ou significativamente melhores do que as opções disponíveis no momento; é buscar soluções que entreguem mais valor ao usuário final e que gerem ganhos excepcionais para a organização.

No dia a dia de uma entidade do Terceiro Setor, o conceito de inovação pode – ou melhor, deve! – ser empregado quando se trata de captar recursos. Isso não significa que os métodos e meios tradicionais devam ser descartados. De jeito nenhum! A ideia de “pensar fora da caixa” consiste, justamente, em encontrar alternativas mais modernas para melhorar os processos já existentes e, caso não haja processo anterior, aí sim criar algo para suprir as necessidades da ONG.

“Para encontrar novas possibilidades para captar recursos, profissionais atuantes na organização precisam estar atualizados e ler e pesquisar muito sobre *fundraising* no mundo. Todos os dias são publicados novos artigos, então, material é o que não falta. Além disso, eles devem observar o mercado comercial para verificar se alguma novidade pode ser adaptada à realidade de sua organização. A equipe de captação pode, ainda, realizar *brains-torms* constantes com a equipe de marketing e de programas para

identificar oportunidades”, orienta Flavia Lang, diretora e cofundadora da Ader&Lang.

A diretora destaca ainda a importância de se ter um tempo livre para poder “pensar”. “Ter um tempo distante do agito do dia a dia pode contribuir bastante para esse processo criativo, pois assim eles poderão estudar, observar e analisar o que acontece no mundo”.

ALGUMAS ALTERNATIVAS CRIATIVAS

Quando se fala em inovação com vistas à captação de recursos, a intenção não é, nem de longe, a de propor a “criação da roda”. Ela já existe e ponto! O que se propõe é a busca por novas maneiras de se pensar essa roda. Ela precisa mesmo ser daquela cor? Precisa ter aquela espessura? E se for mais fina, o que acontece? Ela pode ter alguma outra funcionalidade além da tradicional? Pode ser maior ou menor para se adequar às necessidades desse ou daquele usuário?

Na captação, é exatamente isso o que se pretende: fazer com que os profissionais atuantes nesse segmento questionem, pesquisem, busquem novas possibilidades para a realização do seu trabalho, visando tanto ao aperfeiçoamento de seus processos, quanto à ampliação de seus resultados. Busca-se fugir do “mais do mesmo” para que se possa fazer “mais e melhor”.

CRIE MAIS, RESOLVA MELHOR

O conceito de “pensar fora da caixa” (do inglês *thinking outside the box*) remonta à ideia de pensar de forma livre das amarras convencionais. Isso significa utilizar a criatividade para buscar soluções inovadoras para novos e velhos problemas.

Para Marcio Zeppelini, editor da **Revista Filantropia** e presidente da Rede Filantropia, a criatividade é o degrau mais alto da sabedoria. “É imprescindível ter conhecimento técnico e teórico para resolver um determinado problema. Mas, para as organizações do Terceiro Setor, é necessário mais do que isso; é preciso resolver esse problema de forma rápida e com menos recursos, de modo que a inovação seja um diferencial competitivo para a ONG”.

Assim como, no dia a dia, um pai cria diferentes maneiras de brincar com seus filhos, ou, no esporte, buscam-se novas estratégias contra os adversários, mas sem burlar as regras do jogo, a criatividade deve fazer parte do cotidiano das entidades sociais.

Mas ser criativo significa, acima de tudo, estar disposto a arriscar. É estar disposto a errar ou a falhar de vez em quando. “As organizações sociais precisam se arriscar quando se trata de captação de recursos. Sejam criativas. Encontrem formas diferentes de realizar suas atividades cotidianas e resolver seus problemas. Além de captar, é possível ganhar com a economia de recursos – dinheiro, tempo, energia, entre tantos outros”, ele adverte.

Por fim, o presidente da Rede Filantropia orienta: “Troque o ‘mas sempre foi assim’ pelo ‘mas por que sempre foi assim?’ e encontre respostas diferentes!”



A seguir, são abordados três modos de se angariar recursos para uma organização, mas a criatividade e a inovação dos profissionais de captação das organizações não devem ficar restritas a eles. Use e abuse – ok, isso não foi muito criativo... – dos meios e modalidades disponíveis para recorrer aos seus apoiadores e doadores em potencial. Nessa hora, o importante é não ter medo nem vergonha de se arriscar.

Crowdfunding

Um bom exemplo é a captação por meio de financiamentos coletivos, também conhecidos como *crowdfunding*. “Essa modalidade surgiu há relativamente pouco tempo como uma tendência e hoje se tornou uma realidade para diversas instituições do Brasil e do mundo. A organização cria uma campanha de captação em uma plataforma de *crowdfunding* e conta com a doação de centenas, ou milhares, de doadores que se identificam com a causa. O melhor dessas ferramentas é que elas podem ser utilizadas por ONGs com menos de dois anos de existência – tempo de maturação exigido pelo governo para solicitar recursos”, explica Tahiana D’Egmont, da Kickante.

Segundo Silvia Daskal, diretora do Instituto Doar e consultora em captação de recursos para organizações da sociedade



Inovação não abre portas, fabrica Henrique Szklo

civil, para captar recursos via internet não basta que a entidade esteja na web, seja por meio de um site ou de uma rede social, por exemplo. “Estar presente na internet é muito importante, sem dúvida. Mas as organizações também precisam fazer as pessoas chegarem até os seus sites institucionais ou páginas de doação e efetivamente doarem”.

Assim como na captação off-line, a consultora afirma que é preciso engajar e inspirar as pessoas a fazerem suas doações e, nesse ponto, as redes sociais, os e-mails marketing e as pesquisas patrocinadas (anúncios) em sites de busca têm se mostrado boas

COMO CAPTAR PELA INTERNET

As organizações sociais precisam ter um bom site, com todas as informações possíveis sobre sua história; missão, visão e valores; suas campanhas; links para as redes sociais em que a ONG esteja presente; e contar com um botão de doação, disposto de maneira estratégica para que o usuário possa encontrá-lo sem esforço.

Como a maioria das pessoas acessa seus e-mails e navega na rede por meio de dispositivos móveis (tablets e smartphones), o site da ONG precisa ser responsivo.

O processo de doação on-line deve ser fácil e rápido – em poucos cliques. Quanto mais complexo for esse processo, maiores serão as chances de o doador desistir.

Deve-se utilizar anúncios, e-mail marketing e mídias sociais para levar os potenciais doadores ao site.

A organização deve oferecer conteúdos relevantes e atuais em todos os seus canais.

Deve-se utilizar sistemas de envio de e-mail marketing, agendamento de posts e processamento de pagamentos para automatizar o processo de doação, oferecer uma experiência melhor aos doadores e obter dados para aperfeiçoar o processo de captação da organização.

É essencial que as organizações tenham um banco de dados para armazenar as informações importantes sobre seus doadores e potenciais doadores e, principalmente, manter esses dados sempre atualizados.



Fonte: *Silvia Daskal*.



Criatividade exige coragem **Henri Matisse**

ferramentas auxiliares. Só para se ter uma noção do potencial contido na internet, um estudo da agência We Are Social¹, realizado em 2016, mostrou que o Brasil tem 120,2 milhões de usuários ativos em um universo de 208,7 milhões de habitantes. Desses usuários, 103,0 milhões são ativos em redes sociais e passam diariamente cerca de 3 horas e 18 minutos conectados a alguma rede. Com tantos doadores em potencial à solta, as organizações não podem perder a oportunidade.

Um ponto bastante positivo dessa modalidade de captação é que ela é válida para todas as organizações, independentemente de porte. “Mas, para que isso dê certo, é fundamental que haja planejamento, tanto para solicitar recursos quanto para aplicá-los, e uma estrutura adequada para lidar com as doações on-line, como bancos de dados, sistemas de pagamento, sistema de envio de e-mails e análise de dados, por exemplo”, ressalta *Silvia*.

Eventos sociais

A realização de eventos sociais também pode ser considerada uma excelente oportunidade para inovar. “Um evento é uma forma muito interessante de captar. Além de gerar receita para a organização e atrair outros recursos necessários, como mão de obra, ele também possibilita que a ONG se aproxime de seus apoiadores, mostre a sua cara e reforce seus vínculos com os doadores. É importante que as organizações lembrem-se disso: eventos geram relacionamento”, destaca *João Paulo Vergueiro*.

O diretor executivo da ABCR comenta ainda que, como qualquer fonte de recursos, os eventos precisam ser bem planejados e avaliados, de modo que se possa checar a viabilidade e definir qual é o modelo que funciona melhor para cada organização. Isso, é claro, dependerá

¹WE ARE SOCIAL. *Digital in 2016* – We Are Social’s compendium of global digital, social, and mobile data, trends, and statistics. 2016. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2016/>>. Acesso em: 20 ago. 2016.

POSSÍVEIS ESTRATÉGIAS DE ENGAJAMENTO E CAPTAÇÃO DE RECURSOS

EMPRESAS

Editais, *matching* com funcionários, patrocínios, projetos incentivados.

COOPERAÇÃO INTERNACIONAL, INSTITUTOS E FUNDAÇÕES

Editais, projetos.



GOVERNOS

Convênios, emendas parlamentares, termos de parceria

PESSOAS FÍSICAS

Bazares, *crowdfunding*, doação de notas fiscais, doações avulsas, doações capitais, doações recorrentes, eventos (peças teatrais, festas, datas comemorativas), geração de renda, grandes doadores, heranças, jantares e almoços beneficentes, legados, leilões, licenciamento, projetos incentivados, rifas, shows e venda de produtos e serviços

Fonte: Sílvia Daskal.

de fatores como quais são os ativos que ela dispõe, o quanto ela pretende investir, o que pretende obter como retorno, entre outros.

Investir em eventos é uma alternativa válida e interessante quando a organização social tem boa capacidade de mobilização local, em particular com o público que “consumiria” seu evento. “Se for um evento para alta classe, deve-se ter condições de mobilizar indivíduos que tenham recursos para investir em um convite um pouco mais caro. Se for um evento para a massa, como festa junina, por exemplo, deve-se ter base local ampla, para divulgar o evento e gerar muito público. Em ambos os casos, é essencial que se tenha capacidade de mobilizar parceiros para o evento, de modo a reduzir seus custos e obter o melhor retorno”, ele completa.

Como exemplo de captação por meio de evento, Fernanda Giannini cita o caso da Eventos do Bem. “A Eventos do Bem é uma *startup* de financiamento coletivo de eventos, que procura empoderar a pessoa que apoia a causa, para gerar impacto positivo



*Inovar implica fazer diferente.
É justamente aí que o “bicho pega”*
Oldair Belassini

no mundo, utilizando seus eventos pessoais – aniversários, casamentos, formaturas – para angariar financiamento para projetos socioambientais”, ela explica.

TRADIÇÃO X INOVAÇÃO

AS ABADIAS TRAPISTAS E A CAPTAÇÃO DE RECURSOS

A Ordem dos Cisterciãos da Observância Estrita foi fundada em 1892, na Europa. Àquela época, para sobreviver aos longos períodos de jejum a que se impunham os monges, nos quais era permitido apenas o consumo de líquidos, esses religiosos desenvolveram uma bebida – hoje conhecida como cerveja – que, em termos de substâncias e nutrientes, assemelhava-se ao pão e ajudava a saciar a fome. Com o tempo, os monges foram aperfeiçoando suas técnicas de produção e conservação.

Hoje, a ordem trapista cresceu e possui cerca de 170 abadias espalhadas em todo o mundo. No Brasil, eles estão presentes na Abadia Trapista Nossa Senhora do Novo Mundo, localizada em Campo do Tenente (PR), fundada em 1983 e composta por 29 monges.

Mas, ao contrário do que se pensa, esses monges não fabricam mais cerveja, e sim vinhos, licores, pães, geleias, mel, biscoitos, azeites, queijos e chocolates. A produção atual é destinada não apenas ao consumo próprio, como ocorria com a cerveja, mas também à captação de dinheiro para sua sobrevivência e para ajudar as obras sociais e a comunidade carente próxima à abadia.

Fonte: Cerveja na Moringa¹.



Captação com pessoa física

Tudo bem que esse não é o exemplo mais inovador de modalidade de captação de recursos, mas ainda assim é um dos mais importantes para a manutenção de uma entidade do Terceiro Setor. Seu aspecto inovador reside na maneira como o pedido de doação é feito. Sair por aí dizendo “minha organização precisa de dinheiro” não passa nem perto de ser uma mensagem cativante. Aliás, é bem provável que ela acabe afugentando as pessoas. Mas se essa mensagem conseguir sensibilizar o doador em potencial, se ela conseguir tocá-lo, as coisas começam a ficar diferentes e, até mesmo, mais atraentes.

Quem não conhece a história do homem cego, que pedia esmolas, tendo em mãos um cartaz escrito com giz que dizia “Por favor, ajude-me, sou cego”? Bom, a história é a seguinte: por muito tempo, o homem cego ficou sentado em uma calçada, com seu cartaz e um chapéu gasto no chão, pronto para receber as esmolas das pessoas que passavam pela rua. Certo dia, um publicitário passou pelo homem e reparou que havia umas poucas moedas em seu chapéu. Sem pedir licença, ele pegou o cartaz e o giz, escreveu outro anúncio no verso do papelão e foi embora. Mais tarde, o publicitário voltou a passar pelo cego, que agora tinha um chapéu cheio de moedas. O cego reconheceu as pisadas do rapaz e perguntou se ele era a pessoa que havia escrito em seu cartaz. Quis saber, então, o que



Todas as inovações eficazes são surpreendentemente simples. Na verdade, o maior elogio que uma inovação pode receber é haver quem diga: isso é óbvio. Por que não pensei nisso antes?

Peter Drucker

escrevera ali. O publicitário disse que não havia escrito nada que não estivesse de acordo com o anúncio anterior, porém com outras palavras, e, satisfeito com o resultado, seguiu seu caminho. O cego nunca soube, mas seu novo cartaz dizia: “Hoje é primavera e eu não posso vê-la”.

O que isso tudo quer dizer? Que é possível, sim, inovar na captação com pessoas físicas; basta mudarmos nossa forma de ver e trabalhar as dificuldades dessa modalidade.

¹CERVEJA NA MORINGA. Os Trapistas. 18 mar. 2016. Disponível em: <<http://www.cervejanamoringa.com.br/curiosidades/os-trapistas/>>. Acesso em: 01 out. 2016.

DICA DOS ESPECIALISTAS

Exercite a criatividade em todos os momentos do dia a dia de sua organização, mesmo em situações corriqueiras.

Busque inovar os processos já existentes, de modo a torná-los melhores, mais ágeis e confiáveis. Não adianta “inventar moda” e obter resultados inferiores.

Esteja sempre atualizado quanto às novidades na área de captação de recursos. Leia muito, faça cursos, busque novos conhecimentos.

Troque experiências com outras organizações sociais, especialmente com aquelas que atuam no mesmo segmento que a sua ONG.

Arrisque-se e faça coisas diferentes, mas sempre com foco no resultado que se deseja.



“



*No momento em que você
pensar fora da caixa, jogue a caixa fora*
Deepak Chopra

CULTURA DE DOAÇÃO

Não dá para falar em captação de recursos sem lembrar a importância da fidelização dos doadores a uma causa. E esse processo de fidelização também deve passar pelo crivo da criatividade e da inovação. Como a minha ONG pode tornar aquele doador fiel à causa? Como podemos estreitar nosso relacionamento com ele? O que podemos oferecer a ele como retribuição pela ajuda recebida?

As organizações têm um papel fundamental no fortalecimento da cultura de doação no Brasil. Saber pedir e como pedir é muito importante. “É preciso solicitar recursos de forma clara

e inspiradora, e mostrar que o doador pode ser parte da solução para a causa defendida por sua organização. É essencial engajar seus apoiadores na missão de sua organização, tratá-los como parceiros, valorizá-los, despertando neles boas experiências, pois doadores engajados tendem a multiplicar para as suas conexões o trabalho realizado, promovendo a causa e a entidade, além de terem o interesse em se manter conectados à ONG”, ressalta Silvia.

Além disso, é de grande importância apresentar os resultados do trabalho realizado pela organização de modo transparente. “A ideia é desenvolver um relacionamento duradouro com esse doador, de forma que ele e a organização se aproximem. Então, deve-se atentar para a coleta de informações pessoais, seus interesses e, também, dados sobre as suas doações, como periodicidade e valor”.

Mas é preciso lembrar que não adianta reunir esses dados e deixá-los guardados em um arquivo no computador. É preciso usá-los adequadamente e de modo criativo, fugindo da mesmice praticada por muitas entidades. Busque maneiras inteligentes de despertar o interesse das pessoas. Um mimo produzido pelas crianças ou adultos de sua ONG? Uma carta escrita pela pessoa diretamente beneficiada pela doação? Um convite da organização para uma peça de teatro encenada pelos jovens atendidos pela organização? Existem diversas formas de inovar. O importante é que essa inovação seja viável, ou seja, que esteja dentro dos limites (financeiros e éticos) da organização e esteja em linha com sua proposta de trabalho. 📌

ANÚNCIOS DE SUSTENTABILIDADE

Qual é sua ênfase e quem são os anunciantes?

Na última edição, discutimos os achados do estudo realizado pelo instituto de pesquisa e opinião pública Market Analysis, que buscou entender o que os anúncios sobre sustentabilidade no mundo empresarial realmente comunicam.

Sabe-se que os anúncios são uma ferramenta publicitária tradicional utilizada pelas empresas para transmitir tanto informações sobre produtos e serviços como posturas institucionais. A emergência do debate global sobre sustentabilidade e governança corporativa compele as empresas a emitirem seu posicionamento socioambiental aos consumidores e demais *stakeholders* e, na medida em que as discussões e percepções a respeito do tema amadurecem, espera-se que a utilização dos anúncios como plataforma de debate fique cada vez mais enriquecida.

Entre os anos de 2000 e 2015, a auditoria da publicidade sustentável no Brasil inferiu, entretanto, que a informação substantiva veiculada por meio de anúncios, vital para contribuir para escolhas mais educadas pelos consumidores, dissipou-se no decorrer do tempo. Indicadores apresentados na última edição apontam que o cenário atual da comunicação sobre sustentabilidade enfrenta desafios de clareza, eficiência e credibilidade. Resta entender, portanto, sobre o que os anúncios realmente falam e quem está por trás dessas iniciativas.

A pesquisa identificou uma ampla variedade de organizações que apostam nas peças publicitárias para se posicionar favoravelmente no terreno da responsabilidade socioambiental. Essa variedade revela também uma heterogeneidade de táticas comunicacionais e — eventualmente, quando existem — de projetos por trás dos investimentos feitos para associar as entidades à noção de cidadania corporativa.

FOCO DOS ANÚNCIOS SOBRE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL

Então, qual é o foco dos anúncios investigados? Para compreender, de fato, o que as grandes organizações comunicam, a vistoria averiguou o significado e a ênfase do engajamento institucional em sustentabilidade. De forma geral, percebe-se que o foco dos anúncios oscila ao longo do tempo. O viés social das mensagens é o que se mantém fortemente presente no período estudado, apresentando um pico em 2005, quando respondia por três a cada quatro anúncios (73%). Talvez os principais determinantes desse viés social sejam a forte política de inclusão social nos primeiros anos do Governo Lula e a maturidade alcançada no debate empresarial em torno dos negócios inclusivos e do desenvolvimento de estratégias que apontem para a base da pirâmide.

A ubiquidade da ênfase social em anos posteriores obedece também ao apelo fortemente emocional provocado por ações orientadas à infância, públicos em situação de vulnerabilidade, ou fornecimento de recursos para combater a pobreza. Por último, diante das subseqüentes crises orçamentárias e da ineficácia estatal observada de 2009 em diante, não podemos esquecer a favorável ressonância pública que trazem iniciativas associadas à garantia de direitos como educação, desenvolvimento comunitário e capacitação profissional, o que contribui para manter o holofote das apostas publicitárias das empresas no âmbito social.

Com independência da substancialidade do conteúdo dos anúncios, esse viés social na comunicação parece ecoar o crescimento do investimento social privado registrado no país, o qual — segundo dados do Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife) e do Benchmarking de Investimento Social Corporativo (Bisc) — passou de R\$ 480 milhões em 2001 para R\$ 3,9 bilhões em 2014.

A preocupação ambiental nos anúncios também é constante, embora com intensidade menor na maioria dos anos. Em 2010, no entanto, o foco ecológico dividiu equilibradamente com questões sociais os esforços de comunicação responsável das organizações. O destaque do viés ambiental nos anúncios, naquele ano, pode ser entendido como resposta à significativa participação brasileira na 15ª Conferência das Nações Unidas sobre as Mudanças Climáticas (COP15), em 2009. Naquela ocasião, a delegação brasileira, além dos agentes governamentais, contou com a participação de líderes corporativos de peso envolvidos num ativismo inédito no país, sobressaindo-se inclusive pela audácia de levantar uma proposta ambiciosa de redução das emissões de 40%, à qual os países mais desenvolvidos resistem. Entretanto, percebe-se que essa euforia se exauriu ligeiramente, mesmo diante de grandes acontecimentos, como a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio+20), em 2012. Em 2015, ano da reformulação do Protocolo de Kyoto e dos objetivos do milênio em 17 metas de desenvolvimento sustentável, na COP21 de Paris, apenas 35% dos anúncios apresentaram foco ambiental.

As mensagens sobre patrocínio cultural e esportivo ganham destaque em anos com grandes eventos, como no caso dos Jogos Olímpicos de Sidney, em 2000. Naquele ano, o patrocínio cultural e esportivo teve o maior destaque do período (41% dos anúncios apresentavam esse viés). De modo semelhante, em 2015, houve crescimento na frequência do patrocínio cultural e esportivo na publicidade socioambiental empresarial, possivelmente ligado ao impacto da Copa do Mundo FIFA,

no Brasil, em 2014, da Copa América, no Chile, e dos Jogos Pan-Americanos, em Toronto (2015), em adição aos Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro, em 2016. Verifica-se, em relação ao patrocínio cultural e esportivo, uma ênfase sazonal em projetos específicos, em vez de uma postura de suporte contínuo e consistente a atletas e artistas.

Já a dimensão econômica do tripé da sustentabilidade curiosamente se mantém diluída ao longo dos anos, sendo citada, em média, em apenas um a cada oito anúncios. Entre 2005 e 2010, durante o Governo Lula, o país vivenciou um período favorável (considerável estabilidade econômica, retomada do crescimento, diminuição da pobreza e das desigualdades sociais). Conseqüentemente, em 2005, observou-se que a contribuição corporativa ao progresso econômico por meio da geração de empregos e riqueza obteve sua maior repercussão, quando uma em cada cinco publicidades sobre sustentabilidade focava esses temas. Em 2015, ano de recessão com alta inflação após uma sequência de anos de desempenho econômico medíocre, o foco econômico da publicidade de corte sustentável sumiu, representando apenas 8% do conteúdo dos anúncios.

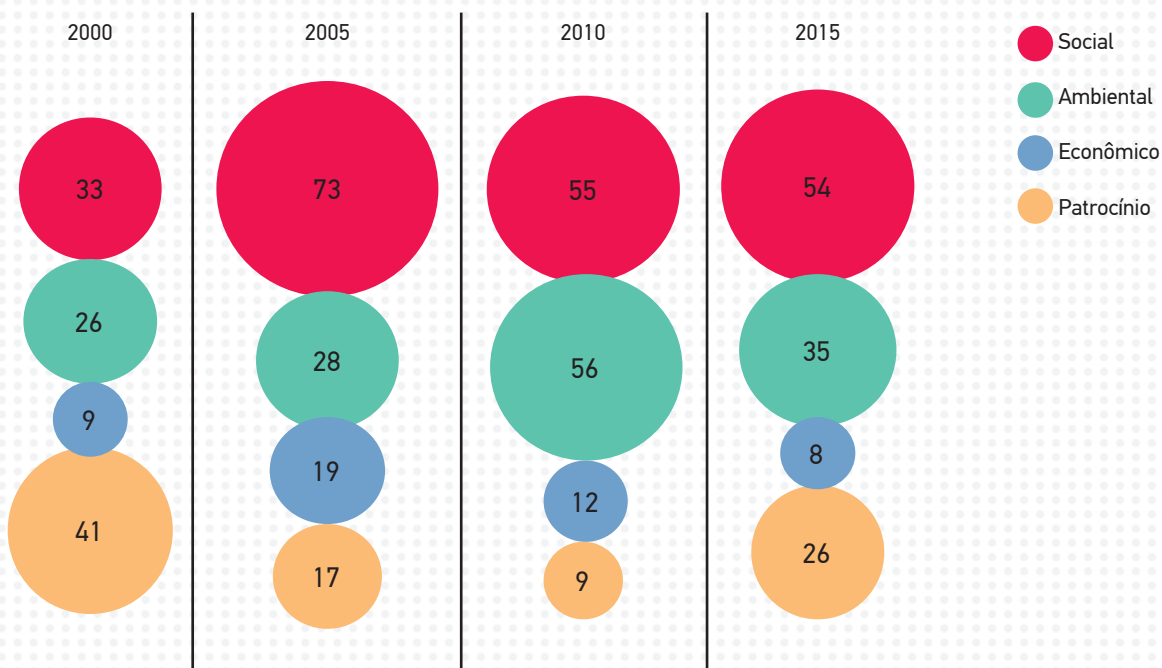
Olhando para o conjunto de anúncios em análise, emerge claramente como regra que os temas centrais tratados são diversos entre si e variam a cada ano. Muitos deles contêm mais de uma abordagem específica, apresentando — simultaneamente — viés social, ambiental e de contribuição econômica.

Outro ponto de destaque da auditoria é o aumento, nos últimos anos, da frequência de recomendações do anunciante para que o leitor procure “saber mais” sobre o que é anunciado. Em 2010 e 2015, 80 e 81% dos anúncios de sustentabilidade incluíam, respectivamente, alguma indicação sobre onde obter mais informações sobre o conteúdo apresentado (e-mail, telefone e/ou redes sociais). Nos anos anteriores, essa incidência variava entre 62 e 53% (2000 e 2005, respectivamente). Consta-se a expectativa das organizações de que o leitor se engaje na comunicação, o que certamente enriqueceria o debate na sociedade. Assume-se, no entanto, que o leitor possua capacidade cognitiva e meios para isso (tempo, dinheiro, acesso a aparelhos de navegação on-line etc.). Em outras palavras, corre-se o risco de transferir para o cidadão a responsabilidade de reconhecer, organizar a informação e compreender adequadamente o que a empresa tem feito ou deixado de fazer, quando o anúncio deveria ser justamente uma oportunidade para a empresa transmitir detalhes e facilitar o entendimento de como e por que ela tem uma postura cidadã. Em suma, transfere-se ao consumidor parte substancial da responsabilidade pelo sucesso do modelo sustentável.

ORGANIZAÇÕES ANUNCIANTES

Dentre os tipos de organizações que investem em anúncios de sustentabilidade, as empresas privadas são maioria expressiva, representando 2/3 dos anunciantes nos últimos 15 anos. Já o

GRÁFICO 1 – FOCO DOS ANÚNCIOS DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL*



Fonte: Pesquisa Anúncios de Sustentabilidade no Brasil, Market Analysis, 2016.

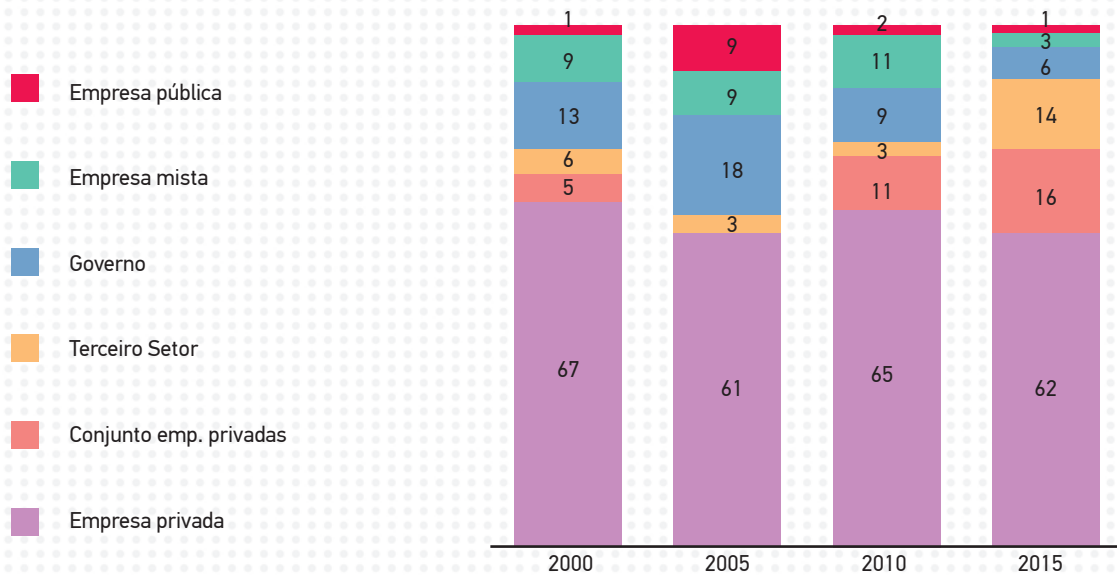
*Os anúncios geralmente apresentam mais de um tema, por isso a soma dos tópicos em cada ano pode ultrapassar 100%.

2005

2010

2015

GRÁFICO 2 – TIPO DE ORGANIZAÇÃO ANUNCIANTE



Fonte: Pesquisa Anúncios de Sustentabilidade no Brasil, Market Analysis, 2016.

outro terço sofreu alterações em suas características no transcorrer do tempo observado. Há dez anos, o governo e as empresas públicas preenchiam quase a totalidade dessa parcela, enquanto hoje as iniciativas conjuntas de empresas privadas, ONGs e outras associações da sociedade civil ocupam esse espaço. Esse processo é resultante da inserção cada vez maior e mais frequente, na sociedade contemporânea, de agentes não institucionais — coletivos e individuais — em espaços antes altamente controlados pelo Estado. Os movimentos de cidadania participativa fora das instituições tradicionais conquistam o holofote nos debates sociais e políticos e possibilitam a descentralização e a democratização dos processos de tomada de decisão e transformação social.

Como já destacado, anúncios de sustentabilidade entraram para a agenda de comunicação das corporações a partir da introdução do debate socioambiental na agenda global. Porém, alguns setores mostraram-se mais engajados que outros, e aquele que mais ganhou destaque como anunciante durante o período foi o setor financeiro. Bancos e financeiras eram responsáveis por 15% dos anúncios encontrados no ano 2000. Em 2015, o setor respondeu por 18% das comunicações, seguido por iniciativas multissetoriais (18%), que apareceram com força nos últimos cinco anos, e empresas alimentícias (12%). A regularidade da presença do setor financeiro nos anúncios não se dá por acaso. Deve-se considerar a crescente pressão global, nas últimas décadas (seja por parte dos investidores, seja por acionistas e clientes em geral), para que as organizações demonstrem estar efetivamente comprometidas com o desenvolvimento sustentável. De fato, os Princípios do Equador, que orientam os compromissos socioambientais do

universo bancário, receberam uma importante revitalização em 2013. Além disso, para além de ganhos de reputação e marca, as instituições financeiras também se favorecem da redução de custos decorrente de medidas de ecoeficiência e do aumento da receita resultante da promoção de produtos e serviços sustentáveis.

A auditoria sobre os anúncios de sustentabilidade corporativa no Brasil aponta que, mesmo com a manutenção do viés social e ambiental, as ações e a comunicação institucional das organizações funcionam de modo reativo. Priorizam-se demandas com maior retorno reputacional momentâneo, em vez do uso do espaço publicitário para fortalecer posturas institucionais que transmitam comprometimento de longo prazo com cada questão. Além disso, a tendência de sugerir ao consumidor que obtenha, de forma autônoma, informações mais completas e coerentes sobre os apelos socioambientais divulgados parece exonerar as empresas da responsabilidade de engajar e educar o leitor, comunicando ações e intenções de forma assertiva.

A análise do perfil dos anunciantes demonstra que esse tipo de comunicação faz parte do repertório corporativo da esfera privada. O setor financeiro mantém maior regularidade dessas práticas, indicando a consolidação das questões de responsabilidade socioambiental dentro da comunicação institucional do segmento. Além disso, as ações colaborativas entre diferentes organizações e entidades (ONGs e sociedade civil, e até mesmo grupos de grandes corporações) levam a crer que a adoção de um modelo coletivo de propaganda sustentável, ao invés de individual, relaciona-se com uma possível economia de recursos ou, ainda, visa potencializar a credibilidade por meio da união entre empresas e entidades. 🌱

Consultoria e Assessoria especializada em entidades sem Fins Lucrativos.









Serviços com foco no Terceiro Setor

A QUALITY É O PARCEIRO IDEAL PARA ENTIDADES DO TERCEIRO SETOR, COLÉGIOS E FACULDADES QUE BUSCAM SERVIÇOS ESPECIALIZADOS NAS ÁREAS CONTÁBIL, FISCAL, FINANCEIRA E TRABALHISTA.

SOMOS ATUALMENTE UMA DAS PRINCIPAIS EMPRESAS DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS ADMINISTRATIVOS, ESPECIALIZADA NO ATENDIMENTO DE ENTIDADES DO TERCEIRO SETOR E INSTITUIÇÕES EDUCACIONAIS DO BRASIL.

TRABALHAMOS NO MAIS ALTO NÍVEL DE EXCELÊNCIA DE PROCESSOS DE GESTÃO E TECNOLOGIA PARA GARANTIR A EXECUÇÃO DE NOSSOS SERVIÇOS E A SATISFAÇÃO COMPLETA DE NOSSOS CLIENTES.



-  TERCEIRIZAÇÃO CONTÁBIL e FISCAL
-  TERCEIRIZAÇÃO TRABALHISTA e RH
-  GESTÃO FINANCEIRA e PRESTAÇÃO DE CONTAS
-  FORMALIZAÇÃO, ESTATUTO e ATAS
-  ISENÇÕES, IMUNIDADES e CERTIFICAÇÕES
-  CONSULTORIA E TREINAMENTOS

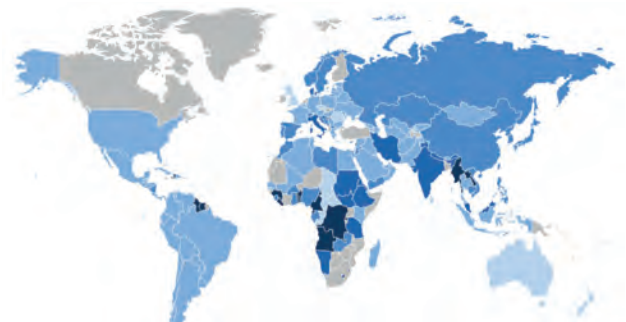


NEGROS E MULHERES AINDA SÃO MINORIA EM CARGOS EXECUTIVOS NAS EMPRESAS

O Instituto Ethos, em cooperação com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), realizou um levantamento sobre o perfil do trabalhador brasileiro nas maiores empresas do país. O resultado é o estudo *Perfil social, racial e de gênero nas 500 maiores empresas do Brasil e suas ações afirmativas*, que confirma um quadro já conhecido desde a última pesquisa da entidade, realizada em 2010: a representatividade de mulheres e negros nas empresas não reflete a composição social do país. Menos de 5,0% dos cargos de alto escalão das empresas consultadas são ocupados por negros. Mesmo em cargos mais baixos, sua presença no mercado de trabalho não reflete a representatividade desse grupo, que corresponde a 52,9% da população brasileira, segundo dados do Censo 2010. No quadro funcional, acima apenas de estagiários e *trainees*, a presença de negros é de 35,7%, contra 62,8% de brancos. Conforme a hierarquia dos cargos aumenta, a presença diminui: entre os supervisores, os afrodescendentes são apenas 25,9% e, entre os gerentes, o número cai para 6,3%. Quadro semelhante ocorre com as mulheres, que são 51,4% da população, mas ainda encontram barreiras para se ver representadas nas hierarquias mais altas das empresas. No quadro funcional, elas são apenas 35,5%; no grupo dos gerentes, a presença cai para 31,3%; e nos altos quadros executivos, despensa para 13,6%.

📄 **Link para download do estudo:** http://j.mp/Ethos_Perfil500

🌐 **www.ethos.org.br**



OBSERVATÓRIO DA CRIANÇA LANÇA FERRAMENTA COM 270 INDICADORES NACIONAIS

A Fundação Abrinq lançou dados municipais sobre as condições de vida de crianças e adolescentes no Brasil. Os novos indicadores estão disponíveis no site *Observatório da Criança*. A entidade acredita que esta é uma oportunidade para fornecer uma ferramenta de análise e controle social por meio da qual a população olhe para os desafios da infância em cada município, questionando os candidatos políticos sobre suas propostas para resolver as questões sociais que afetam diariamente as crianças e adolescentes. Os dados abordam temas como Acesso à Saúde, Aprendizagem Profissional, Cultura e Lazer, Educação de Indígenas, Educação de Jovens e Adultos (EJA), Educação Infantil, Ensino Fundamental, Ensino Médio e medidas socioeducativas no tocante à educação; e Sistema de Garantia de Direitos, Moradia, Registro Civil, Renda, Saúde Bucal, Saúde Materna e Neonatal, Saúde Sexual e Reprodutiva, Saneamento Básico, Segurança Alimentar e Nutricional, Sobrevivência Infantil, Trabalho Infantil e Violência, relacionadas à qualidade de vida. No total, são 270 indicadores de estudo diferentes, que podem ser individualizados e comparados com os de outras cidades.

🌐 <http://observatoriocrianca.org.br/cenario-infancia>

UNESCO LANÇA ATLAS DA EDUCAÇÃO GLOBAL

O Instituto de Estatísticas da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) lançou o *eAtlas para a Educação 2030*, material que reúne todos os dados disponíveis sobre a educação global. Por meio de uma série de mapas interativos que mostram a situação de vários critérios educacionais em diversos países, o eAtlas monitorará especialmente a evolução do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável número 4 (ODS4), que visa assegurar a educação inclusiva, equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos. Os mapas serão atualizados constantemente, conforme os dados disponíveis forem renovados, retratando com fidelidade e precisão de tempo o estágio no qual os países se encontram em relação à aprendizagem, igualdade e qualidade da educação. É possível ver, por exemplo, os níveis básicos de proficiência em leitura e matemática; as taxas de conclusão da educação básica ao ensino superior; o percentual de crianças fora da escola; a diferença de acesso à educação entre meninos e meninas; o montante a ser gasto em educação com cada aluno; e a oferta de professores qualificados.

🌐 **Link para download (inglês e espanhol):** <http://on.unesco.org/sdg4-map>



PORTAL REÚNE DADOS SOBRE INVESTIMENTO EM INFRAESTRUTURA NA AMÉRICA LATINA

A Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (Cepal), o Banco de Desenvolvimento da América Latina (CAF) e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) lançaram em agosto o portal Infratam, que apresenta dados de investimento em infraestrutura dos países da região. A iniciativa busca medir e analisar os investimentos no setor e apresenta, na primeira fase, dados de 15 países para o período 2008-2013 (Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru e Uruguai). O portal reúne o registro de dados anuais e inclui investimentos dos setores público e privado destinados à aquisição de ativos de infraestrutura econômica (água e saneamento, prevenção de enchentes, energia, irrigação, telecomunicações e transporte). A nova base de dados também é um instrumento importante para a análise e o desenvolvimento de infraestrutura de qualidade, confiável, sustentável e resiliente, assim como previsto no 9º Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS). As informações estão disponíveis em inglês e espanhol.

▶ <http://infratam.info/>

IBGC LANÇA GUIA DE MELHORES PRÁTICAS PARA ASSOCIAÇÕES E FUNDAÇÕES

O Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) lançou a primeira edição do *Guia das melhores práticas para organizações do terceiro setor: associações e fundações*. O documento apresenta uma proposta de governança para as organizações da sociedade civil (OSC), levando em consideração as melhores práticas do setor. A obra aborda temas como gerenciamento de riscos, transparência e políticas de uma associação ou fundação, e sustentabilidade.

▶ Link para download: http://j.mp/IBGC_MelhoresPraticas

▶ www.ibgc.org.br

ESTUDO AVALIA DESENVOLVIMENTO INTEGRAL DOS ESTUDANTES E EQUIDADE NO ENSINO MÉDIO

A Associação Cidade Escola Aprendiz e o Centro de Referências em Educação Integral produziram, em parceria com o Instituto Unibanco, o estudo *Políticas públicas e gestão escolar para a equidade: desenvolvimento integral no Ensino Médio*. O levantamento mapeou 29 escolas (17 brasileiras e 12 estrangeiras) para avaliar como a educação integral pode contribuir para a superação de questões como inclusão social, autonomia, etnia, raça, gênero e sexualidade. A proposta do estudo é lançar luz sobre questões fundamentais ao Ensino Médio, como a forma com que a escola pública lida com demandas e especificidades da juventude; o modo como os programas de educação integral são implementados; as estratégias para combater a evasão escolar e manter os estudantes motivados, entre outras. Também foram feitas recomendações para que a equidade e o desenvolvimento integral ocorram durante o Ensino Médio, oferecendo aos gestores escolares as bases para um diálogo colaborativo com representantes de diferentes setores sobre o Ensino Médio no País. Ao todo, são 94 recomendações divididas em nove categorias: Multidimensionalidade, Personalização e Autonomia, Participação e Democracia, Relação com o Território, Inclusão Social, Trabalho e Renda, Raça e Etnia, Gênero e Diversidade Sexual, e Inclusão de Estudantes com Deficiência.

▶ Link para estudo: <http://educacaointegral.org.br/especiais/equidade-ensino-medio/especial/>

▶ <http://educacaointegral.org.br>



MARCO REGULATÓRIO E COOPERAÇÃO ENTRE PODER PÚBLICO E TERCEIRO SETOR SÃO TEMAS DE LIVRO

Desde que foi aprovada, a Lei de Fomento e de Colaboração ou Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil (MROSC) – Lei n.º 13.019/14 – desperta uma série de dúvidas. Para esclarecê-las, o advogado Bruno Fialho Ribeiro lançou o livro *Estudo do Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil* (Editora CRV, 194 páginas, R\$ 33,90). A obra aborda os desafios e a importância da cooperação entre o Poder Público e o Terceiro Setor e detalha a nova lei — que nasceu justamente para regular essa relação. O livro apresenta ainda um Modelo de Edital de Chamamento Público, incluindo notas explicativas, para auxiliar na elaboração de projetos. A obra é voltada para advogados, gestores de entidades sem fins lucrativos e membros de órgãos públicos que lidam diretamente com organizações da sociedade civil (OSCs). O autor disponibilizou para download gratuito uma apostila em PDF com alguns dos principais pontos do estudo.

▶ Link para apostila: <http://j.mp/LivroMROSC>

▶ www.editoracrv.com.br

GRUPO PRODUTIVO MORRO DOS MACACOS

O **Grupo Produtivo Morro dos Macacos** (Recicaco) foi fundado em 2013 a partir da união de um grupo de artesãos moradores do Morro dos Macacos, no Rio de Janeiro. Eles se encontraram na Rio+20 e descobriram que tinham em comum o amor pela costura e o interesse pela sustentabilidade. O espírito empreendedor é a principal característica dos artesãos do Recicaco, que trabalham transformando malotes bancários e tecidos que antes iriam para o lixo em diversos produtos, como bolsas, *nécessaires* e outros, e ajudam a gerar renda e trabalho para os participantes do projeto.

www.facebook.com/recicaco



Chaveiro



Bolsas



Bolsas



Nécessaires



Bolsas



Bolsas

Valores sob consulta.



Bolsa Pirarupet

Valor: R\$ 199,00



Colar Tiquié

Valor: R\$ 39,00



Bolsa Tucum E Jarina

Valor: R\$ 260,00



Porta Pratos

Valor: R\$ 34,90

ASSOCIAÇÃO DE ARTESANATO SUSTENTÁVEL GRUPO JAPIIM

Há quase três décadas, um grupo de artesãs começou a vender artesanato para os turistas da região de Nossa Senhora do Perpétuo Socorro, na comunidade de Acajatuba, Amazonas. Os visitantes se interessavam pelos colares e pelas fantasias das danças típicas indígenas que a comunidade preparava para recebê-los. Em 2012, foi criado o **Grupo Japiim**, que hoje conta com mais de 30 artesãos, entre catadores de semente e montadores de colar. Juntos, eles desenvolvem peças artesanais, como bolsas feitas de garrafa PET e colares, o que ajuda na geração de renda aos participantes.

www.facebook.com/Artesanato-Japiim-152556318253347

ASSOCIAÇÃO QUILOMBOLA DE CONCEIÇÃO DAS CRIOULAS (AQCC)

A **AQCC** foi criada em 17 de julho de 2000, no município de Salgueiro, a 550 km de distância da capital pernambucana. A associação luta pelo direito da comunidade quilombola de Conceição das Crioulas ao seu território, à tradição e pela sustentabilidade das famílias. Cerca de 200 famílias fazem parte da AQCC, produzindo, de forma sustentável, artesanatos da fibra do caroá, que contam a história e reafirmam a identidade étnica e cultural do grupo. A participação em feiras e em eventos de negócios tem dado visibilidade ao potencial criativo desse grupo remanescente de Quilombo. O artesanato é atividade antiga em Conceição das Crioulas, realizada desde a fundação da comunidade. Mais recentemente, em uma época em que a comunidade vivenciava uma situação econômica muito difícil, o artesanato foi o modo que encontraram para promover a geração de renda.

✉ val.quilombola@yahoo.com.br

Valores sob consulta.



Bonecas



Bonecas



Bonecas



Joias

COMUNIDADES EM REDE

O projeto **Comunidades em Rede** reúne grupos de artesãos de três comunidades: Cidade de Deus e Morro dos Macacos, no Rio de Janeiro; e Ponto Chic, em Nova Iguaçu. Atualmente, 27 costureiros reaproveitam lona de malotes descartados, transformando-a em peças originais e diferenciadas, como bolsas, acessórios e brindes corporativos. Com a parceria da Fundação Banco do Brasil, do Instituto Cooperforte e da Brasilcap, além do apoio do Sebrae e do Senai, teve início o projeto de geração de renda para comunidades carentes, que contou com ações de treinamento e de capacitação profissional dos participantes e com a doação de equipamentos. Os malotes foram disponibilizados pelo Banco do Brasil. Os grupos trabalham dentro dos princípios da economia solidária e o trabalho realizado em forma de rede de comunidades permite que os grupos de produção troquem informações, compartilhem técnicas e ajudem-se mutuamente.

✉ www.bolsasemrede.com.br



Bolsa-carteiro
Valor: R\$ 70,00



Porta-trecos
Valor: R\$ 15,00



EcoBag
Valor: R\$ 25,00



Porta-Vinhos
Valor: R\$ 30,00



MITOS NOSSOS DE CADA DIA

Mitos são coisas que nunca aconteceram, mas sempre existiram. Eles compõem uma linguagem universal, uma forma de nos comunicarmos com toda a história da humanidade que nos antecede. Podemos nos aproximar daquilo que afligia nossos antepassados por meio dos mitos, criados para dar conta das angústias, das nossas angústias tão humanas.

Vejo uma intersecção nos mitos aqui citados de forma bastante resumida: os protagonistas buscam compreender melhor a condição humana, passando por provações imensas, sofrimento, frio na alma.

Mas será que o medo da luz não pode nos deixar para sempre escravos da sombra? Poupar em demasia o peito das espadas da vida pode até nos deixar ilesos quanto às cicatrizes, mas também pode nos condenar a viver limitados e encarcerados em jaulas medíocres. Quase gente. Quase alegre. Quase transformador. Definitivamente, não é disso que precisamos no Terceiro Setor.

MITO DE SÍSIFO

Sísifo tentou enganar os deuses e a morte e foi implacavelmente castigado por Zeus: passaria a eternidade empurrando uma enorme pedra morro acima; ao chegar ao topo, imediatamente veria a mesma pedra rolar morro abaixo, dia após dia.

Por mais que se tente praticar o autoengano, a procrastinação, as infinitas justificativas, se almejamos escapar da rotina repetitiva, não há outro meio a não ser encarar a realidade: o mundo muda a cada dia; se não participarmos ativamente dessa mudança, fracassaremos em nosso objetivo de construir um mundo menos inóspito para tantos seres. Fazer tudo sempre igual, ou muito parecido, e esperar resultados diferentes, já sentenciou Einstein, é sintoma de neurose.

MITO DE NARCISO

Narciso veio ao mundo para lembrar aos humanos a importância da beleza e do amor. No entanto, o oráculo alertara seus pais que Narciso nunca poderia ver a própria imagem, pois se apaixonaria por ela. Claro, ele viu seu reflexo em uma fonte d'água e confirmou a profecia.

Depois de muitas tentativas de libertá-lo do ensimesmamento, Eco, uma divindade que entregava tudo de si, foi a última tentativa de resgate de Narciso. Ela também fracassou e, inconsolável, jogou-se do despenhadeiro e passou o resto dos seus dias murmurando um eco triste. Com fim não menos trágico, Narciso afogou-se na fonte, inebriado por sua própria beleza.

Entre Narciso e Eco estão as histórias de todos nós, indivíduos e organizações. Ele nada queria dar de si. Ela queria dar tudo de si. Aonde nos localizamos nessa escala existencial? Damos tudo de nós e esquecemos de nos valorizar? Não damos nada de nós e nos afogamos em nossa arrogância e isolamento?

MITO DE ÍCARO

O pai de Ícaro, Dedalus, um importante inventor, traiu um rei e foi condenado à prisão juntamente com seu filho. Começou a reunir as penas que caíam dos pássaros que sobrevoavam a prisão, unindo-as com cera de abelha para fazer asas. Quando estavam prontas, entregou um par ao filho, com a instrução de que, em seu voo, não deveria subir tão alto, pois o calor do sol derreteria a cera, nem tão baixo, pois a umidade do oceano faria com que as penas pesassem demasiadamente. Ícaro, no entanto, fascinado com a possibilidade de voar, foi tão alto que o sol derreteu a cera e as asas se desfizeram, o que culminou em sua morte no oceano.

Rumo ao novo! Mas alto lá! Quando falamos em ampliar nosso senso de realidade, nossa lucidez frente ao novo mundo a cada dia, a novas demandas e possibilidades, precisamos também nos lembrar de que se trata de um processo de diagnóstico e fortalecimento. É uma espécie de tratamento. Beber de uma vez o vidro todo do remédio não antecipa a cura, possivelmente traz mais dano que benefício.

MITO DE PROMETEU

Prometeu foi castigado por Zeus por tê-lo traído e por compartilhar o fogo (a sabedoria) com a humanidade. O castigo foi o acorrentamento eterno no topo de uma montanha. Como ele era imortal, diariamente os abutres comeriam seu fígado, para que durante

o frio noturno ele se regenerasse e a tortura pudesse continuar no dia seguinte.

O Terceiro Setor tem grandes desafios pela frente. Ainda sentimos a herança histórica da baixa participação cívica, da frágil cultura de doação de tempo e recursos financeiros de pessoas físicas. Ainda há muita dependência do conveniamento com o governo, que, em excesso, pode causar dependência e atrofia do poder de crítica e fiscalização do setor, minando sua razão essencial de existir.

MITO DA CAVERNA

O mito fala sobre prisioneiros (desde o nascimento) presos em correntes em uma caverna e que passam todo o tempo olhando para a parede do fundo, iluminada pela luz gerada por uma fogueira, imaginando que as sombras compõem a realidade. Até que um deles escapa e visita o mundo externo, tendo contato com o mundo real e suas possibilidades. Ao voltar à caverna e compartilhar o conhecimento adquirido, é chamado de louco e ameaçado de morte.

Qual é a nossa caverna? O que estamos acostumados a ver na parede como reflexo e não necessariamente como mundo real? Como arrebentar as correntes? Como lidar com o retorno depois de uma experiência lá fora? Será que seremos bem recebidos?

Sísifo ignorou o óbvio e foi castigado pelos deuses a uma vida medíocre porque apostou no atalho. Ícaro, deslumbrado pela possibilidade de voar alto, ignorou o pedágio da aprendizagem. Narciso e Eco tampouco são boas inspirações: nem o isolamento em si mesmo, nem a entrega de tudo de si. Será que alguém consegue doar, doar e doar sem atenção às contrapartidas, ao autocuidado?

Na ciranda dos mitos, surge a simpatia por aquele que decidiu sair da caverna e visitar as possibilidades do mundo real, encarrando o risco de compartilhar o que viu. Se é para ser castigado pelos deuses, que seja por um motivo nobre: tentar fazer diferente, pois mais do mesmo por muito tempo nunca foi eficiente. Que encontremos cada vez mais lucidez, temperada com algum tipo de loucura inovadora, para estimular mais pessoas a reinventar a história. 🏠



Somos uma organização não governamental e sem fins lucrativos que desenvolve atividades com crianças e adolescentes de 6 a 16 anos, nas áreas de cultura, educação, meio ambiente e saúde, com o objetivo de contribuir para a formação de cidadãos conscientes. As ações são desenvolvidas em parceria com escolas da rede pública e associações.

Faça parte desta história. Seja um doador!



Assistência Social PAULUS



Imagem: Freepik

O Assessoramento ajuda a qualificar Projetos, Programas e Serviços.
Gera um novo agir

A PAULUS participa da implantação do Sistema Único de Assistência Social - SUAS, por meio do assessoramento técnico às entidades socioassistenciais em todo o Brasil.



paulus.com.br/assistencia-social

nucleosocial@fapcom.edu.br