



Como identificar e **IMPLANTAR AÇÕES** de voluntariado empresarial

FIEMG

CIEMG SESI SENAI IEL

PUBLICAÇÕES CONSELHO DE CIDADANIA EMPRESARIAL
COLEÇÃO VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

Volume 3

**FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE MINAS GERAIS
CONSELHO DE CIDADANIA EMPRESARIAL**

COMO IDENTIFICAR E IMPLANTAR AÇÕES DE VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

VOLUME 3

COLEÇÃO VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

**Belo Horizonte
2006**

Realização:

Sistema Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais

Presidente do Sistema FIEMG

Robson Braga de Andrade

Presidente do Conselho de Cidadania Empresarial

Roberto Carvalho Silva

Vice - Presidente do Conselho de Cidadania Empresarial

José Tadeu de Moraes

Superintendente Interino de Desenvolvimento Empresarial

Deusdedith Righi de Aquino

Assessor de Comunicação Institucional

Danilo Andrade

Gerente de Integração Empresarial

Fernanda Cotta Santos

Coordenadora do Núcleo de Voluntariado Empresarial

Marisa Seoane Rio Resende

Distribuição gratuita.

Disponível no site: www.fiemg.com.br/cidadania

Autoria:

Marisa Seoane Rio Resende

Annabella de Fátima Prates

Danusa Dias Reis Coutinho

Luciene Regina Araújo

Projeto gráfico e edição de arte:

Código Comunicação

Revisão ortográfica e gramatical:

Eliane Amélia C. Vieira Martins

Normalização Bibliográfica:

Gizele Santos - Centro de Memória do Sistema FIEMG

Ficha Catalográfica:

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE MINAS GERAIS. CONSELHO DE
CIDADANIA EMPRESARIAL.

Como identificar e implantar ações de voluntariado empresarial. Belo Horizonte: FIEMG /
Núcleo de Voluntariado Empresarial, 2006.

V.3

Coleção Voluntariado Empresarial

1. Voluntariado - empresas. 2. Empresas - responsabilidade social. 3. Terceiro setor - gestão -
sustentabilidade. 4. Filantropia. I. Título

CDD: 658.001

Gerência de Integração Empresarial do Sistema FIEMG

Núcleo de Voluntariado Empresarial

Av. Contorno, 4520 / 8º andar Funcionários / 30110-090 Belo Horizonte / MG

Fone: (31) 3263-4351 / Fax: (31) 3282-3224

e-mail: voluntariado@fiemg.com.br

Site: www.fiemg.com.br/cidadania

■ Apresentação	4
■ Introdução	5
■ Conceito de voluntariado e voluntariado empresarial	6
■ O papel social da empresa e o papel da empresa no social	7
■ Potencial de gestão da empresa	8
■ A escolha da ação	9
■ Diagnóstico interno	9
■ Diagnóstico externo.....	11
■ Formas de atuação.....	11
■ A participação dos voluntários	13
■ O impacto das ações	14
■ Mãos à obra	14
■ Anexos	15
● Os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio	15
● IDH Índice de Desenvolvimento Humano	16
● IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística	16
● Atlas da Exclusão Social no Brasil	17
● IPEA Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada	18
■ Referências	19

O Sistema FIEMG, consciente dos seus compromissos com a sociedade e o empresariado industrial, lidera hoje um amplo e inovador programa de incentivo à responsabilidade social e ao voluntariado. Além de suas próprias iniciativas, atua como agente motivador, multiplicador de idéias, facilitador de planejamento e interlocutor da sociedade e do estado, mobilizando empresas e entidades.

Esta é a estratégia do Sistema FIEMG para trabalhar de forma cooperativa com aqueles que, voluntariamente, decidem compartilhar seu talento, experiência, criatividade e recursos materiais com pessoas e comunidades.

Para isso, foi criado o Conselho de Cidadania Empresarial, que desenvolve ações e projetos que buscam estimular a responsabilidade social e o voluntariado em Minas Gerais. Uma dessas ações é o desenvolvimento de publicações especializadas que visam ajudar empresas a aderirem à gestão ética, estruturando formas de relacionamento transparente com seus públicos de interesse.

A *Coleção Voluntariado Empresarial* é mais uma contribuição do Sistema FIEMG para o desenvolvimento da cidadania. Suas informações facilitam a implantação e o gerenciamento de programas de voluntariado empresarial, a partir da reflexão e aplicação prática de seus conceitos e orientações. Mais do que receitas prontas, estes guias pretendem indicar caminhos para a organização estruturada da ação voluntária, adaptáveis à realidade e à necessidade de cada empresa.

Esperamos, com essas obras, motivar ainda mais empresas e pessoas a se juntarem ao movimento de voluntariado, que já se espalha pela sociedade e proporciona desenvolvimento e melhores condições de vida para nossas comunidades e cidadãos.

Belo Horizonte, janeiro de 2006.

Robson Braga de Andrade
Presidente do Sistema FIEMG

Minas Gerais destaca-se pela solidariedade de seu povo e de suas empresas. Atualmente 81% delas investem em ações sociais, que evoluem, cada vez mais, da filantropia para uma participação mais ativa, com gestão ética e responsável de seus negócios. A FIEMG acredita e trabalha para alcançar este objetivo e, para isso, desenvolve uma série de ações e projetos, entre eles o estímulo ao voluntariado empresarial.

Muitas empresas já aderiram a este movimento e vêm transformando a vida de comunidades inteiras. Outras não sabem ainda como começar ou como ampliar suas ações voluntárias. Para ajudá-las, a FIEMG está lançando a Coleção Voluntariado Empresarial, que disponibiliza informações e orientações práticas para a implantação, divulgação, gerenciamento e avaliação de programas de voluntariado empresarial.

A gestão desses programas pode contar com diversas formas de condução. Entretanto, as experiências bem-sucedidas sugerem a definição de uma coordenação, de um comitê, de grupos de voluntários e de formas de mobilização criativas e objetivas. Estes são os temas tratados pelos guias práticos para profissionais que trabalham com programas de voluntariado empresarial.

Neste número, intitulado Como identificar e implantar ações de voluntariado empresarial, trataremos da definição da ação voluntária. O diálogo entre as partes, empresa, voluntários e comunidade, o alinhamento de valores e expectativas, e o planejamento de todas as etapas do processo de implantação são fases fundamentais para o sucesso do programa, descritas neste guia com praticidade e objetividade.

Com mais essas publicações, o Sistema FIEMG pretende ampliar a cultura do voluntariado empresarial, consolidando o movimento para a ética e a responsabilidade social que já é liderado pelas empresas de Minas Gerais.

Um dos conceitos que melhor expressa o voluntário é o definido no Programa Voluntários, do Conselho da Comunidade Solidária, que diz: “voluntário é o cidadão que doa seu tempo, trabalho e talento, de maneira espontânea e não remunerada, para causas de interesse social e comunitário” (FAÇA..., 200?).

De acordo com a Lei Nº 9.608,

Considera-se serviço voluntário a atividade não remunerada, prestada por pessoa física a entidade pública de qualquer natureza ou instituição privada de fins não lucrativos, que tenha objetivos cívicos, culturais, educacionais, científicos, recreativos ou de assistência social, inclusive, mutualidade. O serviço voluntário não gera vínculo empregatício nem obrigação de natureza trabalhista, previdenciária ou afim (BRASIL..., 1998).

De acordo com as Nações Unidas, "voluntário é o jovem, adulto ou idoso que, devido a seu interesse pessoal e seu espírito cívico, dedica parte do seu tempo, sem remuneração alguma, a diversas formas de atividade, organizadas ou não, de bem-estar social ou outros campos."¹

Todas as definições têm em comum o livre desejo de participação, a decisão individual de doação de trabalho em benefício de uma causa. É importante que essa expressão de participação seja exercida em organizações de cunho social e filantrópico reconhecidas pela legislação nacional, e não represente jamais a substituição de serviços profissionais remunerados.

O voluntário pode expressar sua participação de forma individual ou coletiva. Como indivíduo pode atuar em uma ONG², assistir a uma família, cuidar de um doente em caráter solidário. Em grupo, o voluntário pode planejar e organizar atividades que serão realizadas coletivamente. Com objetivos comuns e interesses compartilhados, essas ações ocorrem por organização na comunidade, na escola, na igreja, no trabalho.

A mais recente forma de organização de grupos de voluntariado é o das empresas, que aliam o mundo dos negócios aos desejos de participação social.

O conceito de voluntariado empresarial da *Points of Light Foundation* expressa esse movimento atual: “um Programa de Voluntariado Empresarial é o apoio formal e organizado de uma empresa a empregados e aposentados que desejam servir voluntariamente uma comunidade com seu tempo e habilidades”.

A organização do voluntariado em nível nacional e de forma mais organizada começa a acontecer no Brasil desde a década de 90, tendo como importantes avanços a instituição da Lei 9.608, que rege o serviço voluntário, e a criação do Dia Nacional do Voluntário 5 de dezembro. Em Minas Gerais, este movimento se fortalece no “Dia V”³ dia de ser voluntário, que acontece, desde 2001, no primeiro domingo de dezembro, transformando a primeira semana do mês em uma grande festa de solidariedade.

¹ ONU Organização das Nações Unidas. www.unicrio.org.br

² ONG Organização Não Governamental. Organização privada não-lucrativa.

³ O que é o Dia V: São 24 horas de ações voluntárias que mobilizam pessoas e empresas que, organizadas em grupos, fazem neste dia alguma atividade em benefício de sua comunidade. O Dia V acontece em todo o estado de Minas Gerais e define-se pelo verbo agir: fazer algo em benefício de nossos semelhantes e de nós mesmos.

O Voluntariado Empresarial é questão primordial para o desenvolvimento da responsabilidade social empresarial, que, pelo Instituto Ethos:

Responsabilidade social empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais (INSTITUTO..., 2005).

O Voluntariado Empresarial é uma forma de diálogo com a comunidade, que abre espaço para o relacionamento ético com os demais públicos da empresa, incorporando valores de cidadania que contribuem para o desenvolvimento sustentável⁴.

O papel social da empresa e o papel da empresa no social

No atual contexto em que se desenvolve a responsabilidade social, as empresas ocupam um lugar privilegiado na liderança desse movimento, que busca promover a ética nas relações com seus públicos. Isso vem afetando a sociedade como um todo e gerando uma reação em cadeia, que retorna ao próprio setor produtivo como exigência de uma postura diferenciada, mais dinâmica, transparente e coerente.

O papel social da empresa é a forma com que ela implementa suas relações com todas as pessoas que participam, direta ou indiretamente, da sua cadeia produtiva. Há portanto, preocupação com o bem-estar social do cidadão, com o respeito aos deveres civis e legais assumidos, com a preservação do meio ambiente e com os direitos básicos como educação, cultura, previdência social, entre outros.

Olhando pela ótica inversa, ou seja, o papel da empresa no social, refere-se à dimensão e à amplitude com que a empresa se envolve nas questões sociais vigentes. De certa forma, é a capacidade com que ela atua na sociedade, o grau de compromisso que tem com a comunidade do entorno e adjacentes, o nível de intervenção que se propõe realizar e o índice dos resultados efetivos que são alcançados, visando à melhoria da realidade vivida.

A idéia é que, daqui a algum tempo, não exista mais espaço para as empresas que atuem apenas para desfrutar as riquezas de uma sociedade. Será preciso agregar valor à comunidade, contribuindo para a melhoria do ambiente natural e social.

⁴ Desenvolvimento Sustentável: "É o desenvolvimento que visa suprir as necessidades presentes sem comprometer a capacidade das futuras gerações de atenderem às suas próprias necessidades" (CAPRA, 2003).

A atual sociedade do conhecimento já exige níveis cada vez mais altos de desenvolvimento humano, para acompanhar o desenvolvimento econômico. Os conhecimentos adquiridos, os sentimentos compartilhados, os valores comuns, os princípios seguidos convertem-se em valiosos patrimônios para as empresas que pretendem ocupar um espaço respeitado no mercado.

Seguindo essa idéia, a implantação de programas de voluntariado na empresa pressupõe a participação e o diálogo com a comunidade, promovendo o desenvolvimento de valores éticos e de responsabilidade dos empregados. A escolha da ação, portanto, é estratégica para definir o envolvimento da empresa com a comunidade.

O trabalhador, mesmo que na condição de voluntário, representa a empresa, colocando em evidência a marca, pela qual deve zelar. Para a comunidade, trata-se de um compromisso que ultrapassa os limites da doação e do investimento, pois, para ela, os voluntários representam também a empresa. Esse envolvimento cria laços, cujas demandas devem ser transparentes e fazer parte de um processo de diálogo e aprendizado, para crescimento de todos.

Potencial de gestão da empresa

A possibilidade de alcance de resultados concretos está diretamente ligada à qualidade da gestão do Programa de Voluntariado Empresarial, ou seja, quanto melhor o planejamento e a organização da ação, mais condições terá de impactar positivamente a comunidade.

Um dos passos fundamentais para a boa gestão é a investigação sobre o ambiente interno e a comunidade, que oferece informações para traçar planos estruturados, capacitar os voluntários, definir recursos, estabelecer prioridades, prever conflitos e preparar o programa para criar condições de sucesso.

A gestão do programa deve estabelecer metas coerentes com a disponibilidade dos voluntários, para o alcance de resultados na comunidade; porém, a empresa não deve traçar metas para ter um número mínimo de empregados participando do programa, demonstrando, dessa forma, que os interesses da empresa não podem superar os da comunidade. Os investimentos da empresa, seja disponibilizando recursos ou designando profissionais para executar serviços na comunidade, não devem ser confundidos com o voluntariado.

A transparência, a ética e o respeito à liberdade dos empregados são princípios fundamentais que devem nortear a gestão do programa.

Para escolher a ação, é preciso ser feita uma boa análise dos ambientes interno e externo. Com o diagnóstico da comunidade e com a pesquisa interna analisada, os membros do Programa de Voluntariado Empresarial, coordenação, comitê e outras pessoas importantes para a tomada de decisão devem fazer uma ampla reflexão, unindo os interesses dos voluntários, as necessidades da comunidade e a vocação da empresa. Essa sinergia é essencial para decidir as formas de atuação que gerem benefícios para todos e crie um ambiente mobilizador e propício à participação.

Diagnóstico interno

O diagnóstico interno tem por objetivo conhecer o que os empregados já fazem em suas comunidades, o que desejariam fazer em projetos conjuntos com a empresa e entender a lógica que move as iniciativas voluntárias no ambiente empresarial.

É necessário elaborar uma pesquisa a ser distribuída a todos os empregados diretos e/ou indiretos, para que os interessados possam manifestar-se livremente. O retorno da pesquisa é um indicador da importância que o tema tem na empresa, e o volume de pesquisas respondidas demonstra o quanto o assunto é valorizado entre os empregados.

A pesquisa, ao mesmo tempo que analisa o perfil e o interesse dos empregados com relação ao programa, também desperta para a importância do tema. Por essa razão, a pesquisa deve apresentar conceitos iniciais que nivelem as informações sobre responsabilidade social e voluntariado empresarial. Tal conhecimento será fundamental para legitimar os resultados da pesquisa.

A pesquisa deve conter informações sobre:

- atividades solidárias praticadas pelos empregados:
 - se praticam;
 - como praticam;
 - que tipo de público atendem;
 - em que áreas desenvolvem as ações;
- conhecimentos sobre voluntariado empresarial:
 - Levantamento de opiniões que avaliem o entendimento acerca dos benefícios gerados pelo programa para os voluntários, para a empresa e para a comunidade;
- opinião sobre o engajamento da empresa em ações voluntárias;
- interesse em participar do Programa de Voluntariado Empresarial:
 - se gostaria de praticar uma ação voluntária por intermédio do programa;
 - como gostaria de praticar (talentos e desejos);
 - que tipo de público gostaria que fosse contemplado;
 - em que áreas gostaria de desenvolver as ações;
- interesse em envolver familiares no programa:
 - que familiares (grau de parentesco, sexo, idade);
 - conhecimentos e talentos disponíveis;
 - horários de interesse.

Mais informações podem ser agregadas, como perfil de quem responde (nome, área de trabalho, formação, idade, sexo, local de residência), opinião sobre projetos sociais da empresa, entre outras.

A pesquisa pode ser elaborada internamente, por uma agência de comunicação ou pode ser utilizado o modelo de pesquisa, disponível na publicação *Voluntariado Empresarial: gestão eficiente da participação cidadã*, ou entrando em contato com a FIEMG, pelo site www.fiemg.com.br/cidadania.

O diagnóstico externo visa conhecer a comunidade, analisando pesquisas existentes, realizando visitas e utilizando outros meios disponíveis de informação. Essa coleta de dados do ambiente externo deve ser sistematizada, servindo como subsídio para definir as ações a serem realizadas. O sucesso do programa depende da sintonia com o ambiente onde a ação se realizará, e a complexidade das ações depende de um profundo conhecimento da comunidade e do tema escolhido. A empresa deve estar preparada para assumir um compromisso com a comunidade, considerar suas opiniões, desejos e necessidades. Os voluntários devem atuar em um ambiente preparado para recebê-los e convictos de que suas ações trarão contribuições significativas para todos.

Alguns importantes instrumentos de pesquisa que oferecem dados estatísticos locais e regionais são⁵:

1. IDH Índice de Desenvolvimento Humano - www.pnud.org.br/idh
2. Objetivos do Milênio - www.pnud.org.br; www.nospodemos.org.br
3. Atlas da Exclusão Social no Brasil - Editora Cortez
4. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (www.ibge.gov.br/cidadesat)
5. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA (<http://www.ipea.gov.br>)

Pesquisas locais desenvolvidas por outras empresas, pelo poder público e por universidades são importantes dados para melhorar o nível de conhecimento sobre a comunidade.

A empresa pode também organizar visitas, para mapear lideranças e conhecer o grau de dificuldade que os voluntários podem encontrar na ação. Neste caso um cuidado deve ser tomado para não gerar expectativas que não possam ser atendidas posteriormente. O ideal é que visitas sejam feitas por pesquisadores ou profissionais de investigação social ou limitadas às instituições e comunidades que serão efetivamente atendidas.

Formas de atuação

Para atuar na comunidade, é importante que o Programa de Voluntariado Empresarial formalize, por meio de instrumentos de cooperação, a parceria com as instituições beneficiadas.

A comunidade deve ter autonomia sobre seus voluntários, sejam da empresa ou não. Caso a comunidade ainda não possua instrumentos de organização do voluntariado, a empresa deve orientá-la a desenvolver sua própria gestão dos voluntários. Ao recebê-los, precisa ter seus próprios critérios de análise que conduzam todos os envolvidos para a concretização da missão e dos objetivos estratégicos definidos pelo programa.

⁵ Mais informações sobre IDH, Objetivos do Milênio, Atlas da Exclusão Social, IBGE e IPEA estão descritas em anexo.

São várias as formas possíveis de atuação comprometida dos voluntários com seus programas:

Existem empresas que definem um tema e o adotam como causa. Suas atividades voluntárias concentram-se no tema, mas podem ter atividades ou atender comunidades diferentes. São as ações permanentes, planejadas para acontecer ao longo do tempo, com responsabilidades continuadas. Essas ações geram compromissos maiores entre as partes. Os processos de comunicação são fundamentais para angariar o apoio de todos na empresa para a ação.

Os temas são habitualmente de grande significado social, como a adoção de um dos Objetivos do Milênio, que exigem estratégias de longo prazo para o alcance de resultados concretos. O combate às grandes questões que afligem a sociedade, o desenvolvimento local, o crescimento econômico e a adoção de uma organização da comunidade são alguns dos exemplos de ações permanentes que criam compromissos ampliados e de impactos mais significativos.

Entre as ações pontuais, encontram-se as campanhas, os mutirões e os eventos de mobilização. O voluntariado define-se sempre pela doação de tempo, trabalho e talento em benefício de uma causa comunitária. Assim, as campanhas só podem caracterizar o voluntariado quando os voluntários participam de todo o processo de mobilização, arrecadação e acompanhamento dos resultados junto à comunidade, criando um espaço de diálogo e estabelecendo relacionamento produtivo e educativo para ambos.

As campanhas e mutirões são atividades pontuais que possuem um período de mobilização para um problema específico; são emergências, calamidades, construções e reformas de espaços comunitários, necessidades sazonais, entre outros. A empresa promove as campanhas e normalmente conta com suas lideranças para mobilizar as pessoas para uma mesma causa. Nas campanhas, todos podem participar: alguns atuam como mobilizadores, outros doadores, outros organizam a logística e a comunicação ou dedicam seu tempo e trabalho para a causa escolhida, envolvendo-se diretamente com a ação.

O incentivo ao voluntariado é outra modalidade na qual as empresas concentram esforços para a mobilização e estímulo à participação solidária. Criam meios para facilitar que algumas ações ocorram no próprio horário de trabalho, aportam recursos para as instituições atendidas por empregados e até divulgam e valorizam as boas práticas como forma de envolver mais pessoas, sem, no entanto, envolver-se com o planejamento ou organização de atividades. Os chamados “bancos de horas” contabilizam o tempo dedicado voluntariamente pelos trabalhadores, divulgando e incentivando a prática.

Outras empresas sistematizam as relações entre as instituições sociais e os empregados; são os chamados bancos de talentos e oportunidades. Neste caso as empresas disponibilizam informações, por meios físicos e eletrônicos, sobre as oportunidades de trabalho voluntário em instituições previamente cadastradas e orientadas. Os empregados analisam as vagas e buscam aquela que mais se identifica com seu perfil e seu desejo de ser voluntário.

Existem ainda sistemas de voluntariado virtual: os chamados “e-voluntários”, que podem dedicar-se a um trabalho a distância, favorecendo organizações não-governamentais ou instituições diversas. Nestes casos é comum que a empresa formalize parcerias com essas instituições e criem condições para o uso da tecnologia.

O que decide o formato é o tipo de estrutura da empresa, a quantidade de unidades que possui, a capilaridade, o tipo de produtos ou serviços que oferece, o perfil dos voluntários, o grau que impacta a vida da comunidade, a disponibilidade de seus empregados e a capacidade de abertura para inovar.

A participação dos voluntários

É importante que o Programa de Voluntariado Empresarial promova a criação de grupos de ação, tornando as tarefas coletivas e minimizando os riscos de descontinuidade por falta de disponibilidade em tempos de crise ou sobrecarga de tarefas na empresa.

É necessário encontrar equilíbrio entre o tempo exigido pelo trabalho e o tempo disponível para o Programa de Voluntariado, a fim de levar a cabo suas tarefas.

Os voluntários, em função de seus talentos, disponibilidades e preferências, podem colaborar em atividades:

- permanentes: engajando-se em grupos de ação que correspondam às suas expectativas e que realizem ações por períodos prolongados;
- pontuais: participando de mutirões, campanhas e eventos de mobilização.

Esse engajamento pode ser pontual, periódico ou contínuo, desde que o compromisso seja explicitado e formalizado com o programa.

Os valores e princípios que norteiam as ações dos voluntários levam ao sucesso do programa e à excelência nas atividades. Alguns elementos importantes devem ser manifestados, legitimando-se a disponibilidade para agir:

- desejo de expressar a solidariedade de forma espontânea e livre;
- motivação para a participação cidadã na comunidade;
- sensibilidade às causas e necessidades sociais;
- atitude inclusiva e acolhedora;
- criatividade e inovação;
- desejo de aprender com as experiências da comunidade;
- profundo respeito pelas pessoas;
- capacidade de valorização da comunidade, contribuindo para a melhoria das condições de vida.

Eis aí algumas referências que auxiliam a introdução dos voluntários no programa, a partir de princípios éticos que compõem a política do voluntariado e garantem a participação espontânea e com interesses legítimos de participação cidadã.

O impacto das ações

É essencial identificar os impactos e potencialidades que a intervenção social do voluntariado empresarial promove na sociedade. Por meio de debate entre voluntários e comunidade, com inclusão de dispositivos de coleta de opiniões, idéias, experiências e análise de resultados, é possível avaliar o potencial de transformação ou de agregação de valor que o voluntariado pode alcançar.

Mãos à obra

O voluntariado é a forma mais expressiva de participação da nossa sociedade. Promove os valores de solidariedade, justiça, ética e liberdade. As ações do voluntariado levam à conquista de um novo tempo, a uma nova forma de organização social e convertem-se em uma peça fundamental para a transformação individual e coletiva. O desafio é, portanto, indignar-se e agir.

Os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio

A Declaração do Milênio foi aprovada pelas Nações Unidas em setembro de 2000. O Brasil, em conjunto com 191 países-membros da ONU, assinou o pacto e estabeleceu um compromisso compartilhado com a sustentabilidade do Planeta.

Os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio são um conjunto de oito macroobjetivos a serem atingidos pelos países até o ano de 2015, por meio de ações concretas dos governos e da sociedade, a saber:

1. Erradicar a extrema pobreza e a fome;
2. atingir a universalização do ensino fundamental;
3. promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres;
4. reduzir a mortalidade infantil;
5. melhorar a saúde materna;
6. combater a HIV/Aids, a malária e outras doenças;
7. garantir a sustentabilidade;
8. promover uma parceria mundial para o desenvolvimento.

O Projeto do Milênio foi especialmente constituído pelo Secretário-Geral das Nações Unidas, em 2002, para desenvolver um plano de ação concreta para que o mundo reverta o quadro de pobreza, fome e doenças opressivas que afetam bilhões de pessoas. Liderado pelo professor Jeffrey Sachs, o Projeto do Milênio é um órgão consultivo independente, que apresentou suas recomendações finais “um plano global para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio”, para o Secretário-Geral, em janeiro de 2005.

O Plano Global propõe soluções diretas para que os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio sejam alcançados até o prazo previsto. O mundo já possui a tecnologia e o conhecimento para resolver a maioria dos problemas enfrentados pelos países pobres. Até então, no entanto, tais soluções não foram implementadas na escala necessária. O Plano Global do Projeto do Milênio apresenta recomendações para que isso seja feito tanto em países pobres quanto em países ricos.

O projeto tem trabalhado com países em desenvolvimento, ajudando a identificar: quantas mães necessitam de acesso a clínicas médicas; quantas crianças necessitam de imunização; quantos professores devem existir em cada distrito; quantas bombas d'água devem ser instaladas, entre outros, para que cada país entre nos eixos para 2015. Apoiado por exemplos testados e comprovados acerca do que já funciona no combate às muitas faces da pobreza, o Plano Global recomenda meios concretos para o avanço dos ODM no mundo em desenvolvimento e esboçará como os compromissos de ajuda dos países doadores podem auxiliar no alcance dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio.

IDH Índice de Desenvolvimento Humano

É o indicador de atendimento, em uma sociedade, das necessidades humanas básicas. Medido pela ONU para comparar nações e avaliar a qualidade de vida em uma nação, o IDH leva em consideração três variáveis: a expectativa de vida do país, o nível de escolaridade da população e o nível de renda. É uma variável de medição e comparação da qualidade de vida nas diferentes nações, mais eficiente que o PIB per capita antes utilizado.

IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE constitui-se o principal provedor de dados e informações do País, que atende às necessidades dos mais diversos segmentos da sociedade civil, bem como dos órgãos das esferas governamentais federal, estadual e municipal.

O IBGE oferece uma visão completa e atual do País, através do desempenho de suas principais funções:

- produção e análise de informações estatísticas;
- coordenação e consolidação das informações estatísticas;
- produção e análise de informações geográficas;
- coordenação e consolidação das informações geográficas;
- estruturação e implantação de um sistema de informações ambientais;
- documentação e disseminação de informações;
- Coordenação dos sistemas estatístico e cartográfico nacionais.

O *site* Cidades@(<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/default.php>) é uma ferramenta para se obterem informações sobre todos os municípios do Brasil. Nele, é possível acessar diretamente os dados de cada município através do campo de busca, no canto superior direito, ou clicando em cada UF, para, depois, escolher a cidade e obter uma série de informações estatísticas.

As informações são oriundas de pesquisas e levantamentos correntes do IBGE e dados de outras instituições, como Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas, Ministério da Educação e do Desporto INEP/MEC; Departamento de Informática do Sistema Único de Saúde, Ministério da Saúde DATASUS/MS; Tribunal Superior Eleitoral TSE; Banco Central do Brasil - BACEN/MF, Secretaria do Tesouro Nacional, Ministério da Fazenda STN/MF e Departamento Nacional de Trânsito DENATRAN/MJ.

Atlas da Exclusão Social no Brasil

Vol. 1 - Atlas da Exclusão Social no Brasil - MARCIO POCHMANN, RICARDO AMORIM, ANDRE CAMPOS. Editora: Cortez, 2003.

A exclusão de parcelas da população do progresso das forças produtivas é contemporânea das sociedades capitalistas mesmo nas economias mais avançadas. Apesar de encontrar-se entre os principais produtores mundiais, com elevada exportação de alimentos e extensa área agricultável sem atividade, o Brasil mantém um terço de sua população na pobreza absoluta e esfomeada, quase 20% de sua força de trabalho sem ocupação, baixos níveis de escolaridade e grau de violência aberta próximo ao de uma guerra.

Vol. 2 - Atlas da Exclusão Social no Brasil: Dinâmica e manifestação territorial - ANDRE CAMPOS; MARCIO POCHMANN; RICARDO AMORIM. Editora Cortez, 2003.

Ao longo das quatro últimas décadas do século 20, o Brasil tornou-se menos excluído, ou, pelo contrário, a exclusão social ganhou novos contornos, tornando-se mais complexa e profunda? *O Atlas da Exclusão Social no Brasil volume 2 - Dinâmica e Manifestação Territorial* traz informações, análises e mapas que contribuem de forma inédita para resposta a essa questão.

Por um lado, este atlas traz dados novos sobre a evolução da exclusão social em cada unidade federativa brasileira. Verifica-se aí que alguns indicadores melhoraram desde 1960 como o analfabetismo e a escolaridade, enquanto outros índices pioraram a partir de 1980, especialmente o emprego e a violência. De modo geral, percebe-se que a situação da exclusão no Brasil piorou nas duas últimas décadas do século 20.

Por outro lado, este atlas disponibiliza informações inéditas sobre a exclusão social em metrópoles que cresceram acentuadamente no período, como São Paulo, Rio de Janeiro, Recife, Fortaleza, Belém e Curitiba. E, grosso modo, nota-se que a heterogeneidade é uma das marcas centrais dessas grandes cidades, que apresentam uma distribuição extremamente iníqua e injusta dos indicadores de exclusão pelos vários pedaços de seus territórios.

Vol. 3 - Atlas da Exclusão Social no Brasil: os Ricos no Brasil - ANDRE CAMPOS, MARCIO POCHMANN, RICARDO AMORIM. Ed. Cortez, 2004

Não é possível compreender a exclusão econômica, social e política no Brasil sem entender a extrema concentração da riqueza, que já se fazia notar há séculos entre nós, mas que, neste início do século 21, pode ser vista em todo o seu despropósito. Hoje, as 5 mil famílias mais ricas têm como seu patrimônio um valor que corresponde a nada menos que 40% de toda a riqueza gerada anualmente no País (o PIB). E essa concentração é ainda mais acentuada do que parece à primeira vista, pois tais famílias (que são numericamente apenas 0,001% das existentes) comandam boa parte da geração da riqueza restante, por exemplo, a partir da contratação de serviços e da remuneração de empregados de altos salários, além da influência exercida sobre uma parte expressiva do gasto público e das informações veiculadas nos órgãos de imprensa.

O verdadeiro disparate desta situação, crucial para entender a exclusão econômica, social e política existente entre nós, é analisado neste livro, que traz informações inéditas sobre a riqueza hoje no Brasil.

Vol. 4 - Atlas da Exclusão Social no Brasil: a Exclusão no Mundo - ANDRE CAMPOS, MARCIO POCHMANN, RICARDO AMORIM. Ed. Cortez, 2004

O processo de globalização foi saudado, durante a década de 90, como o início de uma nova era para a sociedade mundial. Ganhos de produtividade, novas tecnologias e redução das desigualdades eram vistos como sinônimos e equivalentes. O Atlas da Exclusão Social, volume 4, revela uma realidade bem diferente. Vivemos num mundo de extremos, cada vez mais distantes. Enquanto os 28 países com melhor índice de exclusão social (IES) possuem 14,4% da população mundial e participam com 52,1% da renda gerada anualmente, os 60 países com pior IES detêm 35,5% da população mundial e se apropriam de apenas 11,1% da renda produzida no mundo. Desses países com maior incidência da exclusão social, 41 encontram-se na África; dez, na Ásia; seis, na América e três, na Oceania. Já os países com melhor IES encontram-se na Europa centro histórico de expansão do capitalismo ou na América do Norte (Estados Unidos e Canadá) e em algumas regiões da Ásia - Japão, Cingapura, Coreia do Sul e Israel. O mundo, ao se iniciar o século 21, não difere na sua essência daquele do fim do século 19.

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

Criado há 40 anos, o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) é pioneiro na disseminação de informações e conhecimentos sobre a área econômica do País. Vinculado ao Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, o IPEA produz pesquisas, projeções e estudos macroeconômicos, setoriais e temáticos, com o intuito de subsidiar o governo na produção, análise e difusão de informações voltadas para o planejamento e a formulação de políticas.

Por sua relevância, passou a ser conhecido, ao longo de sua existência, como a entidade que tem a missão de “pensar o Brasil”. Atualmente, conta com 559 servidores. Destes, 299 são técnicos, em sua maior parte pesquisadores. Com idade média de 45 anos, 70% deles possuem doutorado e mestrado.

A idéia de uma instituição com esse objetivo surgiu em meados de 1964, quando foi criado um grupo de trabalho formado por técnicos brasileiros de alto nível e alguns consultores estrangeiros. O objetivo era estabelecer as bases de um sistema de pesquisa econômica e de planejamento para o País.

Primeiro, surgiu o Escritório de Pesquisa Econômica Aplicada (EPEA), em 10 de setembro de 1964, que teve como coordenador técnico o ex-ministro do Planejamento, João Paulo dos Reis Velloso. Posteriormente, o Decreto 60457, de 13 de março de 1967, instituiu a Fundação Instituto de Pesquisa Econômico-Social Aplicada (IPEA). E, por fim, a partir de 17 de maio de 1990, por meio do Decreto 99260, a entidade passou a denominar-se Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, com a atribuição de elaborar estudos, análises e pesquisas nas áreas econômica e social brasileiras.

BRASIL. Lei nº 9.608, de 18 de fevereiro de 1998. Dispõe sobre o serviço voluntário e da outras providências. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, 19 fev. 1998. Disponível em: <http://www.senado.gov.br/sicom/preparapesquisalegislação.action>. Acesso em: 26 ago. 2005.

CARDOSO, Ruth et al. *Comunidade solidária: fortalecendo a sociedade, promovendo o desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Comunitas, 2002.

CENTRO DE INFORMAÇÕES DAS NAÇÕES UNIDAS NO BRASIL. Voluntariado. Disponível em: <http://www.unicrio.org.br/voluntariado.php>. Acesso em: 26 ago. 2005.

CORULLÓN, M.B.G.; MEDEIROS FILHO, B. *Voluntariado na empresa: gestão eficiente da participação cidadã*. São Paulo: Peirópolis, 2002.

FAÇA PARTE. Instituto Brasil Voluntário. Disponível em: <http://www.facaparte.org.br>. Acesso em: 20 jul. 2005.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE MINAS GERAIS. Conselho de Cidadania Empresarial. Disponível em: <http://www.fiemg.com.br/cidadania>. Acesso em: 26 ago. 2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA IBGE. Banco de Dados. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/default.php>. Acesso em: 21 jul. 2005.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA - IPEA. Banco de Dados. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br>. Acesso em: 21 jul. 2005.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. Disponível em: <http://ethos.org.br>. Acesso em: 25 jul. 2005.

POCHMANN, M.; AMORIM, R. (Orgs.). *Atlas da exclusão social no Brasil*. São Paulo: Cortez, 2003.

POCHMANN, M. et al. *Atlas da exclusão social no Brasil: Dinâmica e manifestação territorial*. São Paulo: Cortez, 2003. V.2

_____. *Atlas da exclusão social no Brasil: os Ricos no Brasil*. São Paulo: Cortez, 2004. V.3

_____. *Atlas da exclusão social no Brasil: a Exclusão no Mundo*. São Paulo: Cortez, 2004. V.4.

POINTS OF LIGHT FOUNDATION. Disponível em: <http://pointsoflight.org/centers>. Acesso em: 26 ago. 2005.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. Índice de Desenvolvimento Humano. Disponível em: <http://www.pnud.org.br/idh>. Acesso em: 21 jul. 2005.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. Objetivos do milênio. Disponível em: <http://www.pnud.org.br/odm>. Acesso em: 21 jul. 2005.

ROUCO, J.J.M.; RESENDE, M.S.R. *A estratégia lúdica: jogos didáticos para a formação de gestores de voluntariado empresarial*. São Paulo: Peirópolis, 2003.

SBERGA, A.A. *Voluntariado educativo*. [São Paulo]: DPaschoal, 200?. (Coleção Faça Parte). Disponível em: <http://www.facaparte.org.br/new/biblioteca.asp>. Acesso em: 20 jul. 2005.