

Cidadania e Terceiro Setor

Maria José da Costa Oliveira

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo.
Professora Titular da Pontifícia Universidade Católica de Campinas
no curso de Relações Públicas.

Resumo

O artigo procura avaliar a importância e o fortalecimento do Terceiro Setor como alternativa mais viável para a participação e implementação de ações da denominada sociedade civil organizada nas questões públicas e, conseqüentemente, como exercício de cidadania. Destaca-se, em especial, o conceito do Terceiro Setor, demonstrando sua valorização frente à opinião pública, em decorrência das virtudes sociais, tais como confiança, solidariedade, comprometimento, que a ele são associadas, garantindo-lhe um conceito positivo frente à opinião pública. Também analisa-se, no artigo, a relação entre Terceiro Setor, governo e empresas.

Palavras-chave: comunicação e terceiro setor; comunicação e sociedade; relações públicas.

Abstract

The article tries to evaluate the importance and the strengthening of the Third Sector as the most viable alternative to the participation and implementation of actions of the named organized civil society in the public affairs and, consequently, as a citizenship exercise. It is highlighted, in especial, the concept of Third Sector, showing its value before the public opinion due to the social virtues, such as, trust, solidarity, commitment, which are associated to it, guaranteeing to it a positive concept before the public opinion. It is also analysed on the article the relation among the Third Sector, the government, and the enterprises.

Key words: communication and third sector; communication and society; public relations.

INTRODUÇÃO

A democracia leva ao fortalecimento das instituições e da população, que, organizadas, devem assumir responsabilidades.

Sabemos que sem o envolvimento da sociedade ficarão sempre limitados os esforços do governo e da iniciativa privada, em todos os campos de interesse coletivo que merecem sinergia de esforços.

A incrementação da democracia, conforme Bobbio (in Peruzzo, 1998, p. 64):

"(...) se dá, principalmente, pela extensão das formas de poder, de baixo para cima, a corpos diferentes daqueles propriamente políticos, ao campo da sociedade civil em suas várias articulações".

Articulações que são estabelecidas por meio dos relacionamentos sociais. Tais relacionamentos, por sua vez, vêm sendo estruturados de forma cada vez mais organizada, permitindo a maior presença da sociedade civil na defesa de seus interesses.

Scherer-Warren (1999, p. 62) constata que:

"Há um conjunto amplo de iniciativas cidadãs, criadas por meio de redes interpessoais e interorganizacionais (fóruns, campanhas, etc.), que são palco fecundo para a emergência, difusão e consolidação de novos valores".

Para a autora existem idéias-força que orientam a participação dos sujeitos coletivos.

Na atualidade, segundo Scherer-Warren (1999, p. 62), as principais idéias-força que norteiam tais sujeitos coletivos são:

- *"A ética na política, expressando o desejo de moralização do espaço público, de transparência da arena institucional, de priorização de programas que atendam a fins públicos não clientelísticos e assim por diante.*
- *A democratização da esfera pública, repensando as relações entre o privado, o estatal e o público, com a garantia para uma participação plural, em que seja contemplada a diversidade cultural com as respectivas subjetividades (étnicas, de gênero, etc.), e que permita combinar democracia direta com democracia representativa.*
- *A superação da exclusão social, econômica, cultural, redefinindo as prioridades das políticas públicas e repensando a questão da qualidade de vida e de combate à pobreza, à injustiça social, à discriminação de minorias sociais e culturais, etc.*
 - *A solidariedade, definindo-se pelo princípio de responsabilidade individual e coletiva com o social e o bem comum, cujas implicações práticas são a busca da cooperação e da complementaridade na ação coletiva e, portanto, para o trabalho em parceria".*

Numa sociedade de pouca tradição democrática como a nossa, torna-se necessário um grande investimento em educação para o exercício da cidadania, no sentido de transformação social. Assim, criar espaços de participação e desenvolver valores éticos que recuperem a humanidade dos homens passa a ser fundamental.

Existem algumas opções de participação da sociedade junto às questões públicas, seja por meio dos grupos políticos, seja por meio dos grupos econômicos. Mas, sem dúvida, o grande destaque vem sendo dado à participação que tem se operado por meio do Terceiro Setor, que permite à sociedade maiores condições de organização e de envolvimento em causas que lhe dizem diretamente respeito.

Nos últimos anos vem sendo ampliada a valorização do Terceiro Setor, a ponto de se contar com muitas discussões referentes ao assunto.

Contudo, é inegável a visibilidade que tais organizações vêm ganhando num contexto que necessita de transformação em muitos campos.

Cardoso, por exemplo, enfatiza que:

"O Terceiro Setor não pode ser mais ignorado como agente transformador da nossa realidade social". (Nociolini, 1999, p. 32).

O Terceiro Setor vem suprindo inúmeras necessidades sociais, constituindo grupos e

instituições preocupados com a promoção humana, direitos humanos, dívida externa, meio ambiente, grupos étnicos, pequena empresa e, principalmente, relacionados à educação.

Podemos dizer que essas organizações estão transformando a realidade de muitas pessoas, criando, inclusive, alternativas à miséria e à exclusão, com perspectiva de convívio social e aprendizado.

Para Scherer-Warren (1999, p. 61):

As ONGs de assessoria, os centros de documentação e informação, as pastorais e agentes educacionais populares vêm realizando trabalhos de mediação em organizações de base para desenvolverem valores e ideais para a construção de uma esfera pública democrática”.

Há, evidentemente, os grupos com sérios propósitos e outros ainda românticos, mas o que chama a atenção é a expansão do conceito de cidadania, refletido na participação das pessoas na solução de problemas coletivos.

Para o cientista político Francisco Weffort, esse crescimento da rede de ONGs que se espalha por todo o Brasil “é um produto genuíno da democracia. Comprova um amadurecimento da sociedade brasileira”. (Abril Cultural, 1994, p.73)

Mesmo assim, não podemos deixar de lembrar que a sociedade brasileira necessita passar

por um processo educativo, por conta de sua falta de tradição associativista. Esse processo precisa ser deflagrado o quanto antes, exigindo, em especial, vontade política, para se dar voz ativa à sociedade.

É o que indica Scherer-Warren (1999, p. 61), ao assinalar que:

“De forma sintética, desenvolver um processo educativo, na sociedade civil organizada ou em vias de organização, implica: a) procurar conhecer a realidade, compreender seus problemas e buscar soluções; b) potencializar sujeitos e valores emergentes que caminham para a transformação e superação dos problemas; c) eleger, em cada momento, os problemas, os projetos, as formas de atuação e as estratégias prioritárias”.

As ONGs brasileiras preservam um traço nacional típico, mas, assim como ocorre com as ONGs dos países desenvolvidos, também exercem o papel de fiscalização do governo e complementação do serviços dos órgãos oficiais.

Grau (1998, p. 59), por exemplo, enfatiza que:

“Pode-se afirmar que a noção de Setor Intermediário é capaz de resgatar melhor o amplo espaço de “zonas cinzentas”, que existe na América Latina, assim como pode colocar o problema de autonomia frente ao Estado em

uma dimensão diferente da usual. Uma, mas próxima da formulação inicial de Habermas, que destaque a capacidade de tais associações de exercer uma função de crítica e controle sobre o Estado e, portanto, de representar frente a ele interesses sociais, mais do que aquela dimensão que se baseia em sua vinculação formal ao próprio aparelho estatal.

A referência ao Setor Intermediário surge diretamente associada à questão da participação da sociedade civil em decisões públicas-estatais, perfilando o assunto não só da representação, que implica delegar mandatos e soberania, mas a representação direta, a auto-representação social”.

Rodrigues (1997, p. 42) respalda essa afirmação, lembrando que:

A expansão do terceiro setor nos últimos anos está associada à crise generalizada do Estado do bem-estar social. Até então, imperava a visão dicotômica do privado versus público. Foi assim durante o Estado liberal, que não deveria intervir no mercado e em nenhuma de suas forças e fatores, sob pena de influir negativamente no equilíbrio natural que ele propiciava.

Com a crise do Estado liberal no início do século XX, o Estado do bem-estar, em suas vertentes capitalista e

comunista, passou a assumir papel estratégico, intervindo diretamente tanto na área econômica como na social, através de crescente aparato burocrático.

Mas já nos anos 70, tem início a crise desse Estado centralizador e autoritário, provocada por sua própria estrutura cada vez mais lenta, pesada e ineficiente, incompatível com o modelo econômico de produção globalizado e dinâmico, que se instalava em nível mundial. A partir de então, nos diversos países e cada um a seu ritmo, assiste-se à transformação daquele Estado social-burocrático no Estado social-liberal, coerente com a nova agenda econômica neoliberal dominante no Brasil, essa transformação só é deflagrada mesmo a partir dos anos 90. Nesse novo modelo de Estado, participação e cidadania constituem palavras de ordem, no sentido de se formar uma parceria entre o Estado e a sociedade para a promoção do bem comum”.

Diante desse contexto, o Terceiro Setor surge como opção para assumir os espaços que deixaram de ser cobertos pelo Estado que, burocrático e fragilizado, tem sido incapaz de cumprir as suas funções sociais básicas. Assim, a necessidade de alianças entre Estado e sociedade civil se faz presente. Entretanto, tais alianças precisam ser estabelecidas de maneira clara,

transparente e bem definidas, pois, conforme alerta Rodrigues (1997, p. 42):

“Teme-se, nesse caso, que as diversas alianças que vêm surgindo do Estado com a sociedade civil assumam caráter de concessão do poder público, sendo tuteladas por este e sob constante ameaça de rompimento”.

Outros fatores contribuíram para o crescimento do Terceiro Setor.

Conforme Rodrigues (1997: 42):

“Além da crise do Estado e da própria perspectiva ameaçadora do desemprego generalizado, a expansão recente do terceiro setor em âmbito mundial pode ser atribuída também a outras razões, como mostra Lester Salamon em seu artigo “The rise of the nonprofit sector”. A crise do desenvolvimento, deflagrada sobretudo pelos choques do petróleo dos anos 70 e pela recessão dos anos 80, fez com que 1/5 da população mundial viva atualmente em situação de pobreza absoluta. Além de ter uma implicação direta no agravamento da chamada culpa social, receia-se que essa crise possa vir a provocar tamanho encolhimento no mercado consumidor internacional a ponto de inviabilizar o próprio processo produtivo no longo prazo. A crise do meio ambiente, que

de certa forma é um reflexo da crise anterior, tem também estimulado a ação de grupos privados no sentido de salvaguarda da natureza. E, por último, ele menciona o avanço no nível educacional e nos meios de comunicação, que tem possibilitado maior grau de mobilização de organização das pessoas inter e intrapaíses”.

CONCEITUANDO O TERCEIRO SETOR

Temos, evidentemente, alguns problemas de ordem conceitual, no que diz respeito às definições em torno do termo “Terceiro Setor”.

De acordo com Coelho (2000, p. 58):

“O termo ‘terceiro setor’ foi utilizado pela primeira vez por pesquisadores nos Estados Unidos na década de 70, e a partir da década de 80 passou a ser usado também pelos pesquisadores europeus. Para eles, o termo sugere elementos amplamente relevantes. Expressa uma alternativa para as desvantagens tanto do mercado, associadas à maximização do lucro, quanto do governo, com sua burocracia inoperante. Combina a flexibilidade e a eficiência do mercado com a equidade e a previsibilidade da burocracia pública”.

Alguns autores chegam a incluir os partidos políticos ou mesmo os grupos econômicos,

por meio de suas fundações e institutos, dentro do conceito de Terceiro Setor.

Há, por outro lado, quem restrinja Terceiro Setor às associações sociais, culturais, filantrópicas, bem como movimentos sociais.

Uma outra vertente, porém, exclui do Terceiro Setor os movimentos sociais, pois discute o fato de esse tipo de organização não ser formalmente estruturada, o que a descredencia como pertencente a ele.

Nociolini (1999, p. 40), por exemplo, lembra que:

“Para alguns, somente as organizações estruturadas, ou seja, institucionalizadas, de alguma forma, fazem parte do setor sem fins lucrativos. Assim, os movimentos sociais, por exemplo, não fazem parte do Terceiro Setor”.

Coelho (2000), por outro lado, destaca que a falta de um termo comum prejudica a identidade das entidades do Terceiro Setor, afetando o maior reconhecimento e valorização por parte da sociedade.

Mesmo assim, num resgate histórico, podemos perceber que nos últimos anos houve um considerável crescimento do número de entidades sem fins lucrativos no país, além da ampliação dos tipos de organização que passaram a constituir o denominado Terceiro Setor.

Devemos reconhecer que a utilização do termo “Terceiro Setor” é muito recente no Brasil, apesar de esta expressão

estar se tornando cada vez mais familiar aos brasileiros, especialmente na designação americana “Third Sector”.

O conjunto de organizações sociais também é conhecido como: organizações voluntárias, organizações sem fins lucrativos, organizações não-governamentais (ONGs) (Coelho, 2000, p.17).

Para Rodrigues (1997, p. 41):

“(…) podemos dizer que o terceiro setor (ou ‘setor social’ ou ‘organizações da sociedade civil’ ou ainda ‘organizações não lucrativas’) são as organizações privadas sem fins lucrativos voltadas para a produção de bens ou serviços públicos”.

Fernandes (in Nociolini, 1999, p. 39), por sua vez, considera que:

“(…) pode-se dizer que o Terceiro Setor é composto de organizações sem fins lucrativos, criadas e mantidas pela ênfase na participação voluntária, num âmbito não-governamental, dando continuidade às práticas tradicionais da caridade, da filantropia e do mecenato expandindo o seu sentido para outros domínios, graças, sobretudo, à incorporação do conceito de cidadania e de suas múltiplas manifestações na sociedade civil”.

Para Nociolini (1999, p. 37) as organizações do Terceiro Setor têm característica bem

própria, mas mantêm uma clara relação com o Estado e o Mercado:

“Caracterizado pelas organizações privadas, porém públicas, ou seja, aquelas que não fazem parte do aparelho estatal, mas agem em prol do bem-estar coletivo e público, o Terceiro Setor complementa-se e contrapõe-se, ao mesmo tempo, com os dois outros setores já bem conhecidos: o Estado (1º. Setor) e o Mercado (2º. Setor)”.

Essa complementação e contraposição assinaladas demonstram que tanto o Terceiro Setor como o Estado e o Mercado possuem papéis distintos na sociedade, mas, ao mesmo tempo, deve haver um entrelaçamento entre eles, para que as demandas sociais sejam atendidas contando com o efetivo compromisso de todos. Afinal, conforme Fernandes:

“(…) o ‘bem estar’ social promovido através dos serviços públicos prestados pelo Estado não é exclusivo de sua alçada e (...) iniciativas particulares podem auxiliá-lo nesse papel”. (in Nociolini, 1999, p. 38).

Scherer-Warren (1999, p. 62) reforça a importância da integração da sociedade com o Estado e o mercado, ao assinalar que:

“Os novos processos interativos entre os atores coletivos participantes na gestão de políticas sociais têm-se dado por meio de redes e de parcerias. As redes caracterizam-se pela busca de articulações mais horizontalizadas, evitando o centralismo e a burocratização organizacional. Envolvem a participação de atores múltiplos (de movimentos, ONGs, cidadãos informais), para a realização de metas ou projetos comuns, que se constroem diante de conflitos ou de uma ação solidária. As parcerias caracterizam-se pela relevância que atribuem à complementaridade de esforços, pelos princípios de cooperação e solidariedade na realização de um programa social”.

TERCEIRO SETOR, OPINIÃO PÚBLICA E VIRTUDES SOCIAIS

Pesquisas recentes vêm revelando que as organizações não-governamentais gozam de prestígio junto à opinião pública. Uma dessas pesquisas foi encomendada à empresa americana de Relações Públicas Richard Edelman (Folha de S. Paulo, 2001, p. A3) por empresas multinacionais, para analisar a influência das ONGs em cinco países industrializados (Estados Unidos, França, Inglaterra, Alemanha e Austrália).

A publicação de seus resultados ocorreu em dezembro de 2000, destacando, por exemplo, que as pessoas têm o do-

bro de confiança nas ONGs do que nos governos, nas empresas e na mídia:

“A metade das pessoas entrevistadas declarou que as ONGs representam os valores nos quais elas também crêem”.

Com isso, conceitos referentes à confiança, à ética, à solidariedade e outras virtudes sociais são relacionados ao próprio conceito das ONGs, dando clara demonstração de que tanto o Primeiro como o Segundo Setores deveriam buscar alguns de seus modelos para se respaldar em suas ações frente à opinião pública.

As razões do sucesso das ONGs foram identificadas como sendo ligadas ao fato de que elas estão sempre na ofensiva, difundem suas mensagens diretamente ao público, são capazes de formar coalizões, têm causas claras e compreensíveis, agem com a velocidade da Internet e sabem falar com a mídia (Folha de S. Paulo, 2001).

Mesmo havendo exceções, a solidariedade e a confiança são aspectos que têm sido identificados como características do Terceiro Setor, contribuindo para a valorização de sua imagem frente à opinião pública.

Para Nociolini (1999, p. 36):

“Acredita-se que as organizações sociais podem desempenhar melhor estes serviços sociais devido, também, ao fato de trabalharem com o fator humano, a soli-

dariedade e, portanto, com a confiança dos cidadãos de que suas necessidades sociais serão realmente supridas da melhor maneira possível”.

Há, dessa forma, muito o que aprender com as entidades ligadas ao Terceiro Setor e com a parceria que pode ser instituída com elas, afinal, conforme Fernandes (in Nociolini, 1999, p. 41):

“(...) é do relacionamento dinâmico entre as formas legais e informais de solidariedade social que se pode esperar uma expansão do Terceiro Setor para além das linhas atuais de exclusão social”.

Rifkinns (in Nociolini, 1999, p. 41) também endossa essa visão, ao assinalar que:

“(...) socialmente, o terceiro é o mais responsável dos setores. É o plano de solicitude que atende às necessidades e aspirações”.

Claro que as ONGs ainda carecem de maior profissionalização em muitos setores. Elas também têm o que aprender com as empresas e com o governo. Porém, o fato de gozarem de maior prestígio junto à opinião pública é merecedor de toda a atenção, pois, como podemos perceber, esse é um dos aspectos fundamentais para que não só a sociedade aprove, como também envolva-se em questões sociais, permitin-

do a concretização da democracia e da cidadania.

TERCEIRO SETOR/GOVERNO

Pesquisas têm detectado o grande poder que as ONGs têm de mobilizar a opinião pública. Esse fato, aliado às críticas às políticas públicas, vem inquietando os governos, cuja tendência, para se defender:

"(...) é denegrir a imagem daquelas que passam a considerar suas adversárias" (Folha de S. Paulo, 2001, p. A-3).

Contudo, começa a haver o reconhecimento do papel das ONGs, até por parte dos governos, conforme reconhece um diplomata francês, que afirma:

"Todo mundo sabe hoje em dia que a ação não-governamental é indispensável e que as ONGs fazem parte do debate democrático". (Folha de S. Paulo, 2001, p. A-3)

Infelizmente, temos que reconhecer que ainda não é possível atribuir automaticamente um atestado de idoneidade e legitimidade a todas as ONGs. Mesmo gozando de maior prestígio, sabemos que existem aquelas que também fazem mau uso dos recursos, desviando-os de seus objetivos revelados, ou se engajam em causas que podem ser nocivas à sociedade em geral.

Mas, extraíndo essas exceções, podemos verificar que a

resistência de governos em relação às ONGs tem mais a ver com a falta de experiência democrática e com as críticas que elas se atrevem a fazer a eles.

Para refletir a imagem que as ONGs no Brasil têm diante da opinião pública, uma pesquisa realizada pelo IBOPE e divulgada pela Abong - Associação Brasileira de ONGs revela que elas possuem um papel fundamental no Brasil de hoje, atendem as necessidades que não são atendidas pelo Estado, organizam a sociedade civil para lutar por seus direitos, existem para defender os interesses dos mais necessitados e para fiscalizar a ação do Estado. Segundo Silvio Caccia Bava:

"As ONGs, grupos de cidadãos que se organizam na defesa de direitos, contam com o apoio de grande parte da sociedade, mas têm limitado seus trabalhos porque vivem sempre em tremendas dificuldades de sobrevivência. Poderiam fazer muito mais e engajar maior número de pessoas nos seus trabalhos se o reconhecimento público que têm fosse materializado no apoio de fundos públicos ao seu fortalecimento institucional e ao de sua atuação, como ocorre em muitos outros países" (Folha de S. Paulo, 2001, p. A-3).

De acordo com Coelho (2000, p.149):

"(...) nos Estados Unidos, a relação entre os órgãos governamentais e o terceiro setor é tradicional e está baseada em práticas culturais relacionadas ao associativismo. No Brasil, esse relacionamento vem sendo construído, embora de forma não tão visível e nem tão consistente".

Mesmo assim, podemos identificar no Brasil ações de parceria entre Terceiro Setor e Governo.

É o caso, por exemplo, dos programas que vêm sendo implementados pela Comunidade Solidária, cujo objetivo principal é *"a mobilização mais ampla possível de recursos e competências, públicos e privados, para ações concretas de combate à pobreza e à exclusão social"* (CEATS, 1999, p. 03).

Coelho (2000, p.150), pertinentemente, destaca que:

"A intensidade dessa relação traz discussões sobre suas bases éticas e econômicas, de forma a conquistar a anuência da opinião pública em torno da idéia de que essa alternativa é um dos caminhos viáveis para o provimento das necessidades sociais".

Assim, mesmo diante de dificuldades, principalmente de ordem financeira, acreditamos que, no que se refere à credibilidade do Terceiro Setor frente à opinião pública, o Primeiro e o Segundo Setores têm muito a aprender e podem se inspirar

em muitas de suas atitudes para aprimorar a relação que mantêm com os diferentes públicos.

TERCEIRO SETOR/ EMPRESA

Se por um lado o Governo e as empresas têm muito o que aprender com o Terceiro Setor, por outro, este também pode se favorecer adotando, por exemplo, práticas empresariais voltadas para as modernas técnicas de gestão administrativa.

É o que confirma a conclusão da pesquisa realizada pelo CEATS-USP - Estratégias de Empresas no Brasil: atuação social e voluntariado (1999, p. 89) ao destacar que:

"A empresa detém recursos ociosos que podem alavancar sua atuação social: materiais, mercadorias, equipamentos. Os recursos intangíveis são os mais importantes para o sucesso do voluntariado: experiência profissional, competências organizacionais, relacionamento com fornecedores, alianças estratégicas".

A adoção de modelos empresariais e, em especial, a participação de recursos humanos das empresas, que atuam de forma voluntária nas entidades sociais, vêm colaborando para a profissionalização do Terceiro Setor, inclusive no que diz respeito à elaboração de projetos sociais que, segundo Rodrigues (1997, p. 41):

"(...) vêm se firmando como o instrumento institucional por excelência", pois, financiamento para os projetos do Terceiro Setor, outra forma de parceria deste com as empresas só é obtido mediante a apresentação de projetos consistentes e passíveis de permanente avaliação das partes envolvidas. A integração do Terceiro Setor com as empresas tem contribuído significativamente para o aprimoramento de ambos, uma vez que tanto um quanto outro apresentam certas competências associadas às suas características.

É isso o que evidencia Rodrigues (1997, p. 42) ao assinalar que as empresas têm procurado copiar determinadas competências do Terceiro Setor:

"(...) o elevado grau de participação e de envolvimento de toda a equipe de trabalho com a missão, que foi sempre o traço marcante desse setor social, vem, de certa forma, sendo copiado pelo setor privado".

Por outro lado, o Terceiro Setor também está procurando copiar ou seguir a orientação das empresas em certas competências que lhes são peculiares. Um exemplo claro é o da elaboração de projetos sociais de qualidade para captação de recursos das próprias empresas.

Há, por parte das entidades sociais, o início de uma consci-

entização sobre a noção de que sem a elaboração adequada desses projetos pode-se comprometer a relação de parceria que é preciso estabelecer com as empresas.

Tal parceria é hoje uma condição inevitável para a sobrevivência e crescimento das instituições do Terceiro Setor.

Já ouvimos muitos discursos e vimos a confirmação em livros, artigos de revistas e relatos de muitos estudiosos e profissionais que asseguram estar o Terceiro Setor se profissionalizando.

Dessa forma, é preciso demonstrar profissionalismo a partir dos projetos que são encaminhados para empresas, governo e outros prováveis parceiros.

Lembramos que as empresas vêm assumindo seu papel de cidadãs, mas só costumam colaborar de maneira mais efetiva com instituições que apresentem suas propostas com total transparência e qualidade e lhes assegurem o envolvimento em causas que tenham um sério propósito social.

Além disso, as empresas querem saber o que ganharão com seu envolvimento. Algumas investem na questão social por conta da exigência da sociedade, outras por conta da exigência do mercado, e ainda há aquelas que investem em projetos sociais por terem estabelecida uma política voltada para esse fim.

Entretanto, independente dos motivos, as empresas valorizam projetos com qualidade, que apresentem um diagnós-

tico da situação social em foco, que demonstrem seus objetivos, população beneficiada, estratégias de ação, formas de acompanhamento, controle e avaliação, bem como orçamento e mesmo o ganho em termos de marketing para a empresa (onde figurará seu nome, como e quando), além da apresentação dos incentivos fiscais.

Os incentivos fiscais mencionados, apesar de não representarem, de acordo com pesquisa que realizamos entre o ano de 2000 e 2001, em Campinas - SP, o maior determinante para a aprovação dos projetos, devem ser também incluídos em função de servirem como apelo junto às empresas menos sensíveis às causas sociais.

Nesse sentido, identificamos a Lei Rouanet, lei 8.313, de 23 de dezembro de 1991, que inclui o Mecenato Incentivado, permitindo a seus incentivadores aplicadores uma considerável redução do Imposto de Renda devido, além de possibilitar uma divulgação do incentivador na mídia junto com o projeto. A Lei Mendonça (Município de São Paulo), lei 10.923, de 30 de dezembro de 1990, também dispõe sobre incentivo fiscal para a realização, em especial, de projetos culturais, no âmbito do município de São Paulo, permitindo aos aplicadores redução nos impostos municipais.

É importante destacar, também, que o Terceiro Setor, hoje,

está sendo aclamado como aquele que mais cresceu nos últimos tempos e que tem assumido uma missão fundamental para o atendimento às necessidades sociais, quer numa perspectiva simplesmente paleativa, quer, principalmente, numa perspectiva preventiva. Assim, seu valor vem sendo reconhecido pela sociedade e pelos diferentes setores, o que permite assegurar que ele não pode ser subestimado nem mais ser colocado como submisso numa relação com os outros setores da sociedade.

As empresas têm entre os papéis que podem assumir frente à sua responsabilidade social a destinação de recursos para financiar os projetos sociais.

Entretanto, sem as instituições, os projetos sociais não funcionam, porque é o Terceiro Setor que assume efetivamente o papel de realizar seu planejamento e execução.

Assim, exigir das empresas algumas condições para sua participação também deve ser visto como naturalmente aceitável e ao mesmo tempo demonstra a seriedade do trabalho da instituição.

Essa visão impõe aos parceiros envolvidos uma seriedade de propósitos por parte de todos.

Sabemos, por exemplo, que para a entidade não é nada positivo ver-se envolvida com empresas cuja ética é questionada, como por exemplo em

casos conhecidos de empresas que utilizam trabalho infantil, mas tentam encobrir essa falta colaborando com alguma instituição filantrópica.

Como agente de transformação social, as instituições devem pressionar para que outros entes sociais, como as empresas, adquiram, de fato, uma postura ética e coerente com o compromisso social.

CONCLUSÃO

Quando se trata de cidadania, não se pode ignorar que o fortalecimento do Terceiro Setor vem viabilizando muitas das ações da denominada "sociedade civil organizada", impulsionando inúmeras das discussões que têm dado destaque às questões sociais.

Além disso, o Terceiro Setor goza de virtudes sociais, tais como solidariedade, compaixão, comprometimento e confiança, que estabelecem a base sobre a qual pode-se construir a cidadania, garantindo-lhe, ao mesmo tempo, um conceito positivo frente à opinião pública.

Nesse sentido, um trabalho de comunicação torna-se útil, não só para divulgar suas ações, mas, em especial, para reforçar o conceito já conquistado e colaborar com a sua profissionalização, assessorando na viabilização de projetos sociais, que contemplem parcerias e estruturação de relacionamentos com outros setores da sociedade. □

BIBLIOGRAFIA

ABRIL Cultural. **Revista Veja**, São Paulo. Ano 27, nº 6, fev. 1994

COELHO, Simone de Castro Tavares. **Terceiro Setor: Um estudo comparado entre Brasil e Estados Unidos**. São Paulo: Senac, 2000.

CEATS. **Estratégias de empresas no Brasil: atuação social e voluntariado**. São Paulo, Jul. 1999.

FOLHA DE S.PAULO. fev. 2001

GRAU, Nuria Cunill. **Repensando o público através da sociedade: novas formas de gestão pública e representação social**. Rio de Janeiro: Revan, 1998.

NOCIOLINI, Cláudia. **As relações públicas na empresa-cidadã: responsabilidade social e sucesso nos negócios?** TCC, UNESP, Bauru, 1999.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis: Vozes, 1998.

RODRIGUES, Maria Cecília Prates Rodrigues. **Terceiro Setor: para que serve? Revista Conjuntura Econômica**. Jan. 1997.

SCHERER-WARREN, Ilse. **Cidadania sem fronteiras: ações coletivas na era da globalização**. São Paulo: Hucitec, 1999.

	<h2 style="text-align: center;">Núcleo de Recursos Humanos</h2>
	<p>Com o trabalho sério e reconhecido, o Núcleo de Recursos Humanos do IMES busca a integração entre o conhecimento teórico e a prática no campo da Administração de Recursos Humanos.</p>
<p>Entre os serviços oferecidos, destacam-se:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Realização de pesquisas em Recursos Humanos (cargos, salários, benefícios, acordos/convenções coletivas, remuneração variável, indicadores da performance de área e clima organizacional); ● Encontros de reciclagem para profissionais da área de RH; ● Publicação do boletim Notícias de Recursos Humanos, que traz uma sinopse da imprensa paulista com informações sobre RH; ● Desenvolvimento de projetos personalizados para empresas (consultoria, auditoria, e treinamento); ● Publicação de artigos que abordam o comportamento do mercado de trabalho e suas tendências. 	
<p>Informações e consultas podem ser feitas na Av. Goiás, 3.400, em São Caetano do Sul, pelo telefone (011) 4239-3201, ou pelo e-mail: nucleorh@imes.edu.br</p>	