

Um novo nome, o mesmo compromisso

A Associação Caminhando Juntos (ACJ) agora se chama United Way Brasil. Essa notícia pode parecer estranha para quem sempre entendeu que United Way, uma importante ONG internacional, tinha adotado um nome “tropicalizado” desde quando chegou em terras brasileiras em 2001. Por questões estratégicas, a partir de agosto de 2008, a ACJ assume aqui o nome original da entidade que lhe deu origem, acrescido de Brasil no fim.

A equipe brasileira concluiu que usar o nome em inglês facilita a associação direta da sociedade, das empresas e funcionários investidores, com o trabalho secular da tradicional United Way americana e, por consequência, pode ampliar os canais de contatos e parcerias. Nascida nos Estados Unidos em 1887, fruto da união de esforços de um padre, dois pastores e um rabino em prol da comunidade da cidade de Denver, a United Way é uma das maiores e mais respeitadas organizações não-governamentais americanas.

Na entrevista a seguir, Mark Vogt, diretor da PricewaterhouseCoopers (PwC) e presidente do Conselho da United Way Brasil, fala sobre a mudança e os desafios futuros e de como ele começou a contribuir pessoalmente com a United Way aos 16 anos.

Como surgiu a idéia de assumir o nome United Way Brasil?

Mark Vogt: Quem propôs a mudança foi o nosso comitê de comunicação. Observamos que, sempre que explicávamos a representantes de uma empresa que a ACJ era uma organização brasileira vinculada à United Way, o impacto era muito maior ao ouvir o nome original americano. E reconhecimento é fundamental na captação de novos investidores. Concluímos que a marca já estabelecida no exterior, acaba tendo mais valor, principalmente quando se quer atuar com pessoas que não conhecem nosso trabalho e podem ter mais confiança em nossa organização devido à nossa ligação internacional com a United Way.

Do ponto de vista da filosofia de atuação, haverá algum impacto da mudança de nome em relação aos projetos financiados?

– Não. Tanto o antigo nome quanto o novo refletem e reforçam nossa filosofia de somar esforços para melhorar as comunidades. Unindo nossas cabeças, nossas mãos e nossos braços, construímos “pontes”, que ligam empresas com outras empresas, empresas com organizações comunitárias, organizações comunitárias com outras organizações comunitárias, e, sobretudo, pessoas com pessoas.

Essa mudança no Brasil é reflexo de uma diretriz global?

– Há uma certa coincidência com um movimento global. No Global Summit, realizado no Canadá em junho (leia notícia aqui), falou-se muito num esforço de criar uma rede internacional mais forte e em promover uma integração maior entre as United Ways. Da mesma forma que nossas empresas associadas são organizações globais, há uma expectativa de que suas parceiras na área social também atuem como organizações globais.

Dentro desse novo contexto, existem outras mudanças previstas?

– Sim, um dos valores que será promovido é o da transparência. Queremos demonstrar por diferentes vias como utilizamos de forma responsável os recursos de nossos colaboradores. Faremos prestação de contas por relatório e por canais de comunicação como essa newsletter. Vamos mostrar de que maneira estamos gerando resultados e investindo os recursos que são confiados a nós.

Como você conheceu a United Way?

– Para uma pessoa como eu, que foi criada e começou a trabalhar nos Estados Unidos, a exposição pública da United Way é muito forte. Existem campanhas publicitárias bem divulgadas, inclusive em todos os jogos de futebol americano na televisão. E a grande maioria das empresas incentiva os empregados a contribuir à United Way. No meu caso, aos 16 anos, quando ainda estava no colégio e comecei a trabalhar em tempo parcial, recebi a ficha de contribuição já no primeiro dia e decidi doar cinco dólares por mês, descontados na folha de pagamento. Já na Price dos Estados Unidos, tive contato com entidades que receberam recursos da United Way, como as escoteiras de Houston e um abrigo para mulheres vítimas de abuso. Percebi que o processo de seleção de projetos era sério e rigoroso, que a United Way de lá se preocupou em assegurar que as entidades beneficiadas atuassem com responsabilidade. Após ser transferido para o Brasil, e quando a PwC foi convidada a se associar à United Way aqui, entrei no comitê de projetos e participei em ações de voluntariado. Em 2005, fui para o conselho e, em 2007, assumi a presidência.

Qual o seu sonho para a United Way Brasil?

– Temos hoje um foco muito específico na área metropolitana de São Paulo e em algumas cidades vizinhas – Campinas, Jacareí e Sorocaba. Um dos meus sonhos é desenvolver uma estrutura mais nacional, ampliar nossa visibilidade na comunidade e ganhar o respeito do público em geral. Ao mesmo tempo, não quero deixar a impressão de que tenho um plano grandioso, sem estrutura. Tudo isso depende de recursos, e qualquer expansão será feita de forma responsável, assegurando o compromisso com os projetos apoiados.

Novo informativo reabre diálogo em busca de transparência e investimentos

A United Way Brasil (UWB) acaba de retomar seu trabalho de comunicação: a partir de agora este boletim eletrônico quinzenal informará as novidades da instituição a seus colaboradores, integrantes de projetos apoiados e rede de contatos do Terceiro Setor.

O leitor vai ficar por dentro da agenda de eventos da UWB, entender como os investimentos estão sendo realizados, saber o que há de novo nos projetos e acompanhar os resultados obtidos. O informativo também nasce com a estratégica missão de atrair mais voluntários e doadores e, assim, ampliar o alcance do trabalho da entidade no país.

A decisão de fortalecer o diálogo com a sociedade surgiu com a formação de um novo Comitê de Comunicação, dedicado a desenvolver canais para a comunicação fluir de forma mais eficiente. Esta necessidade de comunicar mais e melhor foi detectada e defendida sobretudo pelo conselheiro José Magalhães Fernandes, presidente da indústria química Rohm and Haas e atual líder do comitê. “Desde que me embrenhei na associação sempre questioneei o motivo pelo qual a informação não chegava para quem investia. Quando o conselho decidiu pelo retorno deste pilar, fiquei à disposição para liderar o grupo. A comunicação é o caminho para mostrar tudo de bom que a United Way realiza no Brasil”, conta o conselheiro.

Além de prestar contas a quem apóia ou recebe investimentos da United Way Brasil, o Comitê de Comunicação atuará para ajudar a expandir os horizontes da organização no Brasil. “Ao divulgar nosso trabalho para o mundo externo, podemos angariar novos associados”, ressalta José Fernandes.

Fazer a diferença

Assim, com transparência, visibilidade e reconhecimento, a United Way Brasil deverá atrair mais doações e poderá investir cada vez mais no país, rumo às transformações sociais almejadas. Nesse contexto, Fernandes aproveita para destacar mais uma importante decisão do conselho. “Ao lado da mudança do nome da entidade e da estratégia de comunicação, questionamos o tipo de impacto que queremos causar. Concluimos que precisamos investir mais para obter também um impacto maior nas ONGs apoiadas, isto é, investir um montante de dinheiro significativo e realmente fazer a diferença.”

Para atingir suas metas, o Comitê de Comunicação conta com o trabalho de José Fernandes, do conselheiro Pedro Silva (diretor de marketing da Procter & Gamble), da superintendente de projetos Jaqueline de Camargo e da Coordenadora de Comunicação e Relacionamento com Empresas Patrícia Diniz, ambas da UWB, além da voluntária Lisete Amado, coordenadora de comunicação para a América Latina da Rohm and Haas.

O grupo está desenvolvendo outros canais, como o novo website da associação. O comitê espera também estabelecer uma via de duas mãos ao abrir um e-mail para críticas e sugestões: comunicacao@unitedwaybrasil.org.br. “Queremos ouvir todas as vozes”, afirma José Fernandes. “Sendo empresa, funcionário, voluntário, membro da direção das ONGs, jovem beneficiado, todos devem participar. Se cada um fizer um pouquinho que seja, vamos avançar quilômetros.”

Brasil destaca-se em encontro global da United Way

Dar unidade à diversidade. Essa foi a missão e o principal desafio dos representantes dos 42 países onde existem United Way no Global Summit 2008, evento bienal realizado em junho último, em Vancouver, no Canadá. A United Way Brasil partilhou experiências, mas também trouxe idéias e, o melhor, certezas.

Durante três dias, nossos representantes – Mark Vogt, presidente do Conselho, e a antropóloga Jaqueline de Camargo, superintendente de projetos – trabalharam duro no Canadá. Mark concentrou-se nas parcerias estratégicas entre os líderes dos diferentes países. Jaqueline cuidou da disseminação das informações dos projetos apoiados no Brasil.

Na visão de Mark, o principal mote do encontro foi o de que o investimento social deve ser um esforço global, unindo empresas, seus empregados e ONGs para viabilizar projetos que têm impacto duradouro nas comunidades. “No dia-a-dia, isso significa que precisamos aproveitar a rede internacional da United Way para atrair para a United Way Brasil as empresas instaladas aqui que já participam da United Way no exterior (na matriz ou em filiais espalhadas pelo mundo). Ao mesmo tempo, é possível transferir tecnologia social e aprendizados diversos – inclusive administrativos – de um país para outro”, explica o executivo. Ele também participou das palestras sobre novas ferramentas de comunicação que devem aproximar os líderes da United Way do mundo inteiro usando recursos online.

Reconhecimento do Brasil

Jaqueline de Camargo apresentou em uma plenária um resumo da linha de trabalho da United Way Brasil, que foi elogiada por representantes de outras nações e, sobretudo, pelos norte-americanos. “Nosso trabalho, embora não seja enorme do ponto de vista de recursos, foi visto como correto do ponto de vista técnico”, comemora.

Um exemplo de oportunidade de ação citada no Canadá foi a Foco (Feira de Oportunidades: Conexões para a Juventude), ocorrida em março de 2008, no bairro paulistano de São Mateus (leia notícia aqui). Inicialmente, a intenção da Feira era mostrar o trabalho de ONGs ligadas à juventude, mas apenas entre as próprias organizações. Com a participação da United Way, o evento ganhou visibilidade estratégica perante as empresas e a comunidade. “De um lado, os funcionários, que são investidores sociais, puderam conferir o resultado do trabalho das ONGs daquela região e avaliar como direcionar os recursos aplicados. De outro, criamos oportunidades reais para empregar os 1500 jovens formados por ano em telemarketing, webdesign, administração de escritório, eletricidade e mecânica automobilística”, conta a antropóloga.

Em termos práticos, a entidade brasileira saiu do Canadá bem avaliada em parâmetros fundamentais de condução do trabalho, tais como impacto comunitário e voluntariado. Ou seja, o trabalho no Brasil está alinhado com o horizonte da United Way International de:

- provocar mudanças autênticas nas comunidades, de modo que sejam perenes e independentes de tutela financeira;
- levar adiante um programa de voluntariado verdadeiramente participativo, com representantes não somente das empresas associadas, mas também as vozes influentes das comunidades afetadas.

Na bagagem de volta, Jaqueline identificou, ainda, um aprendizado importante: “Além das conexões internacionais, precisamos trabalhar para fortalecer as conexões regionais e o trabalho em rede no Terceiro Setor também aqui no país”. Para Mark, ficou um sabor de desafio. “Comparei onde nós estamos com a situação da United Way em outros países e tive de reconhecer que nossa organização ainda é modesta em relação às dimensões do Brasil. A gente deve sonhar em ter a capacidade de melhor servir outras regiões do país.”

Apoio da United Way Brasil fortalece Feira na Zona Leste

Cerca de 3.000 pessoas passaram pela Foco (Feira de Oportunidades: Conexões para a Juventude), que ocorreu entre 13 e 15 de março, no CEU São Rafael, no bairro paulistano de São Mateus. O objetivo da Feira era divulgar o que as ONGs do bairro estão construindo para inserir os jovens no mercado de trabalho. A United Way Brasil apoiou o movimento de forma estratégica e fez com que ganhasse visibilidade perante as empresas e a comunidade.

Segundo Flariston Francisco da Silva, coordenador da Feira e do Centro de Profissionalização de Adolescentes Padre Bello (CPA), o evento obteve outra dimensão graças à United Way. “Sem esse impulso, teríamos apenas a apresentação do trabalho da Rede de Responsabilidade Social – O Jovem em Primeiro Lugar, que reúne oito centros de formação profissional juvenis em São Mateus”, explica. “Para atingir outras esferas da sociedade, o apoio

da United Way foi fundamental: recebemos ajuda financeira, mas também pudemos contar com a mobilização de voluntários das empresas associadas e com a facilidade de contato com órgãos públicos.”

Palestras e oficinas

A Foco contou com apresentações culturais e 27 palestras sobre temas variados, mas sempre relacionados ao mercado de trabalho. Guilherme Afif Domingos, secretário Estadual do Emprego e Relações do Trabalho, abriu o evento falando sobre a atuação do poder público na região. Profissionais do Sebrae e do Senac entraram na programação com dicas de empreendedorismo e administração de empresas. Também estiveram presentes voluntários da United Way Brasil – como Patrícia Loyola, da PricewaterhouseCoopers, e Flavia Zuana-zzi, da DuPont –, que promoveram oficinas sobre responsabilidade social e Lei do Aprendiz, para auditórios lotados de jovens.

O apoio da United Way se deu a partir da formação de um comitê composto pelos diretores John Jansen (DuPont), Mark Vogt e Patrícia Loyola (PricewaterhouseCoopers), Patricia Paschoali (Nalco), Marcelo Junho (Rohm and Haas), Carla Fernandes e Ricardo Chen (Morgan Stanley). Entidades públicas, como a Subprefeitura de São Mateus, e privadas (Rotary Club, Clube dos Lojistas, Ibram, Clínica Soler, Mega Byte, Eco Urbis, Faculdade União e Faculdade Santa Izildinha) montaram estandes para divulgar produtos e ações sociais que beneficiam a população local. A Rede de Responsabilidade Social – O Jovem em Primeiro Lugar e a United Way já trabalham na segunda edição da Foco, que ocorrerá em março de 2009.

Prêmio desafia jovens a estruturar pequenas empresas

Em **8 de março** aconteceu a cerimônia do Prêmio Agindo Juntos 2007, que a United Way Brasil promove anualmente para estimular o trabalho criativo dos jovens e de suas respectivas ONGs. As equipes de projetos apoiados concorreram com Planos de Negócios elaborados para empreendimentos juvenis, com foco na geração de renda e qualificação profissional.

A premiação foi realizada na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), em São Paulo (SP). Na banca de seleção, estavam a professora Paula Calil, representante da ESPM, Markus Brose, diretor executivo da Care Brasil, Jéferson Marques, do Integrare - Centro de Integração de Negócios, além de integrantes da United Way – o conselheiro John Julio Jansen (DuPont) e o presidente Mark Vogt (PricewaterhouseCoopers).

Planos concorrentes:

Lua Nova - “Panificadora Lua Crescente”

A proposta prevê a criação de uma padaria-buffet comunitária para oferecer novas possibilidades de trabalho e geração de renda às jovens mães beneficiadas pela instituição, em Sorocaba (SP).

Pró-Morato - “Pastelão do Cris”

Trata-se de um comércio de venda de pastéis doces e salgados, de diversos sabores, em Francisco Morato (SP).

Obra do Berço - “Gênio Arte - Empreendendo Renda”

Objetiva divulgar a arte à comunidade, por meio do grafite, em casas e muros do bairro do Campo Limpo, em São Paulo (SP).

CPA (Centro de Profissionalização de Adolescentes Padre Bello) - “Cine Matheus”

A meta é envolver jovens e adolescentes da região de São Mateus, na zona leste de São Paulo (SP), na produção e projeção de curtas-metragens.

Unas (União de Núcleos, Associações e Sociedades dos Moradores de Heliópolis e São João Clímaco) - “Escola de Moda Jovem”

A escola busca criar uma grife em Heliópolis, na zona sul de São Paulo (SP), com preços acessíveis, promovendo a geração de renda e a formação de jovens empreendedores.

Aldeia Futuro - “NC Produções”

O projeto visa capacitar os jovens da comunidade de Americanópolis, na zona sul de São Paulo (SP), para o mercado audiovisual, criando curta-metragens sobre o dia-a-dia vivido por eles. O projeto Panificadora Lua Crescente, da Lua Nova, foi o vencedor e ganhou R\$ 2500. O segundo lugar ficou com o Cine Matheus, que levou o prêmio de R\$ 1500. Pelas regras da competição, os valores devem ser investidos nos projetos.

Parceria com site ajuda na conquista de emprego

No mês de março, a United Way firmou parceria com o site Vagas que, sem qualquer custo, passou a oferecer aos jovens ligados a projetos apoiados suas ferramentas de recrutamento eletrônico. O serviço ficou disponível durante a Foco (leia notícia aqui) e mais de 900 jovens, integrantes de entidades da região de São Mateus (SP) já se cadastraram.

O site facilita o acesso das empresas ao perfil dos jovens profissionais, que podem incluir seu currículo gratuitamente nessa vitrine. O acesso à comunidade do Vagas é aberto a qualquer companhia interessada em contratação. Além disso, por meio deste recurso eletrônico, a própria United Way Brasil pode acompanhar a inserção dos jovens no mercado de trabalho.

Todo ano, a United Way capacita adolescentes entre 15 e 21 anos, em áreas variadas como tele-atendimento, marcenaria, serralheria, mecânica industrial e de autos, manutenção de micros, moda e estética. Os jovens interessados em utilizar o recurso devem enviar e-mail para a United Way: comunicacao@unitedwaybrasil.org.br.

Uma semana para ser solidário

Reserve sua agenda e prepare seu espírito colaborativo: entre os dias 6 e 13 de setembro, será realizada a Semana Caminhando Juntos. Esse é o principal evento de voluntariado que a United Way Brasil (UWB) promove anualmente desde 2002.

Até 2007, as ações ocorriam durante um único dia (daí o nome anterior Um Dia Caminhando Juntos). Neste ano, o desafio cresceu, e os eventos estão distribuídos em oito dias de ações sociais, em que os funcionários das empresas associadas da UWB serão convidados a vestir a camisa do voluntariado.

“Nossa meta é reunir mais de 1.000 voluntários”, afirma Paula Crenn Pisaneschi, coordenadora de voluntariado da UWB. Segundo ela, no evento de 2007, cerca de 400 pessoas se voluntariaram para trabalhar. Como se espera que o número mais que dobre neste ano, a lista de atividades também crescerá. “Estão previstas campanhas de arrecadação de livros, alimentos, doação de sangue; pintura e reforma de organizações sociais; palestras sobre saúde; oficinas de vídeo, origami, grafite, gestão de RH; painel de profissões e até customização de roupas”, explica Paula.

Ônibus para transporte

O objetivo da semana é integrar jovens de ONGs apoiadas e voluntários das empresas em prol da cidadania e da qualidade de vida. Cada associada da UWB será responsável por uma ou mais ações. As campanhas de arrecadação acontecerão apenas dentro das empresas. As demais atividades ocorrerão nas sedes das entidades apoiadas. Haverá ônibus para levar os voluntários até as ONGs.

No ano passado, mais de 11 mil pessoas foram beneficiadas. Em 2008, participarão as seguintes organizações: Aldeia do Futuro (Americópolis - SP), Associação Cultural Comunitária Pró-Morato (Francisco Morato - SP), Associação Emaús (Suzano - SP), Associação Programa Educar (bairro do Brooklin, em São Paulo), Casas do Amparo (Butantã - SP) Fundação Julita (Jardim São Luiz, em São Paulo), JAM - Jacareí Ampara Menores (Jacareí - SP), Lar do Caminho (Juquitiba - SP), Programa Social Gotas de Flor com Amor (bairro do Brooklin, em São Paulo), e Unas – União de Núcleos, Associações e Sociedades dos Moradores de Heliópolis e São João Clímaco (bairro de Heliópolis, em São Paulo).

Como participar

Quem quiser se engajar na Semana deve procurar o representante de sua empresa (veja relação abaixo) ou entrar em contato com a UWB pelo telefone (11) 3845-1170.

Baxter - Evelyn Katz, Cinthia Magalhães e Simone Tcherniakovsky

DuPont - Adriana Graças Santos, Flavia Zuanazzi e Talita Itabaiana

Intel - Rosângela Melatto

Morgan – Carla Fernandes

Nalco – Daniel Nunes

Pinheiro Neto - Marcio Ramos e Rosário Vilas

PricewaterhouseCoopers – Tatiana Lima e Kleber Silva

Procter & Gamble – Michele Colombo

Rohm and Haas- Paula Raya e Jonadabe Santos