



INSTITUTO
ETHOS

EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL

BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

2ª Edição

O QUE AS
EMPRESAS
PODEM FAZER
PELA

CRIANÇA
E PELO
ADOLESCENTE

INSTITUTO
ETHOS

EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL
BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

O QUE AS
EMPRESAS
PODEM FAZER
PELA
CRIANÇA
E PELO
ADOLESCENTE



O que as Empresas podem fazer pela Criança e pelo Adolescente
é uma publicação do Instituto Ethos e da Fundação Abrinq,
distribuída gratuitamente a seus associados e parceiros.

Realização

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança

Agradecimento

Aos patrocinadores que viabilizaram a produção desta publicação

Abecitrus, BM&F, Santista Têxtil

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

Rua Francisco Leitão, 469 – 14º andar – Conj. 1407 – Pinheiros

05414-020 – São Paulo – SP

Tel./Fax: (0xx11) 3068-8539

e-mail: ethos@ethos.org.br

<http://www.ethos.org.br>

Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança

Rua Lisboa, 224 - Jd. América

05413-000 - São Paulo - SP

Tel./Fax: (0xx11) 881-0699

e-mail: info@fundabrinq.org.br

<http://www.fundabrinq.org.br>

ISBN: 85-88046-01-9 e 85-88060-01-9

**Proibida a reprodução total ou parcial desta publicação
sem o prévio consentimento, por escrito, do Instituto Ethos ou da Fundação Abrinq.**

Tiragem 2ª edição: 2.000 exemplares

São Paulo, outubro de 2000

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO

7

PRIMEIRA PARTE

DEZ ANOS DO ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE: AVANÇOS E DESAFIOS

1. A Implementação do Estatuto da Criança e do Adolescente

1.1. Garantia de direitos no Estatuto
da Criança e do Adolescente 11

1.2. Dez anos de Estatuto: alguns avanços e muito por fazer 13

2. Avanços na Mobilização Empresarial

2.1. Engajamento empresarial pela infância 16

2.2. Trabalho infantil e crescimento da ação
das empresas em prol da criança e do adolescente 18

2.3. Ações integradas contra o trabalho infantil 21

SEGUNDA PARTE

COMO AGIR — ESTRATÉGIAS PARA A AÇÃO SOCIAL EMPRESARIAL EM DEFESA DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE

3. Desenvolvendo Ações Sociais para a Criança e o Adolescente

3.1. Parâmetros gerais 25

3.2. Utilizando as competências técnicas,
tecnológicas e gerenciais 26

3.3. Voluntariado corporativo:
engajando público interno e externo 28

3.4. Engajando fornecedores	32
3.5. Participando na comunidade em que a empresa está inserida	34
3.6. Gerando recursos e financiando projetos	36
3.7. Mantendo projetos próprios: fundações, institutos e áreas sociais na empresa	38
3.8. Conscientização e informação da sociedade	40
<hr/>	
4. Políticas Públicas	
<hr/>	
4.1. Protagonismo Social e Financiamento de Conselhos de Direitos	44

TERCEIRA PARTE

O QUE FAZER

PROJETOS SOCIAIS VOLTADOS PARA A CRIANÇA E O ADOLESCENTE

5. Investindo em Projetos Sociais para a Infância e Adolescência

5.1. Educação infantil	51
5.2. Ensino fundamental e médio	53
5.3. Bolsa-escola	59
5.4. Complementação à escola (cultura, esportes, lazer etc.)	62
5.5. Formação profissional do adolescente	65
5.6. Medidas socioeducativas	68
5.7. Crianças com necessidades especiais	70
5.8. Abrigos	73
5.9. Saúde e agentes comunitários	75

O QUE ESTÁ DANDO CERTO

Centro de Educação Complementar-CEC/Fundecitrus	20
Instituto de Moléculas Oculares-IMO/Fotóptica, New Vision/Sudop/Visiolens	27
Criança é Vida/Schering Plough	31
Instituto Pró-Criança	33
Usina Brasilândia-Debrasa	35
A Hora da Criança/Danone	37
Associação Profissionalizante BM&F	39
Organizações Globo	43
Programa de Apoio aos Conselhos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente/Fundação Telefônica	47
Cidadãos do Amanhã/Fundação Belgo-Mineira	48
Associação das Mulheres pela Educação-AME/Centro de Educação Popular da Comunidade Nossa Senhora Aparecida	52
Programa Crer Para Ver	56
Programa Itaú Social	57
Missão Criança	60
Casa do Zezinho	63
Fiat para os Jovens	64
Fundação Projeto Pescar	67
Pólo de Liberdade Assistida Comunitária	70
Rede Saci	72
Lar de Infância de Nice	74
Einstein na Comunidade	77
Instituto Ronald McDonald	78

ÍNDICE REMISSIVO DE EMPRESAS, ENTIDADES EMPRESARIAIS E ENTIDADES SOCIAIS	80
---	-----------

BIBLIOGRAFIA	82
---------------------	-----------

APRESENTAÇÃO

Este manual apresenta, de forma prática e concisa, as possibilidades de ações empresariais que possam contribuir para a proteção e o desenvolvimento de nossas crianças e adolescentes.

Sua maior ambição é ser um instrumento que facilite o exercício da cidadania empresarial. Sua elaboração foi fruto do esforço conjunto do **Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social** e da **Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança**.

O texto uniu as missões institucionais das duas entidades: de um lado, o estímulo à responsabilidade social do empresariado e, do outro, a busca contínua da melhoria da qualidade de vida de nossas crianças e adolescentes, visando garantir sua dignidade e cidadania.

Nossa expectativa é que este desenho dos possíveis caminhos de atuação seja mais um passo rumo à transformação pela qual as empresas e todos os que se sentem comprometidos com a causa da infância e da adolescência têm lutado: vida digna para as mais jovens gerações de brasileiros.

São Paulo, setembro de 2000.

Instituto Ethos
de Empresas e Responsabilidade Social

Fundação Abrinq
pelos Direitos da Criança

PRIMEIRA PARTE

**DEZ ANOS DO
ESTATUTO DA
CRIANÇA E DO
ADOLESCENTE:
AVANÇOS E
DESAFIOS**

Implementação do Estatuto da Criança e do Adolescente

1.1.

Garantia de direitos no Estatuto da Criança e do Adolescente

O marco inicial de uma nova abordagem para a garantia dos direitos das crianças e adolescentes no Brasil foi estabelecido no dia 16 de julho de 1990, quando foi promulgada a Lei nº 8.069, o Estatuto da Criança e do Adolescente, ECA.

O Estatuto aplicou os Direitos Humanos à situação das crianças e adolescentes. Em primeiro lugar, reconheceu seu **direito à proteção integral** (ECA, artigo 1º).

A partir daí o Estatuto reconheceu que crianças e adolescentes são detentores dos mesmos **direitos fundamentais** dos adultos (ECA, artigo 3º), assegurando por lei todas as oportunidades e facilidades para seu desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social, em condição de liberdade e dignidade.

O Estatuto determinou ainda que crianças e adolescentes têm **direito à prioridade absoluta**, isto é, primazia na proteção e socorro, precedência no atendimento e preferência nas políticas sociais públicas (ECA, artigo 4º), e determinou que a responsabilidade pelo cumprimento da lei é da família, da sociedade e do Estado, que estão obrigados a assegurar os direitos das crianças e adolescentes à vida, saúde, alimentação, educação, esporte, lazer, profissionalização, cultura, dignidade, respeito, liberdade e convívio familiar e comunitário (idem).

Finalmente, o Estatuto estabeleceu que **qualquer atentado, por ação ou omissão, aos direitos estabelecidos em lei deve ser punido** (ECA, artigo 5º) e reconheceu **a condição peculiar da criança e do adolescente como pessoas em desenvolvimento** (ECA, artigo 6º).

Entre as características peculiares da criança e do adolescente levadas em conta no estabelecimento destas salvaguardas legais estão:

¹ Documento promulgado em 1989 pela Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas, reconhece e dispõe sobre os direitos fundamentais da criança e do adolescente; estabelece princípios para orientar ações em favor da criança no mundo todo; e recomenda parcerias entre nações e cooperação internacional para garantir a primazia dos direitos da criança.

1. o desconhecimento, total ou parcial, dos próprios direitos;
2. a incapacidade, total ou parcial, de defenderem ou exigirem o cumprimento destes direitos, quando violados ou não atendidos; e
3. a incapacidade de proverem por si às próprias necessidades básicas.

Os princípios do Estatuto reportaram-se ao que havia de melhor, na época, em direito internacional de proteção à infância e juventude. Na mesma época o Brasil tornou-se signatário da Convenção Internacional dos Direitos da Criança da ONU.¹

As conseqüências deste texto legal foram além do jurídico, do político e do social: mudaram os conceitos com que a infância e a juventude eram vistas e pensadas no país.

Antes do ECA, de fato, vigorou a concepção do *menor carente ou delinqüente*, respaldada no Código de Menores e nas políticas dele derivadas.

Era uma definição inadequada, incorporada preconceituosamente ao senso comum, de uma visão do *menor* como uma criança ou adolescente pobre, geralmente de cor negra e tido como perigoso.

Era a chamada doutrina da situação irregular, fundamentada na idéia de que o Estado devia “corrigir” eventuais “desvios” do comportamento individual.

Assim, crianças ou adolescentes que por algum motivo precisavam ficar sob a tutela do Estado (a exemplo dos jovens infratores) eram vistos como objetos de medidas judiciais que, muitas vezes, não passavam de práticas meramente punitivas e repressoras.

Os infratores eram enquadrados nas chamadas leis de controle social da infância. Exceções à parte, antes do ECA era essa a política de proteção dispensada às nossas crianças.

Depois do Estatuto, foram estabelecidas, na esfera jurídica, garantias processuais para crianças e adolescentes em conflito com a lei (como presença de advogados etc.).

Com a garantia legal de não serem mais objetos passivos de intervenção por parte do Estado, da família e da sociedade, os adolescentes e as crianças deixaram também de ser simples portadores de necessidades. “Este salto das necessidades aos direitos” foi “...a pedra angular tanto do novo Direito, como das políticas públicas e da prática social destinadas a implementá-lo”.²

Os novos conceitos também estimularam um reordenamento nas instituições que trabalhavam com crianças e adolescentes, pois **se estes são sujeitos de direitos, então tais direitos podem ser exigidos com base na lei!**

² “Uma lei e várias revoluções”, artigo de Antônio Carlos Gomes da Costa, s/d. O prof. Gomes da Costa é um estudioso das questões da infância e adolescência, consultor externo do Unicef e OIT e membro do Conselho Consultivo da Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança e Instituto Ayrton Senna.

Assim, a competência da gestão da ação social da União, dos estados e dos municípios foi redividida, surgindo também relações entre o Estado e a sociedade visando assegurar a proteção integral, tornada obrigatória.

A principal meta foi estimular a participação cidadã na administração das políticas públicas.

Nos três níveis de governo (federal, estadual, municipal) foram criados **conselhos de Direitos da Criança e do Adolescente**, órgãos paritários do Estado e da sociedade, com poder de decisão sobre as políticas públicas em prol da infância e da juventude.

Na esfera municipal recomendou-se também a criação de **conselhos tutelares**, órgãos de supervisão e fiscalização da execução dessas políticas públicas.

O reordenamento institucional do Estatuto desdobrou-se em políticas sociais básicas, programas supletivos de assistência social, serviços de prevenção e atendimento médico e psicossocial a crianças e jovens vitimizados, serviços de localização de pais, crianças e adolescentes desaparecidos e proteção jurídico-social a cargo de organizações de defesa da criança e do adolescente (ECA, artigo 87). Essas novas linhas de atendimento concretizaram o novo direito.

Evidentemente, a lei não resolveu, num passe de mágica, os problemas concretos das crianças e adolescentes. Porém garantiu seus direitos.

Assim, tanto na garantia dos direitos sociais (dignidade, educação, saúde etc.) como nas situações de conflitos com a lei, o Estatuto da Criança e do Adolescente deu, pela primeira vez, a seus beneficiários, o *status* de sujeitos de direitos exigíveis com base na lei.

1.2.

Dez anos de Estatuto: alguns avanços e muito por fazer

Embora o texto do Estatuto contemple avanços jurídico-sociais, sua materialização ainda está muito distante.

Tomando como paradigmas os estudos do professor Antônio Carlos Gomes da Costa, pode-se fazer um balanço dos pontos positivos e negativos na situação dos direitos da infância pós-Estatuto da Criança e do Adolescente.

Começando pelos órgãos de decisão e fiscalização das políticas públicas em prol da infância, os conselhos de direitos e tutelares, verifica-se sua presença na União, nos estados e nos municípios, mas em número ainda insuficiente, e muitas vezes sem conseguir cumprir suas funções legais.

Nesses conselhos falta capacidade técnica e cultura de participação, assim como falta, em muitas prefeituras, empenho em apoiar formas de democracia participativa. Embora o movimento social em prol de crianças e adolescentes continue ativo, aumentando gradualmente, as resistências de certos governos locais e estaduais quanto à participação e à transparência na administração pública não foram superadas.

Um ponto positivo foi a extinção da Funabem, órgão executivo da Política Nacional de Bem-Estar do Menor. Mas a velha doutrina da situação irregular sobrevive na Febem e em outros órgãos e gera confrontos e rebeliões. Apesar de as crianças em situação de risco e de os adolescentes em conflito com a lei poderem contar com a defesa técnica de advogados assegurada pelo Estado (a Defensoria Pública), este é ainda o elo mais fraco na gestão da justiça especial para adolescentes, o que põe em risco suas garantias processuais. Outra questão: embora as ameaças de recuo na legislação de proteção das crianças e jovens — especialmente projetos que propõem políticas mais repressivas e a diminuição da maioridade penal — não tenham sido capazes de gerar nenhum resultado prático, elas prosseguem, intensas.

No entanto, a divisão das tarefas do trabalho social e dos recursos entre a União, os estados e os municípios também precisa de ajustes. Os municípios vêm assumindo, como nunca até então, programas para a população infanto-juvenil, incluindo ações em favor dos grupos mais vulneráveis, porém se vêem obrigados a lutar contra a falta de recursos orçamentários, principalmente nas cidades menores.

Ao lado da escola, a família também está sendo alvo de certas políticas sociais, como programas de saúde, projetos de participação de pais na gestão escolar e programas de renda familiar mínima, porém todos ainda são muito restritos. Escreve-se, publica-se, discute-se e capacita-se gente para promover e defender os direitos infanto-juvenis, mas muitos programas e ações interessantes ficam restritos à escala de testes, devido à penúria econômica. Ações de organismos do Terceiro Setor ligados ao empresariado ampliaram essas possibilidades, mas em proporção insuficiente face à demanda.

Apesar de tudo, indicadores de saúde e educação melhoram continuamente, mas muitos dos programas não adotam a perspectiva do Estatuto da Criança e do Adolescente (proteção integral, prioridade absoluta, responsabilidade social, condição peculiar) por não perceber o quanto isso poderia alavancar sua ação. A luta pela erradicação do trabalho infantil está mobilizando intensamente alguns segmentos sociais, mas os números da exploração deste tipo de mão-de-obra são ainda imensos.

Na mídia, cresce a preocupação de adequar as abordagens infanto-juvenis ao Estatuto, mas focos de sensacionalismo retrógrado persistem, em especial na TV.

Finalmente, o Estatuto influenciou o surgimento de legislações semelhantes em mais de quinze países da região, mas a situação da infância no continente permanece dramática.

Em resumo, passados dez anos da promulgação do Estatuto — e apesar de alguns avanços positivos e significativos — **não se conseguiu ainda diminuir drasticamente os níveis de mortalidade infantil, desnutrição, miséria, ausência de escolaridade e demais condições negativas da qualidade de vida da criança e do adolescente brasileiros**. Infelizmente, não há motivos para comemorações.

As soluções passam pela existência de políticas públicas coerentes com o Estatuto e pela definição de orçamentos públicos capazes de garantir sua implementação, formas concretas de universalizar o atendimento das crianças e adolescentes.

Sem a participação cidadã na definição das prioridades orçamentárias, o estigma pelo qual nenhum período de nossa história contemplou políticas públicas para todas as crianças tende a prosseguir.

Alguns poucos dados relativos ao Brasil, extraídos do Relatório 2000 do Unicef sobre a Situação Mundial da Infância, traduzem o problema:

- 1. a cada mil crianças brasileiras, 42 morrem antes de completar cinco anos de idade, e dessas, 36 antes de completar um ano de idade, num total de 140 mil óbitos anuais;
- 2. mais de 297 mil crianças nascem, a cada ano, com peso abaixo do normal;
- 3. 29% de todos os alunos inscritos no ensino fundamental não chegam à 5ª série; e
- 4. 400 mil crianças entre cinco e nove anos de idade e 2,5 milhões entre dez e catorze anos trabalham, mais de 60% delas como mão-de-obra em atividades agrícolas pesadas (dados do PNAD 98).

É em função das atrozidades carências e desigualdades existentes em nosso país que a responsabilidade social empresarial tem uma enorme relevância. A sociedade brasileira espera que as empresas cumpram um novo papel no processo de desenvolvimento social: que sejam agentes de uma nova atitude e uma nova cultura, contribuindo para a transformação e a criação de uma sociedade mais justa e melhor para todos.

2

Avanços na Mobilização Empresarial

2.1.

Engajamento empresarial pela infância

Idéias arraigadas sobre a infância e a juventude começaram a mudar, na década de 90, com a ratificação da Convenção Internacional dos Direitos da Criança, a aprovação do Estatuto da Criança e do Adolescente e a adoção do Programa Internacional de Eliminação do Trabalho Infantil pela Organização Internacional do Trabalho.

A difusão dessas visões diferenciadas acabou por influenciar tanto o grande público consumidor quanto uma parte dos empresários. A princípio, o que chamou a atenção desse segmento foram os problemas emergenciais da infância brasileira.

Com o fim da censura, na década de 80, inúmeros temas, cuja dimensão tinha permanecido semi-oculta nos anos anteriores, puderam ser debatidos. A grave situação em que se encontrava a maioria das crianças do país veio à tona.

As denúncias sobre violações de direitos básicos, a crescente visibilidade dos chamados “meninos de rua”, as rebeliões violentas em unidades de internação consideradas “presídios infantis” e a repercussão de relatórios do Unicef sobre as ameaças à qualidade de vida das crianças estão entre os fatos que mais contribuíram para sensibilizar lideranças empresariais.

Para isso foi essencial também o papel da mídia, no Brasil e no exterior, repercutindo as denúncias e mobilizando a opinião pública.

Foi o momento da informação, da divulgação e da conscientização. No fim dos anos 80 a sociedade brasileira se dava conta, por exemplo, de que dezenas de milhões de crianças não tinham lazer, educação, alimentação regular, moradia ou higiene adequadas, e eram vítimas de vários tipos de violência. Na faixa dos sete aos dezessete anos de idade, o analfabetismo atingia alguns milhões, e centenas de milhares de crianças morriam antes de completar cinco anos.

Tão grave era a situação da infância brasileira, que propostas de ajuda logo conquistaram a simpatia de setores empresariais.

Um consenso foi surgindo: se, de um lado, era intolerável esperar passivamente pelas soluções oficiais, do outro era possível passar imediatamente à ação e fazer algo concreto, sem demora.

Por trás dessa postura é possível perceber o surgimento de um conceito essencial para a causa da criança e do adolescente brasileiros: **o de que a responsabilidade por eles não é só “assunto governamental”, mas de toda a sociedade!**

Estatuto da Criança e do Adolescente - Artigo 4º

“É dever da família, da comunidade, da sociedade em geral e do Poder Público assegurar, com absoluta prioridade, a efetivação dos direitos referentes à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao esporte, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária”.

Os empresários que concordaram com esse conceito adquiriram uma nova consciência, que valorizou a responsabilidade social, a cidadania e a solidariedade como bases para uma mobilização em prol da infância.

A inovação consistiu no fato de que essa parcela do empresariado deixou de se sentir chamada à mera filantropia individual, em função de suas possibilidades financeiras isoladas.

Esses empresários adotaram a proposta de participar, como cidadãos, de um esforço coletivo em favor das crianças e adolescentes em situação de risco, **disponibilizando meios e recursos a serviço da causa comum: a criança brasileira.**

2.2.

Trabalho infantil e crescimento da ação das empresas em prol da criança e do adolescente

Pouco depois do início desse novo engajamento empresarial ocorrido nos anos 90, surgiu a percepção de que só ações emergenciais não alcançariam a meta de mudanças permanentes e positivas na qualidade de vida da infância e da juventude.

Líderes empresariais discutiram os problemas básicos da infância brasileira, entre eles um dos mais arraigados: o trabalho infantil.

Essa prática degradante era bastante tolerada com base em alguns mitos:

- 1. o da necessidade do trabalho infantil pela suposta ajuda que a criança traria à sobrevivência da família;
- 2. o dos supostos benefícios do trabalho infantil, que tornaria as crianças mais espertas e aptas a vencer profissionalmente quando adultas; e
- 3. o da nobreza do trabalho infantil, que afastaria as crianças do crime (sobretudo roubo e prostituição).

Mas a análise tornou evidente a fragilidade desses argumentos.

Em primeiro lugar é evidente que a família deve amparar a criança e não o contrário, e que se ela não tem condições para tanto, a responsabilidade passa a ser do Estado, jamais das próprias crianças.

Em segundo lugar, trabalho precoce e árduo não é estágio necessário para uma vida bem-sucedida, já que ocorre o oposto: falta de escola e de tempo livre extinguem a imaginação criativa e as potencialidades da criança.

Por fim, a marginalidade não é alternativa ao trabalho infantil, argumento que se costuma utilizar, de forma equivocada, para justificar a ocupação “profissional” de crianças. Ao contrário, pode-se tornar seu complemento, ao expor essas crianças a cenários degradantes, sem as alternativas reais: escola, família, cultura e lazer.

Convencida destes argumentos, a parcela mobilizada do empresariado passou à ação. Em meados dos anos 90, a Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança, instituição criada por empresários da indústria de brinquedos e depois aberta a toda a comunidade empresarial, junto com a revista *Atenção!*, protagonizou uma série de denúncias históricas do trabalho infantil que conquistou apoio em todo o país e no exterior.

Foram levantadas e publicadas listas de grandes corporações brasileiras e multinacionais que, indiretamente, beneficiavam-se com a exploração da mão-de-obra infantil e lucravam com ela.

As atividades econômicas que usavam insumos de exploradores da mão-de-obra infantil, como montadoras de automóveis e siderúrgicas, refinarias de combustível, fábricas de sapatos etc. foram denunciadas.

Depois disso, em todos esses setores firmaram-se acordos e pactos que representaram a formalização do compromisso de setores produtivos em (i) não utilizar o trabalho de crianças e (ii) desenvolver ações para que isso não ocorresse em toda a sua cadeia produtiva.

Compromissos e pactos contra o trabalho infantil

Os principais comprometimentos de empresas ou grupos de empresas foram: o Pacto dos Bandeirantes, de abril de 96, firmado no sentido de eliminar o trabalho infantil do setor sucro-alcooleiro de São Paulo (replicado depois nos estados de Goiás, Pernambuco — com o Pacto Paulo Freire —, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Paraná e Alagoas); o Pacto de Araraquara e a Carta de Bebedouro abolindo a mão-de-obra infantil da cadeia do plantio e processamento da laranja; o Pacto de Franca, que se voltou para o setor calçadista; o Pacto do Setor Fumageiro, que abrangeu as culturas de tabaco do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul; e as Cartas de Compromisso firmadas pelas montadoras General Motors, Volkswagen, Ford, Mercedes-Benz e pela Metalúrgica Mannesmann.

Hoje em dia, as empresas podem escolher, num “cardápio” muito extenso e diversificado de atividades sociais, quais as que melhor se encaixam em seus perfis, interesses e possibilidades.

O Programa Empresa Amiga da Criança, criado pela Fundação Abrinq, é um reconhecimento a essa atuação social com foco na infância e adolescência, desde que a empresa também se comprometa oficialmente a não usar mão-de-obra infantil, a difundir esta

prática entre seus fornecedores e a apoiar ou desenvolver projetos ou programas em prol da infância e da juventude. Ao ser certificada, a empresa pode passar a usar, em seu *merchandising*, o selo Empresa Amiga da Criança, que estimula os consumidores a agregar às suas compras uma escolha de consciência, o ato solidário em defesa das novas gerações.

Atualmente existem cerca de 1800 empresas que fazem uso deste selo, financiando e sustentando grande variedade de programas ou ações em favor da infância e da adolescência.

Nesta publicação apresentaremos apenas alguns exemplos, uma amostra do que a vontade empresarial de apoiar a infância e a juventude pode fazer, se mobilizada. Cada empresa, com sua cultura e *expertise*, conhece melhor que ninguém suas possibilidades.

Um primeiro exemplo do poder e alcance desta combinação de competências é o do **Fundo Paulista de Defesa da Citricultura — Fundecitrus**, instituição do setor citrícola do Estado de São Paulo e Sul de Minas Gerais, formada por 19 mil citricultores e onze indústrias processadoras de suco.

Estudando o Tempo Todo com Ajuda das Empresas

Na colheita da laranja era utilizada, tradicionalmente, a mão-de-obra infantil. A atividade era tão agressiva que as crianças chegavam a perder as impressões digitais, corroídas pelo contato constante com o ácido cítrico.

No início da década de 90 muitos laranjais ainda empregavam crianças. As indústrias produtoras e exportadoras de suco de laranja não usavam diretamente a mão-de-obra infantil, mas assumiram a responsabilidade de, junto com os produtores, tirar as crianças da cadeia produtiva.

Em 1996 a Associação Brasileira de Exportadores de Sucos Cítricos — Abecitrus — firmou, em nome dos fabricantes de suco, o Pacto de Araraquara, com o compromisso de não comprar matéria-prima de produtores que usassem trabalhadores-mirins nas plantações. Pelo mesmo Pacto ficou acertado que seriam promovidas atividades para tirar as crianças do campo e assegurar sua permanência na escola.

A tarefa foi confiada pelos empresários do setor ao Fundecitrus. Criado em 1977 para preservar o parque citrícola do Sudeste brasileiro, o órgão já financiava pesquisas, dava assistência a agricultores e monitorava as plantações. Assim poderia se tornar o fiscal ideal da não-utilização do trabalho infantil nos laranjais, atribuição que assumiu prontamente.

Indo além da tarefa fiscalizadora, porém, o Fundecitrus investiu na formação e no reforço escolar das crianças da área rural. Observando *in loco* que uma das principais razões que levavam os meninos ao campo era a ausência de atividades alternativas nos períodos sem aulas regulares, a instituição lançou o programa **Centro de Educação Complementar — CEC**.

Cada CEC deveria funcionar o ano inteiro, inclusive nas férias, dando atendimento para as crianças em período integral.

Estabelecendo uma parceria com as prefeituras da região citrícola, o Fundecitrus já construiu e equipou dois CECs.

O primeiro surgiu em Araraquara, em agosto de 1997, e o segundo em Itápolis, em junho de 1999. Atendem 650 estudantes entre sete e catorze anos de idade, em horários opostos àqueles em que freqüentam as aulas. A única exigência para a participação das crianças é que estejam matriculadas na escola pública.

Os centros oferecem ensino de qualidade e assistência integral, com oficinas multidisciplinares e outras ações complementares à escola. As atividades visam despertar a criatividade e o interesse pela arte, além de conhecimento e lazer. A educação complementar também combate a evasão e reforça o desempenho escolar. A oferta inclui oficinas de relações interpessoais, redação, organização do cotidiano, expressão, música e canto, recreação e jogos, além de apoio às tarefas escolares.

As parcerias com as prefeituras, as indústrias de suco e os citricultores foram essenciais para a implantação dos CECs. Em Araraquara, o Fundecitrus reformou um prédio próprio de 800 m²; as indústrias Bascitrus, Cargill, Cutrale, Coinbra-Frutesp, Citrovida e Citrosuco equiparam as oficinas e a Prefeitura forneceu a contratação dos funcionários e a merenda.

Em Itápolis, o prédio, também de 800 m², foi construído pelo Fundecitrus num terreno da Prefeitura. A Cutrale equipou todas as oficinas. Cada CEC é administrado por um conselho gestor formado por representantes da Prefeitura, do Fundecitrus e dos pais dos alunos. Construir e equipar cada um dos centros custa cerca de 290 mil reais, sendo que sua manutenção consome, aproximadamente, 20 mil reais por ano.

A obra do Fundecitrus, fiscalizando o cumprimento das cláusulas de proibição do trabalho infantil e criando um projeto propositivo de melhoria das condições de vida das crianças e adolescentes, assumindo as construções de centros educativos e estabelecendo parcerias com outros atores sociais, é um exemplo típico de como e por onde crescem, hoje, ações conjuntas do empresariado em prol da infância.

O programa dos CECs, em função de suas qualidades de investimento e articulação, foi um dos vencedores do Prêmio Criança de 1999.³

Fundecitrus: (0xx16) 620-7015 / www.fundecitrus.org.br

³ Entregue anualmente pela Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança, o **Prêmio Criança** é um estímulo e reconhecimento às instituições e personalidades que criam, sustentam e fazem crescer, em todo o Brasil, projetos exitosos e exemplares voltados para a melhoria da qualidade de vida da criança e do adolescente.

2.3.

Ações integradas contra o trabalho infantil

A mobilização empresarial contra o trabalho infantil foi um dos apoios políticos que fez surgir o **Fórum Nacional de Prevenção e Erradicação do Trabalho Infantil**.

O Fórum reúne representantes de todos os níveis de governo, de ONGs, de trabalhadores e de empresários. Além de levar o debate sobre a criança trabalhadora a todo o país, o Fórum criou e coordena o **Programa de Ações Integradas — PAI**.

A idéia do PAI foi a de coordenar uma série de ações conjuntas dos governos federal, estaduais e municipais, de empresas, sindicatos e ONGs, em áreas de grande incidência de exploração da mão-de-obra infantil, no sentido de tirar as crianças do trabalho e encaminhá-las às escolas.

A mais importante dessas ações, base do PAI, é a concessão de um auxílio financeiro às famílias, em troca do compromisso de manter seus filhos estudando. É o chamado Programa de Renda Mínima ou Bolsa-Escola.

Os setores produtivos e regiões que o Fórum priorizou inicialmente, pela alta incidência de trabalho infantil, foram a produção de carvão vegetal, no Mato Grosso do Sul, a cultura e o beneficiamento do sisal, na Bahia, e a cultura da cana-de-açúcar, em Campos, no Rio de Janeiro, e na Zona da Mata, em Pernambuco.

Na primeira Ação Integrada, verbas federais foram solicitadas por ONGs e instituições empresariais integrantes do Fórum, as quais foram destinadas às famílias dos trabalhadores-mirins das carvoarias do Mato Grosso do Sul.

Os governos do estado e dos municípios da região carvoeira disponibilizaram escolas e fiscalizaram a presença e a assiduidade das crianças às aulas.

Os resultados dessa experiência-piloto feita no sentido de diminuir o trabalho infantil foram estimulantes e, a partir dela, surgiu o **Programa de Erradicação do Trabalho Infantil** do governo federal que, integrado ao Fórum de Erradicação, tem como objetivo financiar bolsas-escolas em várias regiões do país. Apesar de algumas aplicações bem-sucedidas, o programa federal ainda está muito longe de erradicar por completo o trabalho infantil no Brasil.

É essencial que todos os parceiros do Fórum atuem em conjunto para que o PAI seja bem-sucedido: o governo federal cede os recursos para o pagamento das bolsas; os governos estadual e municipal das áreas beneficiadas cadastram as famílias, disponibilizam as escolas e fiscalizam a presença das crianças; ONGs, empresas e sindicatos auxiliam com programas de apoio, sustentam politicamente o Fórum, financiam estudos e pesquisas e pressionam no sentido de ampliar sua esfera de ação.

No final de 1998, o número de crianças atendidas pelo Programa de Ações Integradas em todo o país chegou a 117 mil.

SEGUNDA PARTE

COMO AGIR
ESTRATÉGIAS PARA
A AÇÃO SOCIAL EMPRESARIAL
EM DEFESA DA
CRIANÇA E DO ADOLESCENTE

Desenvolvendo Ações Sociais para a Criança e o Adolescente

3.1. Parâmetros gerais

Entre os novos valores de nosso tempo sobressaem-se os da ética, do compromisso social, da participação cidadã, do respeito à diversidade, da preservação do meio ambiente e da proteção e promoção das crianças e adolescentes. Tanto assim que a melhoria da qualidade de vida da infância e da juventude está entre os investimentos sociais prioritários de muitas empresas.

Hoje a responsabilidade social empresarial é bem-aceita. Uma pesquisa com empresas do Sudeste brasileiro, conduzida pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada — Ipea, em 1998, mostrou que apenas 16% delas, num total superior a 440 mil, não realizaram nenhuma ação social naquele ano.

Inúmeras dessas ações patrocinadas por empresas beneficiaram as crianças. No entanto, surgem grandes dúvidas quando se trata de definir exatamente **o que fazer e como fazer**. Em outras palavras, empresários e executivos desejam saber quais são as melhores estratégias para uma ação social em favor das crianças.

Como se sabe se uma ação pretendida é a melhor para as crianças?

Como se dá o primeiro passo no engajamento empresarial pró-infância e em que direção se prossegue?

Estas perguntas são freqüentes e têm razão de ser. Afinal, **muitas empresas desejam fazer investimentos sociais com os mesmos cuidados e perspectivas de sucesso que reservam para seus negócios**.

Alguns parâmetros gerais podem ser úteis para uma reflexão a respeito. O primeiro é ter um compromisso com a qualidade de vida das crianças.

Isto significa, em primeiro lugar, respeitar inteiramente a legislação que proíbe o trabalho infantil. As ações para cumprir esse compromisso podem ser estendidas, pela empresa, a toda a sua cadeia produtiva, seja por meio de sua influência, de campanhas e até de boicotes.

As empresas podem começar seu engajamento neste ponto: com a decisão de respeitar integralmente todas as leis brasileiras referentes à criança e ao adolescente e de monitorar para que sejam respeitadas em sua atuação.

Outra forma que as empresas podem usar para dar o primeiro passo na responsabilidade social é conhecer as organizações que atuam em sua comunidade.

Há escolas, instituições assistenciais e projetos ao redor de cada empresa. Relacionar-se com este universo da solidariedade, financiar e discutir seus projetos pode ser um caminho para a cidadania empresarial.

Além disso, as empresas podem definir estratégias de ação social, tanto em termos financeiros, quanto de critérios para apoio de projetos, de modo a balizar a ação de seus executivos, gerentes e demais agentes de sua missão social.

As empresas podem também definir critérios próprios para a participação e lideranças em associações e fóruns empresariais em defesa dos direitos de crianças e adolescentes.

Apresentamos, abaixo, algumas sugestões específicas que são a continuidade e complemento deste esboço inicial. Elas abordam temas como a **geração de recursos** para investimento em projetos de atendimento a crianças, **voluntariado corporativo** e estímulo ao voluntariado dos empregados, além do **emprego de competências específicas**.

3.2.

Utilizando as competências técnicas, tecnológicas e gerenciais

A forma mais comum com que as empresas costumam auxiliar a criança e o adolescente brasileiro é por meio da doação. Bens, serviços e contribuições diretas doadas a instituições de atendimento à infância parecem ser a resposta mais fácil e rápida para quem se pergunta o que fazer pelas nossas crianças.

Entretanto, essa facilidade tem seu preço. Como não há maior participação do(s) doador(es), esse modo de contribuir tende a perpetuar o modelo assistencialista, a filantropia antiga.

Mas as empresas também podem levar para a ação social a mesma atenção às estratégias, o mesmo cuidado em conhecer previamente a situação do “mercado”, o mesmo planejamento na alocação de recursos humanos e materiais que empregam ao lançarem um produto e perseguirem sua sobrevivência e seu lucro.

Em outras palavras, elas podem colocar em campo, na sua ação social, seu conjunto de competências, as qualidades que lhe permitem agir no mundo produtivo: conhecimentos técnicos, gerenciais e tecnológicos.

A *expertise* que a empresa procura para decidir suas aplicações financeiras pode ser empregada para decidir seus investimentos sociais.

Isso elimina o perigo de se criar um *gap* entre o discurso que a empresa utiliza nas suas relações de negócios e seu discurso social. Em outras palavras: **a ação social da empresa pode ser, também ela, uma expressão dos seus valores, especialidades, recursos e colaboradores.**

Este é um modo para que a ação social da empresa não seja um “corpo estranho” em seu meio, mas, ao contrário, a desembocadura natural de suas atividades em outros campos e setores.

Por outro lado, a variedade de organizações existentes, seus múltiplos ramos de atividade e as centenas de especializações indicam que, caso o preceito de aplicar as competências específicas à escolha da ação social fosse amplamente aceito, as ações em favor da infância seriam beneficiadas com um leque de ofertas muito mais variado que o atual.

Até mesmo em atendimentos especializados existem empresas com competências específicas que podem ser postas a serviço da criança brasileira, como nos casos das doenças oculares.

Uma Boa Olhada para as Nossas Crianças

Grandes redes de óticas e empresas médicas especializadas no campo da oftalmologia são exemplos de mobilizações de competências específicas em favor de crianças e adolescentes.

A rede Fotóptica foi pioneira na confecção gratuita de óculos — quinze por mês, desde 1995 — destinados a atender às necessidades das instituições conveniadas ao Projeto Nossas Crianças, da Fundação Abrinq.

A rede New Vision trouxe outra contribuição: a princípio as onze lojas também forneciam óculos normalmente para o Projeto, mas não os graus elevados, pois não trabalhavam com as lentes especiais necessárias.

Então surgiu a idéia de uma parceria, engajando duas empresas com quem a rede mantinha relações comerciais: a Sudop Indústria Óptica, fabricante de lentes, e a Visiolens Express Produtos Ópticos, laboratório de tratamento de lentes especiais.

Juntas, as três companhias puderam ampliar os atendimentos às crianças, além de fortalecerem seus vínculos comerciais com o que há de mais sólido: solidariedade numa causa comum.

Outra importante colaboração nesse campo especializado foi dada pelo Instituto de Moléstias Oculares — IMO.

Também parceiros do Projeto Nossas Crianças, os empresários do IMO oferecem, às organizações de atendimento, um número mensal de consultas oftalmológicas gratuitas.

Os técnicos do Projeto Nossas Crianças, por sua vez, disponibilizam a oferta junto à rede das instituições onde as crianças são atendidas, cruzando-a com a demanda existente para as consultas.

Em todos estes exemplos os empresários utilizaram exatamente suas competências próprias e seus recursos materiais e humanos especializados (oftalmologistas, enfermeiras, óticos, técnicos, sistemas de consultas, consultórios equipados, laboratórios e equipamentos especiais) para beneficiar crianças que, de outro modo, não poderiam ter acesso ao tratamento.

Instituto de Moléstias Oculares — IMO: (0xx11) 573-6424 / www.imo.com.br

New Vision: (0xx11) 3021-2667

Fotóptica: (0xx11) 3175-1400 / www.fotoptica.com.br

Sudop Indústria Óptica: (0xx11) 5585-1616

Visiolens Express Produtos Ópticos: (0xx11) 3865-6345

3.3.

Voluntariado corporativo: engajando público interno e externo

As empresas podem valorizar democracia e participação na criação de suas ações sociais.

Um ótimo efeito colateral é a melhora das suas relações internas e com a comunidade, mas sugere-se que este ponto não ocupe o primeiro lugar entre as motivações da ação.

O melhor, se possível, é que a qualidade de vida e a garantia dos direitos infanto-juvenis sejam vistos como valores em si, inerentes à condição humana de crianças e adolescentes.

Para difundir ou canalizar estes valores, se já existem, as empresas podem oferecer canais de participação, tanto internos quanto externos.

São quatro as vantagens de assegurar aos funcionários e/ou parentes de funcionários, em todos os níveis hierárquicos, a possibilidade efetiva de colaborar nessas ações sociais da empresa:

1. Prevenir erros nas ações, pelo maior número de atenções e envolvimento que cada projeto recebe.
2. Sensibilizar mais pessoas e organizações, de forma a colaborar para o crescimento do projeto.
3. Estabelecer vínculos mais profundos entre os empregados e a empresa, com benefícios tanto para a ação social escolhida e seus beneficiários, quanto para as atividades cotidianas da empresa.
4. Criar uma cultura comum da ação social na área de influência da empresa (que abarca funcionários, famílias e clientela).

Assim, as empresas podem promover o voluntariado entre seus funcionários, gerando um amplo leque de benefícios, não apenas para o público-alvo das ações, mas também para os voluntários e elas mesmas.

Mas o que as empresas podem fazer para estimular o voluntariado?

As empresas podem propor serviços voluntários fora do horário de trabalho.

As empresas podem prestar reconhecimento a quem se dispõe a ser voluntário.

As empresas podem liberar horas mensais de funcionários para o trabalho voluntário em creches, escolas e instituições de atendimento à infância.

As empresas podem incentivar seus executivos a dirigirem ONGs voltadas para a defesa dos direitos e para o atendimento à criança e ao adolescente.

As empresas podem criar projetos comunitários de apoio a causas da infância sustentados voluntariamente pelos funcionários.

As empresas podem incentivar funcionários a procurarem, em grupo, soluções para problemas das crianças da comunidade, nos quais as companhias possam participar fornecendo apoio estrutural ou financeiro.⁴

⁴ Ver o caso da Debrasa, descrito neste capítulo, item 3.5.

Como primeiros passos para as empresas que queiram investir na operação de programas de voluntariado em prol de crianças e adolescentes, pode-se sugerir:

- 1. definir visão, valores e responsabilidades sociais da empresa em relação às crianças e adolescentes, incluindo esse compromisso em sua missão e definindo os objetivos visados com o voluntariado;
- 2. recrutar um primeiro grupo de trabalho, identificando os setores e funcionários mais mobilizados pela idéia, misturando níveis hierárquicos, além de buscar exemplos de outras empresas e informação especializada;
- 3. desenvolver, com este grupo inicial, um conceito e uma estratégia de apoio ao programa de voluntariado em favor da infância, encarando-o como parte de sua missão e gerindo-o com os mesmos critérios de outros investimentos: com recursos, gerência profissional e avaliação de resultados;
- 4. diagnosticar as experiências e potencialidades dos empregados, divulgando a iniciativa sob a ótica da cidadania e levantando quem e quantos são os funcionários sensibilizados, de quanto tempo dispõem etc.;
- 5. identificar as necessidades das crianças e adolescentes na comunidade, levantando dados de líderes locais, órgãos oficiais, ONGs comunitárias e universidades;
- 6. estruturar o programa de atuação, definindo objetivos, estratégias, atividades, recursos, cronograma e sistema de avaliação;
- 7. divulgar interna e externamente a ação voluntária em defesa dos direitos da criança e do adolescente;
- 8. valorizar e reconhecer os voluntários com prêmios, cartas de agradecimento das próprias crianças beneficiadas, divulgação de suas iniciativas, identificações especiais e eventos de reconhecimento; e
- 9. trabalhar em rede com outros programas de voluntariado voltados para a infância e com associações empresariais com o mesmo fim.

Ótimos exemplos podem ser encontrados junto a uma marca internacional, Schering-Plough.

Voluntariado Também é Saúde

O projeto **Criança é Vida**, da Indústria Química e Farmacêutica Schering-Plough, realizado desde 1996 em parceria com o Instituto Materno-Infantil de Pernambuco e a Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança (e desde 1999 também com a Escola Viva) é uma iniciativa de educação em saúde para levar noções básicas de higiene e saúde para famílias de baixa renda.

O Criança é Vida conta com o voluntariado de 84 funcionários da empresa (de recepcionistas a diretores, de secretárias a médicos) que doam manhãs ou tardes de fins de semana para suas atividades. Depois de treinados, com materiais de apoio fornecidos pela companhia, os funcionários transformam-se em agentes de saúde e fazem encontros com pais e crianças de creches em comunidades pobres no sentido de orientá-los sobre medidas de saúde preventivas.

Os temas são os que médicos e pediatras consideram básicos para prevenir doenças de zero aos seis anos de idade, e vários atendem a pedidos da própria comunidade: higiene corporal, alimentar e ambiental; crescimento e desenvolvimento da criança; problemas de pele; problemas respiratórios; saúde bucal; diarreia, verminose e reidratação oral; prevenção de acidentes na infância; primeiros socorros; febre e doenças da infância; doenças transmitidas por animais e a importância de ver e ouvir bem.

Os cursos foram inicialmente dirigidos aos pais e funcionários de nove creches da Zona Sul de São Paulo, beneficiando seiscentas famílias e, indiretamente, 1700 crianças. Em 1998, com novas parcerias, o número das famílias subiu para 8500, e o das crianças totalizou 25 mil. Outras instituições pediram o repasse do *know-how*.

Funcionários de mais catorze creches do Nossas Crianças, oito creches da Cruzada Pró-Infância e do projeto "Einstein na Comunidade", do Hospital Israelita Albert Einstein, que atende famílias moradoras da Favela Paraísopolis, passaram a ser treinados pelos voluntários da Schering-Plough.

O sucesso do movimento com os adultos levou à criação de um novo projeto-piloto, com ações voltadas diretamente para as crianças. Os conteúdos do Criança é Vida foram adaptados para a linguagem e o entendimento infantis, com uso de histórias, música e dinâmicas próprias. A meta é estimular cerca de 350 crianças das creches a atuarem como agentes de mudanças em suas próprias casas. Foi produzido um CD com a participação de vários artistas e músicas tematizadas com educação em saúde.

A Schering-Plough foi certificada como Empresa Amiga da Criança e o projeto Criança é Vida foi vencedor do prêmio Eco da Câmara Americana de Comércio, na categoria saúde.

Schering-Plough: 0800-117788 / www.splough.com.br

3.4.

Engajando fornecedores

As empresas podem influenciar todos os seus colaboradores com o exemplo de seu compromisso de responsabilidade social em relação à infância e à juventude.

As empresas que respeitam a legislação que veta o trabalho antes dos dezesseis anos de idade e só o permite, entre os catorze e dezesseis, como atividade educativa de aprendizes, sem prejuízo da frequência escolar, podem ampliar os efeitos benéficos de seu exemplo de muitos modos.

Um dos melhores pode ser a inserção, em seus contratos de fornecimento, de uma cláusula social pela qual os fornecedores comprometem-se a não utilizar mão-de-obra infantil, sob pena de terem imediatamente cancelados os contratos assinados.

Neste sentido, as empresas podem adotar a **Cláusula Social** em seus contratos com fornecedores, verificando se de fato estes não exploram a mão-de-obra infantil.

A cláusula pode ser detalhada, estendendo o veto a qualquer serviço terceirizado usado pelo fornecedor e tornando-o co-punível (em termos contratuais) por eventuais infrações.

Com isso, além de ficar impedida a contratação de crianças pelo fornecedor, este passaria a ter interesse real de fiscalizar os serviços terceirizados porventura utilizados.

Porém, existe o risco de os fornecedores absterem-se de usar o trabalho infantil apenas circunstancialmente, em virtude de interesse comercial, e não por convicção ética.

Mas vale lembrar que as empresas têm a possibilidade de discutir com seus parceiros por que o trabalho infantil deve ser erradicado, estimulando todos a cumprirem a lei.

O trabalho de conscientização pode ser estendido aos vários públicos das empresas: funcionários, consumidores, parceiros e sócios etc., dividindo com todos a tarefa de erradicar o trabalho infantil.

As empresas podem, assim, servir como exemplo para toda a sociedade quanto ao absoluto respeito à lei e manifestando à intolerância para qualquer forma de trabalho infantil. Isto tem grande valor, pela maior efetividade dos atos em relação às palavras.

As empresas podem também participar de programas mais amplos, de modo a engajarem-se em ações com o objetivo de erradicar o trabalho infantil em toda uma cadeia produtiva (fóruns, pactos etc.).

Algumas dessas possibilidades foram exploradas pelos fabricantes de sapatos da cidade de Franca, interior do Estado de São Paulo.

Passos Largos Rumo à Cidadania

A cidade de Franca, no interior do Estado de São Paulo, concentra mais de mil indústrias calçadistas, sendo o principal pólo da atividade no país. Muitas delas usam serviços terceirizados em manufaturas domésticas, uma situação potencial de risco para as crianças, pois pode facilmente levar à exploração de mão-de-obra infantil.

A partir de 1995, porém, essa situação se alterou. Os empresários reunidos no Sindicato da Indústria de Calçados de Franca criaram o Instituto Pró-Criança, com a missão de erradicar o trabalho infantil da região e desenvolver programas de apoio à permanência das crianças na escola.

Um ano depois o Instituto promoveu o Encontro de Empresários pelos Direitos da Criança e do Adolescente, no qual foi firmado o chamado Pacto de Franca, pelo qual a indústria calçadista, por intermédio de seus órgãos representativos, na presença de delegados do Fundo das Nações Unidas para a Infância — Unicef e da Organização Internacional do Trabalho — OIT, do poder público, dos conselhos de direitos e conselhos tutelares da região e de várias ONGs comprometeu-se a eliminar o trabalho infantil de sua cadeia produtiva, apoiar a escola e promover o aprendizado profissionalizante dos adolescentes.

Os empresários criaram o **selo Instituto Pró-Criança — Este Produto não Contém Trabalho Infantil na sua Manufatura**, hoje adotado por grandes empresas da cidade. Auditorias verificam a existência de mão-de-obra infantil nas empresas e “bancas de pesponto”, unidades terceirizadas e capilares onde o trabalho infantil se ocultava.

As auditorias são realizadas semestralmente em empresas e bancas, por meio de amostragem. Até o primeiro semestre de 2000 não foi encontrada nenhuma criança trabalhando.

No entanto, além de engajar os fornecedores da indústria em procedimentos livres de trabalho infantil, o Instituto Pró-Criança engajou as empresas que usam o selo na manutenção financeira dos programas administrados pela entidade.

E mais: para realizar seu programa de trabalho, o Instituto estabeleceu convênios com 26 escolas, proporcionando cursos de informática, línguas e educação complementar para aproximadamente quatrocentas crianças e jovens.

Em janeiro de 2000, a Associação Brasileira da Indústria de Calçados — Abicalçados anunciou o lançamento da franquia social do Instituto Pró-Criança apoiando sua instalação em todos os centros calçadistas do país, nos mesmos moldes da bem-sucedida experiência em Franca.

A primeira cidade a receber a franquia social foi Birigüi, centro produtor de calçados infantis no interior de São Paulo. A franquia do Instituto já conta com a adesão de 61 empresas calçadistas e o engajamento de outros parceiros: treze escolas e vinte profissionais liberais atendem hoje cinqüenta crianças e adolescentes (um número que cresce a cada dia).

Instituto Pró-Criança — Franca: (0xx16) 3722-7430

Instituto Pró-Criança — Birigüi: (0xx18) 642-3667

3.5.

Participando na comunidade em que a empresa está inserida

As empresas que queiram atuar em suas comunidades **podem começar adquirindo informações sobre seu entorno social.**

Para tanto, podem contatar as associações de moradores, creches e escolas públicas, igrejas e centros de convivência, instituições de atendimento à infância e adolescência, ONGs e os órgãos públicos que atuam na comunidade.

Pode ser útil para as empresas conhecer as lideranças locais mais empenhadas com a causa da infância. Se na comunidade forem atuantes conselhos tutelares ou conselhos de Direitos da Criança e do Adolescente, as empresas podem dialogar com essas instâncias.

Podem ainda consultar dados dos órgãos públicos. Todos esses contatos ajudam a traçar o perfil das necessidades e prioridades sociais das crianças e adolescentes da comunidade.

Os funcionários podem trazer para dentro da empresa relatos e informações que auxiliem na definição das metas, uma vez que também fazem parte da comunidade.

Ouvir estes relatos pode ser importante para agir em favor de crianças que, em geral, não expressam suas necessidades com clareza e objetividade.

Uma vez definidas as metas a serem alcançadas (por exemplo, a construção de uma creche para as crianças da comunidade), as empresas podem também planejar a forma como atingi-las : se por doações, financiamentos, ou assumindo diretamente o projeto.

Uma boa sugestão é empenhar-se em construir uma rede de parcerias com as instituições locais e órgãos públicos, de modo a poder reunir as competências e recursos necessários para atingir as metas definidas.

No caso da creche do nosso exemplo, as parcerias podem resolver questões que vão do terreno para construção (que pode ser cedido pela Prefeitura local) até o programa de educação pré-escolar (que pode ser tarefa das instituições de atendimento a crianças da região).

As empresas podem assumir direta, total ou parcialmente, o custeio do projeto, sem prejuízo do desenvolvimento de planos de sustentabilidade que dêem às propostas que forem desenvolvidas (creche ou outra) autonomia e representatividade social junto à comunidade.

Foi o caso da Debrasa.

Como Nasce um Projeto Comunitário para as Crianças

Em 1997 a empresa Debrasa — Energética Brasilândia Ltda., teve sua atenção chamada para a situação da infância em sua comunidade, devido a alguns casos de pequenos furtos e uso de drogas entre crianças e adolescentes.

Localizada no município de Brasilândia (MS), a empresa, que em 1979 foi instalada a cinquenta quilômetros da sede municipal, acabou aglutinando a seu redor um povoado de cerca de 2 mil habitantes, a maioria deles trabalhadores da companhia: o Distrito Debrasa.

Sem muita infra-estrutura, as crianças não tinham atendimento fora do período escolar, o que ensejou a ocorrência de algumas transgressões. Foi então que funcionários da companhia e membros da comunidade começaram a discutir propostas para ocupar o tempo ocioso das crianças que estudavam e atender as que ainda não tinham alcançado a idade escolar.

A primeira iniciativa foi a contratação de dois professores para darem aulas de reforço escolar no período oposto ao das aulas ministradas na escola local. A proposta foi apresentada à diretoria da empresa, que se engajou na mobilização. De imediato, autorizou a dispensa de horas de funcionários voluntários, durante o expediente, para que pudessem dar às crianças mais duas horas de atividades por dia.

Foi montado um cronograma com os horários em que as aulas ministradas por funcionários seriam dadas. Com a anuência da empresa, o funcionário encarregado saía do posto de trabalho e ia até o edifício do antigo mercadão do Distrito Debrasa para atuar como voluntário. Logo a comunidade começou a se envolver: comerciantes locais forneceram lanches e brindes, o Sesi instalou cadeiras e mesas, os fornecedores da empresa fizeram doações.

Em 1998, vendo que o projeto seria bem-sucedido, a Debrasa comprou o imóvel do antigo mercadão e o reformou, transformando-o num salão comunitário, instalando ali sete salas de aula e uma de vídeo. O salão tornou-se a sede do projeto Criança Feliz, onde são atendidas crianças de quatro a seis anos de idade e é dado reforço escolar em Matemática e Português para alunos da 1ª à 7ª série, além de aulas semanais sobre meio ambiente, reciclagem, saúde, cultura, política etc.

A Prefeitura Municipal de Brasilândia associou-se ao projeto, pagando os salários de mais duas professoras e duas zeladoras. Os demais professores são pagos por meio do voluntariado corporativo. Nos anos seguintes, a empresa construiu uma creche para a comunidade e passou a desenvolver atividades culturais e esportivas para crianças e adolescentes, que já são mais de trezentos.

O Criança Feliz vai ampliar suas atividades em 2000 com atividades culturais (grupo de teatro), clubes de mães e novas oficinas culturais e profissionalizantes.

Usina Brasilândia — Debrasa: (0xx67) 521-3345

3.6.

Gerando recursos e financiando projetos

As empresas podem usar suas capacidades de planejamento e organização para gerar recursos para ações em favor da criança e do adolescente.

Além disso, podem optar por financiar diretamente determinados projetos, sugerindo que essas despesas sejam lançadas numa categoria de investimentos sociais, em lugar de caridade ou filantropia.

As verbas são pontos freqüentes de estrangulamento em muitas instituições e programas de atendimento à infância e adolescência.

As empresas podem criar orçamentos próprios para aplicação em ações sociais, alocando os recursos conforme critérios financeiros variáveis (percentuais sobre vendas, sobre lucros etc.).

Podem também destinar verbas institucionais para apoio de programas ou projetos específicos com os quais estabeleçam convênios ou outras formas de acordo.

A criatividade é sempre bem-vinda quando se trata de gerar recursos. Uma possibilidade interessante é criar linhas de serviços ou produtos especificamente destinadas a obter verbas para uma iniciativa social pró-infância, ou destinar percentuais das vendas de determinados produtos ou serviços para o mesmo fim.

Estes percentuais podem ser destinados permanente ou temporariamente a fins sociais, e, neste último caso, podem fazer parte de promoções, quando se anuncia ao público que parte das receitas arrecadadas vai beneficiar este ou aquele projeto. Esta ação tem ainda um aspecto complementar: do estímulo à soliedariedade.

Ao destinar, mobilizar ou gerenciar recursos financeiros para projetos, as empresas podem criar *know-how* próprio em critérios de investimento, metodologias de aplicação e sistemas de acompanhamento e avaliação que podem ser posteriormente socializados.

São apenas exemplos. Há muitas idéias criativas em circulação, visando levantar recursos que possam ser aplicados em prol das crianças e adolescentes.

As empresas podem, enfim, aderir a ações de geração de verbas sociais para a infância e adolescência comprovadamente eficazes. E foi o que a Danone fez.

A Hora da Solidariedade

Em 1999 o grupo multinacional Danone aderiu ao projeto da Children's Hour, criado em 1998 na Inglaterra e promovido internacionalmente pela International Youth Foundation junto a empresas como Deutsche Bank, Financial Times, Kellogg's e centenas de outras.

Valendo-se do simbolismo da virada do milênio, a empresa propôs, conforme recomenda o projeto, que todos os seus funcionários doassem a última hora de trabalho antes do ano 2000 para investimentos em favor de crianças e adolescentes em situação de risco social.

O montante obtido foi encaminhado a instituições que promovem a melhoria de vida de crianças e adolescentes. O que foi arrecadado em cada país foi destinado a instituições locais, de modo que os fundos permanecessem nos países que os tinham gerado.

A adesão dos funcionários foi voluntária. A Danone encaminhou uma carta a cada um de seus colaboradores propondo a campanha e explicando as razões e a importância do projeto. Quem concordou, comunicou a decisão ao Departamento Pessoal, que providenciou o desconto da doação, assinalando-a nos *holleriths*.

A própria empresa, dando o exemplo de seu comprometimento, doou o equivalente à última hora de trabalho de seus 70 mil funcionários em 1999 no mundo todo, cerca de 650 mil dólares. O objetivo foi financiar ações duráveis em favor da criança e do adolescente.

Além do objetivo imediato de gerar recursos, com esse projeto a Danone estimulou uma mobilização solidária de seu público interno e criou o ambiente propício para, a partir do ano 2000, engajar-se mais profundamente em favor dessa causa.

Um dos planos mais importantes da companhia é incentivar seus parceiros (empresas, distribuidores e consumidores) a se envolverem em novas mobilizações como a da campanha A Hora da Criança.

Danone: (0xx11) 3741-9801

A Hora da Criança: www.childrenshour.org

3.7.

Mantendo projetos próprios: fundações, institutos e áreas sociais na empresa

Habitadas a valorizar o conhecimento especializado, muitas empresas podem buscar parceria com instituições de atendimento reconhecidas para criar e executar programas sociais com maior segurança.

Muitas vezes o levantamento de fundos levado a cabo nas empresas destina-se a projetos que já existiam nas instituições. São os casos em que concentram seus esforços em arrecadação e mobilização, mas não na gestão dos projetos e programas.

Entretanto, as empresas podem optar pela criação, manutenção e desenvolvimento de projetos próprios. Acostumadas a valorizar a criatividade no mercado, podem, com base neste pressuposto, exercer perfeitamente sua capacidade inventiva elaborando programas sociais sem intermediários.

As empresas podem, como primeira opção, criar áreas ou setores sociais em suas estruturas. Em geral, nos organogramas, esses setores estão ligados às divisões de Recursos Humanos.

Outra possibilidade é que, visando dar maior abrangência e autonomia a seus investimentos sociais, **a empresa crie institutos ou fundações com finalidades de responsabilidade social.**

As fundações Kellogg's, Samuell, Hewlett-Packard e Safra; e os institutos Credicard e C&A de Desenvolvimento Social são apenas alguns exemplos.

Organizações menores também podem participar da criação e gestão de associações, institutos e fundações sociais, associando-se. É o caso do Instituto Pró-Criança, que reúne empresas calçadistas de variadas dimensões.

Outras companhias podem preferir manter associações beneficentes ou com missões específicas, como saúde, educação ou promoção familiar. É o caso da Bolsa de Mercadorias & Futuros de São Paulo.

Um Mercado de Boas Ações

A Bolsa de Mercadorias e Futuros — BM&F, importante instituição financeira do Brasil, já tinha uma história de envolvimento com programas de atendimento social quando decidiu, em 1996, concentrar suas ações em prol de adolescentes entre quinze e dezoito anos de idade, filhos de família de baixa renda inscritos na rede pública de ensino.

Para isso fundou e mantém a Associação Profissionalizante BM&F. Instalada num imóvel antigo do bairro do Brás, em São Paulo, a APBM&F leva a seus beneficiários formação pessoal e capacitação profissional com os mais adequados recursos humanos e tecnológicos existentes na área da educação. Sua meta é promover uma real melhoria da qualidade de vida e trabalho dos adolescentes e suas famílias e propiciar o rompimento do ciclo de pobreza e exclusão social.

Para tanto, a Associação conta com quinze profissionais contratados, dez terceirizados, seis autônomos e uma rede de mais de vinte voluntários.

Há três programas de formação: **Capacitação para Empregabilidade**, com seiscentas horas-aula, visa preparar os alunos para o mercado de trabalho formal no setor de serviços, dando formação polivalente para auxiliares, *office-boys*, secretárias juniores e outros profissionais, com aulas de *marketing* pessoal, recepção e atendimento de clientes, atendimento telefônico, documentação bancária e comercial, serviços de alimentação, vendas, línguas, informática e *telemarketing*.

O **Programa Faz-Tudo**, com oitocentas horas-aula, dá formação básica para o ramo de manutenção geral de empresas, condomínios, prédios e residências, com aulas de elétrica, hidráulica, carpintaria, telhado, pintura, colocação de pisos e azulejos e alvenaria.

O programa **Pequenos Empreendedores**, com aulas de fotografia, serigrafia e confecção de pequenos produtos, prevê a eventual necessidade de geração de rendas em situações de desemprego. A própria BM&F financia máquinas de confecção, equipamentos de serigrafia e de fotografia para que esses adolescentes possam vir a gerar rendas em suas casas.

Todos os alunos recebem também aulas de reforço escolar. Informações gerais sobre sexualidade, drogas, meio ambiente, política e outros temas atuais, além do desenvolvimento de habilidades como criatividade, iniciativa, comunicação e trabalho em equipe completam os programas. Auto-estima e cidadania são incentivadas com arte-educação, expressão corporal, visitas a empresas, palestras e atividades culturais e de lazer.

Para facilitar o acesso a seus cursos, a Associação oferece uma série de benefícios: vale-transporte, cesta-básica, três refeições diárias, uniformes, medicamentos, óculos e uma bolsa-auxílio para cada aluno. Todos recebem assistência médica, por meio de uma parceria com a Medial Saúde, e odontológica, mediante parceria com a Unidont, além de atendimento psíquico, social e jurídico. O atendimento familiar faz parte do trabalho.

A APBM&F mantém ainda um serviço de colocação de seus aprendizes, disponibilizando para as empresas interessadas cadastros informatizados com as fichas dos alunos (também disponíveis via Internet) ou agendando entrevistas. A Associação fornece ainda, gratuitamente, assessoria especializada a empresários ou outras instituições que desejem implantar projetos similares.

Os resultados em quatro anos são: 861 adolescentes atendidos, alocação de 77% dos ex-alunos no mercado de trabalho, prêmio Eco (categoria educação) concedido pela Câmara Americana do Comércio, prêmio Top Social concedido pela Associação dos Dirigentes de Venda e Marketing do Brasil e, mais do que isso, a prova de que é possível tratar problemas sociais com qualidade e eficiência.

Associação Profissionalizante BM&F: (0xx11) 229-9033

3.8.

Conscientização e informação da sociedade

As empresas podem ajudar a conscientizar a sociedade quanto às questões da infância **usando suas grandes forças de comunicação e *marketing***.

Embalagens, *outdoors*, logotipos, campanhas de rádio e TV, publicidade impressa, folhetos, papéis de carta, *sites* na Internet e todos os tipos de recursos publicitários que a empresa utiliza normalmente para o anúncio de seus produtos podem abrir espaços para mensagens que despertem a sociedade para a situação da imensa maioria das crianças e adolescentes brasileiros.

É um tipo de engajamento empresarial básico em favor da infância e da juventude. Por exemplo, em 1990 as indústrias de brinquedos imprimiram, nas embalagens de seus produtos, mensagens sobre os Direitos da Criança.

Outros exemplos desse tipo de trabalho de informação social não faltam:

1. a **Caixa Econômica do Estado de São Paulo** imprimiu pôsteres e realizou concursos internos sobre o tema dos Direitos da Criança;

- 2. a **rede de restaurantes *fast-food* América** imprimiu frases sobre os Direitos da Criança nas toalhas de mesa das suas lojas;
- 3. a **Tilibra** imprimiu a Declaração Universal dos Direitos da Criança nas contracapas de seus cadernos etc.

Além disso, a maioria das empresas possui canais de comunicação com seu corpo funcional, que constitui o público mais próximo e mais influenciável por uma política de apoio a ações em prol da infância.

Jornais internos, murais, *house organs* e todo tipo de comunicação interna pode abrir espaço para informar e conscientizar a respeito da situação da infância.

Ações de informação social podem ser ainda mais poderosas se as empresas envolvidas atuarem diretamente na área de comunicação (aplicando-se, aí, a competência específica que detêm).

Um exemplo foi dado pela **Editora Abril**, líder brasileira do mercado de publicações infanto-juvenis, que imprimiu os Direitos da Criança em 10 milhões de revistas, além de criar um concurso sobre o tema.

Da mesma forma, o jornal **Folha de S.Paulo** e a **Rádio Eldorado**, conhecidas empresas do ramo da comunicação, abriram espaço, respectivamente, para a Coluna Criança e para a edição radiofônica do boletim *Dá para Resolver*, noticiosos propostos pela Fundação Abrinq para divulgar projetos bem-sucedidos no atendimento à infância e à adolescência.

Além das empresas jornalísticas, as de propaganda podem engajar-se em campanhas desse tipo.

Algumas das maiores agências de publicidade do país, como Full Jazz, OZ Design, McCann Erickson, DPZ, Agnelo Pacheco, Guimarães e Associados, Rino Publicidade, Lew Lara Propeg, CBBA e Talent, já contribuíram com a causa infanto-juvenil, buscando arrecadar recursos e conscientizar os cidadãos sobre a importância de resgatar a dignidade da infância e da adolescência.

Cabe lembrar ainda que as empresas-clientes de agências publicitárias têm grande possibilidade de convencê-las a se engajarem em campanhas pró-infância, doando sua capacidade estratégica de mobilização da opinião pública.

As companhias podem obter parcerias de comunicação para projetos que considerem dignos de apoio. Vale lembrar que agências de publicidade são parceiras estratégicas, e as empresas devem estar atentas às oportunidades de engajar parceiros tão valiosos na causa da infância.

As empresas têm sempre oportunidade de comunicar, informar e conscientizar a sociedade quanto à situação das crianças e adolescentes.

Até mesmo os cadastros de clientes podem ser úteis: a Credicard já permitiu o uso de seu cadastro de 100 mil endereços para uma mala-direta propondo apoio a projetos em favor das crianças, com ótimo retorno.

A comunicação empresarial pode colocar nas mãos de instituições que lutam pela dignidade de nossas crianças um poderoso instrumento de mobilização da opinião pública, como é possível notar analisando o exemplo das Organizações Globo.

Quando a TV Serve à Criança

Maior grupo de empresas de mídia do país, as **Organizações Globo** vêm se envolvendo mais diretamente com a causa da infância e adolescência desde 1977, quando foi criada a **Fundação Roberto Marinho**, instituição que concentra a maior parte das ações do Grupo na área de educação. Além de produzir e veicular o **Telecurso 2000** (1º e 2º graus e profissionalizante), que conta com cerca de 15 mil telessalas em todo o país, a Fundação produz uma série de programas educacionais para a televisão, como o **Globo Ciência** e o **Globo Ecologia**.

A Fundação Roberto Marinho é também a idealizadora e responsável pelo **Canal Futura**, o primeiro canal educativo da TV brasileira financiado exclusivamente pelo setor privado. Com foco prioritário no público jovem, o Futura tem hoje alcance potencial de 36 milhões de espectadores. O conceito de parceria foi fundamental em sua implementação: 15 das maiores empresas e fundações do Brasil e do exterior uniram-se para viabilizar o projeto. O trabalho de audiência dirigida desenvolvido pelo Canal em mais de 8 mil instituições em todo o Brasil capacita e acompanha educadores para uso da programação em sala de aula.

As empresas Globo também desenvolvem suas próprias ações na área social. A **TV Globo**, por exemplo, lançou, em 1999, o **Projeto Amigos da Escola**, que mobiliza voluntários para atuação na rede pública de ensino fundamental. Com ampla campanha de divulgação, o Projeto já beneficiou cerca de 25 mil escolas em todo o país, onde estudam mais de 13 milhões de alunos. O programa incentiva e orienta ações complementares às atividades pedagógicas, com foco em instalações e equipamentos; gestão escolar; saúde e qualidade de vida; estímulo à leitura, artes e esportes; e reforço escolar. O Projeto não visa à substituição do papel do Estado ou dos educadores, mas busca o fortalecimento da escola por meio do envolvimento direto da comunidade.

Outra ação tradicional da Globo é a edição anual da **Campanha Criança Esperança**, realizada desde 1986 com o trabalho voluntário de artistas, jornalistas, técnicos e diretores das emissoras de TV. O objetivo da campanha é arrecadar recursos junto à população em prol de projetos de apoio à infância. Os recursos são depositados integralmente em uma conta do Unicef e já possibilitaram assistir a mais de um milhão de crianças e adolescentes em situação de risco social.

Além disso, as Organizações Globo vêm tratando diretamente as questões sociais relativas à infância e adolescência por meio das atividades jornalísticas e da própria inclusão de temas como trabalho infantil e abuso de drogas na trama das novelas da TV Globo. Cabe destacar, ainda, a veiculação de mensagens institucionais de utilidade pública, como as campanhas de estímulo ao aleitamento materno e de vacinação infantil, aproveitando o potencial de comunicação dos diferentes veículos do Grupo.

Organizações Globo, Diretoria de Relações Comunitárias: (0xx21) 540-1011

e-mail: margarida.ramos@globo.com.br

www.globo.com ou www.redeglobo.com.br/balancosocial/

4

Políticas Públicas

4.1.

Protagonismo Social e Financiamento de Conselhos de Direitos

“A política de atendimento dos direitos da criança e do adolescente far-se-á através de um conjunto articulado de ações governamentais e não-governamentais, da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios” (Estatuto da Criança e do Adolescente, artigo 86)

Os conselhos de defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente são órgãos cuja função é formular as políticas públicas de atendimento (básico, de seguridade social e de garantias) nas esferas federal, estadual e municipal. São assembleias paritárias do Poder Executivo e de instituições da sociedade, cujas decisões têm força de lei.

A primeira e mais simples das formas com que as empresas podem apoiar o trabalho dos conselhos é destinando os incentivos fiscais regulamentados em lei para seus conselhos locais.

Entre as grandes dificuldades para a plena vigência do Estatuto da Criança e do Adolescente está a de financiar os conselhos e suas políticas. As empresas podem ajudar a alterar este estado de coisas se usarem seus incentivos fiscais para este fim.

Incentivos fiscais para financiar os conselhos de Direitos da Criança e do Adolescente

As empresas que assim quiserem podem destinar até 1% do imposto de renda devido aos fundos municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente, desde que seguidos alguns procedimentos:

- 1. as doações aos conselhos não podem exceder 1% do imposto devido, diminuindo do adicional, se houver;*
- 2. o valor das doações não pode ser deduzido como despesa operacional;*
- 3. a doação não está incluída no limite de 4% referentes aos incentivos à cultura e ao audiovisual (MP 1636, artigo 6, inciso II);*
- 4. do imposto apurado com base no lucro arbitrado ou no lucro presumido, não é permitida qualquer dedução a título de incentivo fiscal (Lei 9532, artigo 10); e*
- 5. as microempresas e empresas de pequeno porte optantes pelo Simples não podem usar o benefício (Lei 9317, artigo 5).*

Uma praxe que começa a ser aceita em alguns conselhos de direitos é o direcionamento da doação empresarial, que em vez de ser encaminhada a instituições da escolha do órgão, vai para organizações indicadas pela empresa, desde que cadastradas e julgadas idôneas pelo Conselho.

Mas não é apenas pelo apoio financeiro aos conselhos que as empresas podem ajudar na adoção de políticas públicas universais e socialmente justas.

Os empresários também podem manter contatos com autoridades públicas para discutir as políticas destinadas às crianças e adolescentes e sugerir soluções ou apresentar propostas.

Porém, para que seus próprios projetos sociais não sejam jamais tomados como justificativas para a omissão do poder público, as empresas podem adotar a política da exemplaridade.

As empresas podem testar ou apoiar, por financiamento e outros meios, práticas inovadoras que sirvam como projetos-piloto, capazes de influir na opinião pública e, portanto na criação, no planejamento e na organização de políticas públicas inventivas, eficazes e socialmente justas.

Projetos que partem da premissa de servirem de exemplo podem ter grande valor didático, tanto para a sociedade quanto para o governo.

Ao mostrarem que é possível dar atendimento de qualidade para crianças e adolescentes com investimentos absorvíveis, as empresas podem fornecer argumentos para que os representantes da sociedade exijam, nos conselhos, projetos de qualidade do poder público.

As empresas também podem influir na condução das políticas públicas, participando das redes de discussão desses problemas, ocasiões em que os empresários têm oportunidade de apresentar idéias, trocar experiências e estabelecer parcerias com outros segmentos sociais, fazendo repercutir nos conselhos e nas políticas públicas suas posições e, principalmente, suas práticas.

O apoio político e material das empresas às atividades dos conselhos de direitos pode ser socialmente importante pelos valores de prestígio, confiabilidade, credibilidade e operacionalidade que a opinião pública associa às lideranças empresariais.

As empresas podem se valer de seu prestígio para incentivar a opinião pública, os demais atores do setor privado e as instâncias governamentais a assumirem como prioritária a garantia e defesa dos direitos da infância e da juventude.

Outra forma de as empresas influírem nas políticas públicas é participar, por intermédio de seus organismos de classe, fóruns empresariais, sindicatos patronais, federações e confederações, de comissões e grupos de trabalho relacionados à defesa e promoção dos direitos da infância e da juventude.

As empresas podem ainda contribuir com recursos humanos ou financeiros para elaborar as propostas desses organismos.

A ação de uma empresa pode inclusive estimular outras, de modo que concepções mais avançadas de responsabilidade social sejam difundidas, num “contágio” em cadeia.

As empresas podem, finalmente, apoiar e incentivar os conselhos de direitos financiando projetos já existentes ou propondo aos conselhos a adesão a projetos criados pelas empresas, de modo a dar a essas instâncias colegiadas mais meios para a execução de suas políticas.

Foi a opção da Fundação Telefônica e da Belgo-Mineira.

Costurando Novas Redes...

A Fundação Telefônica é uma instituição criada pela Telefônica, com a missão de contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos segmentos mais carentes da sociedade.

A entidade desenvolveu o Programa de Apoio aos Conselhos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente, com duas linhas temáticas.

A primeira é a implantação de redes eletrônicas de comunicação entre os conselhos de direitos e as entidades de atendimento, agilizando procedimentos com conexões em tempo real entre os encarregados de formular as políticas públicas para a infância e a juventude e os responsáveis por aplicá-las, além de dar emprego social às tecnologias de telecomunicação e informação.

A segunda é a aplicação de medidas socioeducativas em meio aberto para jovens em conflito com a lei, alternativa ao recolhimento prevista no Estatuto da Criança e do Adolescente e comprovada como a mais eficaz para tratar casos infracionais de adolescentes com alto percentual de não-reincidência (apesar de os investimentos privados nesse campo sere escassos).

A partir dessa definição, a Fundação Telefônica busca identificar municípios onde os conselhos sejam atuantes e existam planos para desenvolver atividades nas linhas temáticas previstas. A proposta da Fundação é levada a esses conselhos, e após nova seleção realiza-se um Seminário de Capacitação para Elaboração de Projetos.

Os projetos elaborados são encaminhados ao Conselho Curador da Fundação que, após análise de viabilidade, são aprovados ou não. Dois projetos na Bahia e um no Espírito Santo já receberam esse apoio:

1. **Rede Nossos Filhos** (Salvador, BA): rede eletrônica entre o Conselho Municipal e as instituições de atendimento, além de um banco de dados sobre jovens e crianças atendidos;
2. **Rede de Informação** (Vitória da Conquista, BA): rede eletrônica entre Conselho e instituições e oficinas de informática para manutenção dos *hardware*;
3. **Qualificação de Sistemas Integrados** (Vitória, ES): rede entre Conselho e instituições e criação de portal virtual com *sites* de todas as instituições (www.redecia.org).

Para assegurar o sucesso de futuros projetos, foram desenvolvidas duas ações de capacitação, que ocorrerão durante o período de apoio de cada um dos projetos: uma para os conselheiros, abordando o Estatuto da Criança e do Adolescente, o papel dos conselhos e questões operacionais como planejamento e captação de recursos; e outra para as equipes dos projetos, focando monitoramento e avaliação.

Os conselhos cujos projetos foram aprovados estão comprometidos por contrato com a Fundação Telefônica, tanto no que diz respeito a metas e prazos, quanto à prestação de contas, dando assim um caráter profissional e técnico a toda a ação.

No ano 2000 a Fundação Telefônica estará estudando o apoio a novos projetos de conselhos municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente.

Fundação Telefônica: (0xx11) 3049-1955 / www.fundacaotelefonica.org.br

Belgo-Mineira Direciona Fundos para Crianças e Adolescentes em Três Estados

O conglomerado Belgo-Mineira, que atua nos setores de siderurgia e trefilação e emprega 8.500 pessoas, lançou, em setembro de 1999, mediante a **Fundação Belgo-Mineira**, braço social da companhia, o **Projeto Cidadãos do Amanhã**.

A proposta do projeto é valer-se dos incentivos fiscais previstos em lei e direcionar parte do imposto de renda dos empregados e de algumas das empresas do conglomerado para os fundos municipais que atendem crianças e adolescentes.

O ineditismo da iniciativa reside no fato de que, além da contribuição empresarial, parte do montante destinado às instituições é cedida pelos próprios empregados.

Para isso foi fundamental realizar uma campanha interna de esclarecimento, destinada aos empregados das empresas do conglomerado, explicando que a opção pela contribuição não alteraria os descontos legais nos *holleriths*, mas lhes daria uma destinação social previamente escolhida.

De fato, a possibilidade de participar do projeto depende de alguns critérios, como renda e desconto do imposto diretamente em folha. Ou seja, nem todo o quadro de funcionários pode contribuir. Apesar desta limitação, as adesões corresponderam a 95% do previsto.

Desde o lançamento do projeto já foram arrecadados R\$ 276 mil, graças à doação de 411 funcionários e de três empresas do Grupo: a Belgo-Mineira Bekaert Arames, a Belgo-Mineira Bekaert e a Belgo-Mineira Fomento Mercantil.

A Fundação Belgo-Mineira, que apóia prioritariamente projetos de educação, saúde, lazer, esporte e cultura, também conseguiu, em negociação com os fundos municipais beneficiados, que o montante arrecadado fosse direcionado para entidades previamente selecionadas.

No total, doze entidades estão sendo beneficiadas: nove em Minas Gerais, onde está sediada a Belgo-Mineira, duas no Espírito Santo e uma em São Paulo.

Fundação Belgo-Mineira: (0xx31) 219-1426 / www.belgomineria.com.br

TERCEIRA PARTE

O QUE FAZER

PROJETOS SOCIAIS

VOLTADOS PARA A

CRIANÇA E O ADOLESCENTE

Investindo em Projetos Sociais para a Infância e a Adolescência

5

5.1. Educação infantil

“É dever do Estado assegurar atendimento em creche e pré-escola às crianças de zero a seis anos de idade” (Estatuto da Criança e do Adolescente, artigo 54, inciso IV)

O termo educação infantil refere-se às creches (que atendem crianças de zero a três anos de idade) e às pré-escolas (com crianças de quatro a seis anos de idade). É definida pela Lei de Diretrizes e Bases de 1996 como a primeira etapa da educação básica.

Apesar disso, a educação infantil enfrenta um problema sério: embora sua existência e importância sejam previstas em lei, o mesmo não ocorre com suas dotações orçamentárias.

As empresas podem investir na educação infantil, de imediato, **financiando o planejamento, a construção e o custeio de novas creches e pré-escolas.**

Outro campo onde as empresas podem auxiliar decisivamente creches e pré-escolas é apoiando a formação e capacitação dos profissionais, de modo a garantir e ampliar a qualidade do atendimento.

As empresas podem também fornecer assessoria pedagógica especializada para creches e outros centros de educação infantil, além de financiar pesquisas e estudos de ponta.

Além disso, a soliedariedade empresarial pode dar exemplo, com a adesão escrupulosa às disposições legais sobre a obrigatoriedade da existência de creches em grandes empresas.

Mesmo aquelas empresas que, por seu número de funcionários, não estão obrigadas a mantê-las, os empresários podem se unir para disponibilizar creches ou pré-escolas como forma de exercer sua responsabilidade social em relação à primeira infância.

Um grupo de empresas, com destaque para o Banco Safra (por meio da fundação que leva seu nome) vem apoiando decisivamente importantes trabalhos em educação infantil, o da Associação das Mulheres pela Educação e do Centro de Educação Popular da Comunidade Nossa Senhora Aparecida, ambos na periferia de São Paulo.

Uma Vitória em Parceria

Um exemplo de investimento direto em creches e pré-escolas foi a ação da **Fundação Safra**, assessorada pelo **Centro de Estudos e Informações Crecheplan** no financiamento da construção de núcleos de educação infantil.

O projeto começou em 1997. Foi previsto que cada núcleo poderia atender até 130 crianças de zero a seis anos, além de funcionar como centro de referência em educação infantil na comunidade.

A conformação físico-arquitetônica obedece aos mais avançados critérios, além de possibilitar aumento de atendimentos nos bairros beneficiados e abrigar áreas especializadas para o atendimento direto das crianças.

Durante o período de construção dos núcleos foi também financiada a capacitação técnico-pedagógica das equipes responsáveis.

Em 1998 foi inaugurado o primeiro núcleo, a Creche Casa da Criança, mantida pelo Centro de Educação Popular da Comunidade Nossa Senhora Aparecida, em Ermelino Matarazzo, Zona Leste de São Paulo.

No ano 2000 foi a vez da Casa do Aprender, da Associação das Mulheres pela Educação, a AME, de Osasco. Este núcleo fica no bairro de Munhoz Júnior.

A própria AME exemplifica outras parcerias bem-sucedidas: a antiga Associação das Mães Crecheiras de Osasco, fundada em 1986 com o objetivo de melhorar o atendimento espontâneo que era dado em duzentos domicílios particulares, hoje administra dez creches comunitárias para cerca de mil crianças de até seis anos de idade, dois centros de estudos, esportes e artes para duzentas crianças de sete a catorze anos, além de oferecer cursos de qualificação profissional.

Em suas creches a preocupação é construir um projeto educativo que considere a criança um ser pensante. A missão da instituição foi definida como sendo a de "atuar junto à comunidade de baixa renda para criar e manter equipamentos destinados à educação de boa qualidade para crianças, adolescentes e adultos, proporcionando-lhes acesso a atividades que ampliem seu universo cultural nas diferentes áreas do conhecimento".

A expansão da AME começou em 1991 com a conquista do apoio de várias empresas, como o **Instituto C&A de Desenvolvimento Social**, o **Instituto Credicard**, a **Fundação Levi's Strauss** e as fundações **Samuell** e **Vitae**. A rede de supermercados **Pão de Açúcar** assumiu o aluguel dos escritórios da instituição e do espaço de formação dos profissionais, além de semanalmente fazer doações de alimentos, materiais de consumo e equipamentos provenientes da distribuidora do grupo, situada na região. Outras contribuições empresariais, como as da **Texaco** (cessão de empilhadeiras e máquinas), **Bauducco** e **Kellogg's** (doações de alimentos), além de um bazar para geração de renda com os excedentes não utilizados pelas crianças, têm auxiliado a AME em sua tarefa.

Associação das Mulheres pela Educação — AME: (0xx11) 7087 8599
Centro de Educação Popular da Comunidade Nossa Senhora Aparecida:
(0xx11) 6943.0229

5.2.

Ensino fundamental e médio

“É dever do Estado assegurar à criança e ao adolescente ensino fundamental, obrigatório e gratuito, inclusive para os que a ele não tiveram acesso na idade própria; e progressiva extensão da obrigatoriedade e gratuidade ao ensino médio ” (Estatuto da Criança e do Adolescente, artigo 54, incisos I e II)

As empresas podem contribuir para solucionar os grandes problemas de educação fundamental e do ensino médio no nosso país.

Sem substituir o poder público, a **cidadania empresarial pode estabelecer parcerias com escolas e com o Estado em projetos exemplares, capazes de serem reproduzidos e de beneficiarem, a médio prazo, toda a sociedade.**

O papel das empresas pode começar pelo respeito à lei no que se refere ao pagamento do salário-educação. Ao exigir do poder público total transparência sobre os volumes e destinações dos fundos arrecadados com o salário-educação, as organizações podem dar sentido social e relevância a este custo.

Fora do âmbito legal, as empresas podem começar um trabalho em favor da escola pública **ao se aproximar delas em cada comunidade onde atuam, no sentido de conhecê-las e às suas questões: projetos, problemas, parceiros e ações.**

As empresas podem, com seu exemplo, mobilizar a comunidade em prol das escolas. Sua presença em reuniões e sua participação em projetos constituem, em si, fator de estímulo para alunos, pais, professores e funcionários, além de organicidade para todas as ações.

As empresas podem mobilizar seu público interno, o voluntariado corporativo, que deve ser conquistado gradualmente para a participação em projetos a favor da escola, como exercício de cidadania. Ainda no âmbito interno **as empresas podem contribuir decisivamente para a educação dos filhos de seus empregados**, apoiando e sustentando desde programas de reforço e complementação escolar, até a manutenção de salas de aula e escolas especialmente voltadas para as crianças e adolescentes das famílias de funcionários. É uma ação importante do ponto de vista exemplar porque está muito próxima do alcance efetivo, e imediato, de todas as empresas.

Podem ainda identificar e mobilizar parceiros, como *experts* e consultores de um lado, e os saberes locais do outro, representados pelas associações de moradores, pelo time de futebol amador, pelo jornal do bairro etc., no sentido de viabilizar projetos educativos que, normalmente, abordam pontos específicos. Ao fazer isso elas estarão contribuindo para a formação dos educadores envolvidos.

As empresas podem também planejar o investimento de recursos financeiros nos projetos em prol da escola pública, pensando na sua continuidade no tempo.

Os investimentos empresariais podem ser de prazo limitado, porém o mesmo não ocorre na relação de parceria. Ela inclui muito mais do que dinheiro.

Com ajuda de especialistas ou por meio de estudos, as empresas podem instituir parâmetros de avaliação em educação para saber se os projetos que apóiam estão sendo bem-sucedidos ou não, lembrando-se que na área social os critérios precisam levar em conta o impacto das ações, e não apenas os números.

As empresas podem divulgar os projetos realizados em parceria. E podem mostrar os resultados a outras organizações, não tanto para atraí-las para o projeto, porém muito mais para sensibilizar novos parceiros potenciais para a causa da escola pública.

As empresas podem conquistar apoio social para suas parcerias com as escolas públicas, anunciando, por exemplo, campanhas em prol dessas intuições para as quais são destinados percentuais sobre a venda de certos produtos.

Desse modo, elas podem atrair a atenção das pessoas para a questão da educação, tornando a compra de um bem ou serviço socialmente significativa, uma opção de consciência.

Em ações pela qualidade do ensino as empresas podem criar formas de apoio aos alunos para que freqüentem as aulas regularmente e podem sustentar projetos variados: aulas de reforço escolar, oficinas de estímulo à leitura, treinamentos e capacitação de professores, acesso a conteúdos fundamentais, apoio a conselhos escolares, financiamento de instalações e equipamentos, sensibilização de famílias para melhoria da relação com a escola, produção de materiais didáticos etc.

A grande meta visada pela parceria entre empresa e escola é a implantação de projetos educativos de qualidade em escolas públicas, capazes de favorecer o desempenho escolar e resgatar a dignidade do maior número possível de alunos.

Mas como saber se a almejada qualidade no ensino público está sendo alcançada? Há muitos parâmetros, porém em linhas gerais pode-se afirmar que:

- 1. em propostas educacionais de qualidade toda criança é considerada alguém capaz de construir seu próprio conhecimento, num tempo próprio, desde que dadas as condições e os incentivos para isso;
- 2. nas escolas onde a qualidade do ensino é a meta, os professores são os autores de sua própria prática, sendo-lhes garantida autonomia, gestão democrática, tempo e espaço para refletir e adquirir novos saberes; e
- 3. nessa renovada escola, enfim, a participação ativa da comunidade (empresas, associações de moradores, instituições de atendimento, voluntários, etc.) está viva, de modo que sua dupla característica de espaço de aprendizado e espaço público gera interação e se potencializa.

Exemplos importantes são as atuações da Natura Cosméticos no financiamento das escolas, e do Banco Itaú, no reconhecimento das ações e articulação de parcerias.

Uma Empresa e Suas Voluntárias a Favor da Escola Pública no Brasil

A Natura Cosméticos é, no Brasil, líder em seu setor. A companhia valeu-se precisamente das características de seu sistema de comercialização, cuja base é o trabalho de 250 mil representantes (as “Consultoras Natura”) para captar recursos para um grande projeto de ação social na área de educação: o **Programa Crer Para Ver**, criado em parceria com a Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança.

As consultoras, em sua atividade de comercialização dos produtos da empresa, vendem, voluntariamente, uma linha de produtos criada especialmente para o Crer Para Ver a partir de obras doadas por artistas. São cartões, embalagens para presentes, camisetas, cadernos e canetas que geram fundos anuais ao Programa.

Portanto, a base do funcionamento da mecânica de arrecadação é a mobilização do público interno da companhia e colaboradores que, por intermédio do voluntariado, viabiliza a obtenção dos recursos para o Programa.

Mas quando as consultoras propõem aos consumidores que agreguem às suas compras o apoio a um programa voltado para a melhoria do ensino público, adquirindo um dos produtos Crer Para Ver, também estão envolvendo o público externo da empresa e engajando a comunidade na promoção da qualidade de vida da criança brasileira.

É importante notar que a comercialização de produtos via consultoras foi o formato histórico com que a Natura cresceu. A empresa usou uma competência própria, o *know-how* que tinha na administração desse método de vendas. Para o financiamento do Programa, esse sistema comercial foi “traduzido” em termos do aproveitamento social de sua capacidade arrecadadora.

Esta arrecadação sustenta a administração do Programa, custeia a criação e produção dos itens a serem comercializados pelas consultoras e destina a maior parte dos fundos (mais de 1,5 milhão de dólares por ano) para o sustento direto dos projetos aprovados. Estes, na maioria, não se limitam a uma escola, mas a redes de ensino, beneficiando milhares de alunos.

Como se vê, o Programa exprime as características típicas da empresa promotora, sua identidade. Nos negócios, como na ação social, a Natura valoriza a participação, o envolvimento e a contribuição dos colaboradores.

O principal objetivo do Programa Crer Para Ver é cooperar para a melhoria da qualidade do sistema público de ensino brasileiro, por intermédio do apoio técnico e financeiro de projetos educacionais desenvolvidos com a participação da sociedade civil e articulados com o poder público. Os projetos apoiados pelo Crer Para Ver devem, necessariamente:

1. ser criados, apresentados e geridos pela comunidade: Associação de Pais e Mestres, Sociedade Amigos de Bairros, ONGs etc.;
2. beneficiar alunos de educação infantil (quatro a seis anos) e ensino fundamental (1ª à 8ª séries); e
3. atuar em uma das duas linhas de ação prioritárias do Programa: aprimoramento das práticas educativas e estímulo à gestão democrática na escola.

O Crer Para Ver considera que a educação de qualidade está relacionada ao projeto educativo que a própria escola elabora, efetivando sua responsabilidade social de ensinar significativamente os objetos de conhecimento. As escolas situadas em regiões com identidade local e coletiva devem promover o conhecimento e a valorização da cultura, aspectos que lhes dão uma feição peculiar, única.

Um critério para a aprovação dos projetos que se candidatam ao apoio do Programa é que haja uma articulação prévia com a Secretaria de Educação do município ou do estado, dependendo da instituição-alvo. O que se espera do poder público é que propicie as condições necessárias à realização do projeto, possibilitando as inovações propostas e, mais do que isto, acompanhando seu desenvolvimento com a perspectiva de incorporar os êxitos obtidos na definição de políticas públicas para a educação no seu âmbito de atuação.

Desde 1995, o Programa Crer Para Ver já beneficiou mais de 700 mil crianças, de 3410 escolas em vinte estados brasileiros.

Programa Crer Para Ver: (0xx11) 881-0699 r. 152 / www.fundabrinq.org.br/crerparaver

Não Basta Reconhecer: Tem que Participar

Em 1995 o **Banco Itaú**, através do **Programa Itaú Social**, e em parceria com o Unicef – Fundo das Nações Unidas para a Infância, e com o Cenpec – Centro de Estudos e Pesquisas em Educação, Cultura e Ação Comunitária, instituiu o **Prêmio Itaú-Unicef**. Realizado a cada dois anos, seu objetivo é identificar, promover e premiar o trabalho das organizações da sociedade civil (ONGs) que contribuem de forma eficaz para o ingresso, regresso, permanência e sucesso das crianças na escola pública.

O Prêmio, um dos mais importantes do Brasil para projetos voltados à escola pública, é uma das principais vertentes do **Projeto Educação & Participação**, onde os mesmos parceiros têm ampliado as metas e proposto novas linhas de ação para a melhoria da educação.

O princípio norteador é o do estímulo à educação como passo fundamental para a construção de um país economicamente mais próspero e socialmente mais justo.

No decorrer de suas ações, os realizadores do Prêmio Itaú-Unicef perceberam que viabilizar a escola pública como espaço efetivamente pertencente e integrado a toda a comunidade exige uma nova mentalidade de atuação em conjunto. Ou seja, que uma das ações fundamentais é fortalecer as entidades da sociedade civil (ONGs) comprometidas com o apoio e desenvolvimento do ensino público.

Com essa intenção o Prêmio Itaú-Unicef sinalizou, no ano de 1999, uma nova proposta. De fato o processo de seleção das ONGs finalistas para o Prêmio possibilita identificar trabalhos líderes em qualidade, consistência de projetos e compromisso com a educação.

Com isso cria-se a base para buscar novos parceiros e instituir uma rede de apoio técnico e financeiro, indispensável ao fortalecimento dessas organizações.

O **Programa Parcerias** é uma ação de aproximação entre o setor privado e essas ONGs para construir um espaço comum que reconheça e acolha a diversidade de papéis, propostas e práticas de seus componentes, superando a dispersão e o isolamento, marcando limites e diferenças, e identificando semelhanças.

O novo Programa, em implantação, quer promover o fortalecimento institucional das 30 ONGs finalistas do Prêmio Itaú-Unicef 1999, compatibilizando seus interesses com as expectativas do grupo de empresas apoiadoras.

Programa Itaú Social: Fax (0xx11) 237-2109

A encruzilhada da educação

A capacidade de uma nação realizar-se enquanto espaço de justiça social e prosperidade para seus cidadãos depende hoje, entre outros fatores, da qualidade da educação de seu povo.

No Brasil, o problema quantitativo está quase superado. Há 52 milhões de estudantes em todos os níveis de aprendizado, a imensa maioria em escolas públicas. Quase todas as crianças entre sete e catorze anos encontram vagas nessas escolas. Os maiores problemas, porém, são qualitativos. Hoje um recém-nascido brasileiro tem apenas 59% de chances de completar a oitava série do ensino fundamental.

Na sociedade informatizada do século XXI não possuir mais que os níveis rasos da informação, os rudimentos da matemática e alguma gramática de poucas frases e penosa escrita, será o caminho mais rápido para a exclusão e o atraso, tanto individual quanto coletivo. Daí a importância de um ensino eficaz, apto a qualificar o indivíduo em suas potencialidades.

Mas nossos altos níveis de repetência, evasão e fracasso escolar são alertas dramáticos. Embora o número de crianças matriculadas seja alto, o das que aprendem de fato é infinitamente menor. Infelizmente, a chegada de meninos e meninas à 4ª série do ensino fundamental que não sabem ler e escrever não constitui exceção, e sim a regra.

“A criança e o adolescente têm direito à educação, visando ao pleno desenvolvimento da sua pessoa, preparo para o exercício da cidadania e qualificação para o trabalho” (Estatuto da Criança e do Adolescente, artigo 53)

As empresas podem financiar programas de bolsa-escola nos quais um benefício mensal (uma bolsa, de valor variável, em geral indo de meio a um salário mínimo) é pago a cada família que assume o compromisso de tirar os filhos do trabalho e mantê-los na escola.

Esta mecânica, que também está embutida nos chamados programas de Renda Mínima, pode ser caracterizada como **uma política pública não tradicional.**

A bolsa-escola não é assistencialista, não podendo ser confundida com mera caridade: as famílias beneficiadas têm que oferecer, em contrapartida, a assiduidade escolar de seus filhos.

As empresas podem criar seus próprios programas de bolsa-escola, beneficiando famílias de funcionários ou a população de suas comunidades, ou então podem participar como financiadoras de programas de bolsa-escola já criados, estruturados e coordenados por organizações não-governamentais.

A exemplo do que ocorre nos programas governamentais de bolsa-escola, nos empresariais pode haver uma relação direta entre a empresa e as pessoas favorecidas, sem intermediários. Nesse caso, a troca de direitos e deveres é direta entre a empresa e família bolsista.

Dezenas de empresas já aderiram a projetos de bolsa-escola como os da ONG Missão Criança.

Todos Juntos pela Bolsa-Escola

Mais de trinta empresas, indo de nomes famosos, como Banco Mundial ou Telemig Celular, até referências locais, como Drogeria Santiago ou Posto Presidente, de Paracatu (MG), estão entre os parceiros da organização não-governamental **Missão Criança** e seu programa **Mania de Educação de Bolsas-Escola**.

Fundada em fins de 1998 pelo ex-governador do Distrito Federal Cristovam Buarque, a ONG tem como principal objetivo levar para todo o país o projeto da Bolsa-Escola Cidadã, que foi o marco da administração pública de Brasília durante quatro anos.

Pessoas físicas podem contribuir com doações mínimas de R\$ 10,00 (dez reais) mensais, sendo que para as empresas o mínimo é de R\$ 113,00 (cento e treze reais) por mês, o equivalente a uma Bolsa-Escola Cidadã. Além das empresas, cerca de 250 doadores individuais ajudaram o programa em 1999.

Com essa mecânica simples, empresários, instituições internacionais, locais, instituições de atendimento, além de centenas de voluntários, ajudaram a Missão Criança a terminar o ano de 1999 com o programa implantado em cinco cidades brasileiras (Formosa e Cidade Ocidental em Goiás; a capital do Amapá, Macapá; a capital amazonense, Manaus; e Paracatu, em Minas Gerais), pagando diretamente 336 bolsas, que resgataram 1008 crianças em idade escolar do trabalho infantil, devolvendo-as aos bancos escolares.

Porém o mais importante, para a ONG, foi que em quatro dos cinco municípios o programa cumpriu seu principal papel: atuou como semente e multiplicou-se. Em Manaus, a Prefeitura comprometeu-se a conceder mil Bolsas-Escola Cidadãs no ano 2000. Em Cidade Ocidental o governo da região vai pagar outras dez bolsas. Em Paracatu, a Prefeitura vai passar a manter as duzentas famílias do programa com recursos próprios, e em Macapá o número de bolsas vai dobrar. Outras prefeituras, como as de Belém, Teresina, Recife, Belo Horizonte, Vitória da Conquista (BA) e Mundo Novo (MS) aderiram ou prepararam-se para aderir ao programa. Governos estaduais, como os de Alagoas, Amapá e Mato Grosso do Sul, fizeram o mesmo.

Além da manutenção direta das Bolsas-Escola Cidadãs, a Missão Criança organiza ações voluntárias nas cidades onde o programa funciona, divulga o seu funcionamento e dá assessoria a todos os órgãos públicos ou privados que queiram implantar projetos semelhantes. Defende, em contatos internacionais, a proposta de trocar parte da dívida externa dos países do Terceiro Mundo por programas educacionais de bolsa-escola.

Missão Criança: (0xx61) 274-1961 / www.missaocrianca.org.br

A bolsa-escola e a emancipação do Brasil

O primeiro significado do Programa Bolsa-Escola é tirar as crianças do mercado de trabalho.

É um instrumento de prevenção e erradicação do trabalho infantil. As quantias que as crianças recebem a título de salário (normalmente em paga de funções não qualificadas, como o corte de cana-de-açúcar, a colheita de laranja, o trabalho em carvoarias etc.) são em geral inferiores a um salário mínimo. Para as famílias pobres é mais interessante manter as crianças estudando.

Ao elevar a oferta de mão-de-obra no mercado, o trabalho infantil contribui para aviltar os salários pagos aos trabalhadores adultos.

O sentido último do Programa Bolsa-Escola é renda mínima associada à educação. É uma forma criativa de resolver o problema de renda das famílias e elevar o padrão educacional dos brasileiros como um todo. Seus quatro mecanismos básicos são:

- 1. substituir a renda do trabalho dos filhos;*
- 2. obrigar a freqüência às aulas;*
- 3. retirar um dos elementos de pressão para o aumento do desemprego dos trabalhadores adultos; e*
- 4. evitar que novas crianças parem de estudar e venham trabalhar.*

5.4.

Complementação à escola (cultura, esportes, lazer etc.)

“Os municípios, com apoio dos estados e da União, estimularão e facilitarão a destinação de recursos e espaços para programações culturais, esportivas e de lazer, voltadas para a infância e a juventude” (Estatuto da Criança e do Adolescente, artigo 59)

A cidadania empresarial pode investir em quatro modalidades de núcleos de complementação da atividade escolar. Assim, **as empresas podem:**

- Financiar centros educacionais comunitários, onde o objetivo principal é o desenvolvimento da cidadania dos adolescentes. O programa de atividades é mais simples, inclui sempre reforço escolar básico, além de atividades como danças folclóricas, artesanato, recreação etc. As vivências comunitárias são centrais.
- Apoiar centros culturais ou casas de cultura, onde a complementação da educação de crianças e adolescentes ocorre pelo estímulo à expressão artística. Seu programa deve estar voltado para oficinas de teatro, circo, dança, artes plásticas, literatura, expressão corporal etc. Os resultados têm sido bem interessantes: além de serem mais atraentes e descobrirem talentos, efetivam um dos principais direitos infanto-juvenis — o do acesso à cultura.
- Criar ou manter centros de convivência, nos quais são valorizados a integração dos adolescentes, os “bate-papos”, a interação. As oficinas são realizadas em períodos mais curtos, e é dada orientação sobre assuntos referente à saúde, esportes etc.
- Associar-se a centros esportivos, onde utilizam-se principalmente modalidades coletivas para, além da diversão e passatempo, inculir nos participantes espírito de equipe, integração e percepção do grupo. Outro importante objetivo é o desenvolvimento dos potenciais corporais, com estímulo ao respeito por si mesmo, saúde etc.

- Financiar, apoiar e estimular ações para a implantação de currículos integrados nos centros, de modo que as atividades das escolas e dos centros sejam complementares, formando um todo cultural de conhecimento do mundo.

Em todas estas ações os adolescentes e crianças tem as lições básicas da cidadania: conviver com a diferença, comunicar-se e interagir, decidir em grupo, zelar pela saúde e o meio ambiente e valorizar saberes sociais.

Atividades como essas também podem ser patrocinadas fora da estrutura de Centros, em programas financiados ou promovidos pelas empresas. Em ambos os casos as principais metas da complementação educacional, sempre ligadas ao desempenho escolar, permanecem as mesmas: vão da familiaridade com o texto escrito ao regresso à escola.

Mas habilidades de convívio, resgate da alegria e do lúdico (jogos, festas, brincadeiras), conhecimento e intervenção na realidade cultural, orientação sexual, estímulo esportivo e educação ambiental também estão no horizonte dos educadores e de seus parceiros empresariais, como ocorre no **Centro Casa do Zezinho**, em São Paulo, ou no programa nacional **Fiat para os Jovens**.

Um Lugar para a Alegria

No bairro do parque Santo Antônio, Zona Sul de São Paulo, fica a Casa do Zezinho, planejada para atender até mil crianças e adolescentes num espaço de beleza, funcionalidade, alegria e arte. Com proposta jovem e arrojada, conquistou inúmeras parcerias empresariais.

Fundada em 1994, a casa atende crianças e adolescentes entre sete e dezessete anos de idade, filhos de famílias de baixa renda da região, matriculados na rede pública de ensino. Sua atividade inclui alimentação diária, material escolar e orientações para desenvolver a intuição, a criatividade e a capacidade produtiva de seu jovem público. Tudo gratuitamente.

A base do trabalho é a educação. Da equipe de colaboradores participam profissionais contratados e um extenso corpo de voluntários. As atividades estão voltadas para arte, cultura, capacitação profissional e esportes, sob a batuta dos valores de convívio, fraternidade e participação. As formas buscam a inovação, a educação interativa e a atualização.

Os alunos recebem assistência médica e odontológica e há trabalhos de interação com as suas famílias. As atividades ocorrem em oficinas agrupadas em cinco núcleos de atividades: **Corpo e Movimento** (capoeira, dança, futebol, vôlei e basquete), **Criatividade e Vida** (teatro, música, dança, cerâmica, mosaico, pintura e arranjos florais), **Capacitação Profissional** (informática, padaria, cabeleireiro, estúdio de som, reciclagem de papel, *silk-screen*, modelagem e corte e costura), **Formação e Ação** (revisão escolar e brinquedoteca) e **Saúde e Nutrição** (corpo a corpo e agente comunitário).

Para efetivar um programa tão extenso, a Casa do Zezinho conta com empresas como **Xerox** e **Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social — BNDES** (patrocinam oficinas culturais), **TetraPak** (doou toda a mobília da oficina de reciclagem de papel), **Multigrain/Trigonet** (doou a cozinha industrial da padaria), **Instituto Credicard** (construiu a piscina e paga profissionais do centro educacional), **HighValue** (doações de alimentos), **Zoomp** (10% da renda de dois bazares anuais), **Associação Alumni** (cede professores de inglês), **Moinho São Jorge** (fornece quinhentos quilos de farinha por mês) e outros doadores como **Murr Elektronik**, **Papéis Melhoramentos** e **Prestar Assistência**.

Casa do Zezinho: (0xx11) 5511-3760 / www.casadozezinho.org.br

Um Leque de Propostas para os Muitos Interesses dos Jovens Brasileiros

A **Fiat Automóveis** lançou, em 1997, o programa **Fiat para os Jovens** – um conjunto estratégico de ações socioculturais voltadas para a formação dos adolescentes.

De lá para cá 15 milhões de estudantes brasileiros entre 11 e 18 anos foram beneficiados, através de abordagens que buscam preencher o amplo leque de interesses do jovem de hoje nos mundos da escola e da cultura. A Fiat já investiu R\$ 20 milhões em ações que têm por base apoio e complemento à educação. São elas:

Moto Perpétuo – Fiat para a escola, a maior parceria firmada pelo MEC com a iniciativa privada, que distribui *kits* didáticos (fichas, posters, vídeos e apostilas) sobre segurança e educação para o trânsito, respeito e preservação do meio ambiente e a história da mobilidade. O projeto já chegou a 10 milhões de estudantes nos níveis fundamental e médio de 17 mil escolas brasileiras, e apresenta seus conceitos reforçando as matérias normalmente ministradas em sala de aula, com temas como transporte na história, desenvolvimento das cidades, meio ambiente urbano, leis da física, etc. Para avaliar os resultados do projeto a Fiat também patrocina, ao final do ano letivo, o concurso de trabalhos escolares **Idéias em Movimento**, que em 1999 recebeu mais de 103 mil inscrições;

O projeto **Retrato do Brasil** – que patrocinou a filmagem de 24 documentários culturais sobre o país, destinados às escolas e ao público brasileiro e estrangeiro. Os filmes contribuem para a reflexão sobre os 500 anos de Brasil, discutindo nossas riquezas culturais e naturais. A distribuição, iniciada em 2000, chega a 10 mil escolas: 5 mil brasileiras e 5 mil européias e sul-americanas. Retrato do Brasil passou a integrar a

grade de programação da TV Escola, canal por satélite do MEC, que beneficia 30 milhões de alunos da rede pública de ensino;

A parceria **Esportista Cidadão** começou em 1998 com o Minas Tênis Clube e a Prefeitura de Belo Horizonte e promove a prática do esporte na comunidade como processo educacional e valorização da cidadania. Beneficia cerca de 1.300 crianças de 7 a 13 anos nas modalidades futsal, basquete e vôlei;

A arte se une à cidadania e embeleza uma centena de muros da cidade de São Paulo, no **Projeto Cem Muros**, com mosaicos de ladrilhos, coloridos e temáticos, desenhados por alunos da rede pública e de várias instituições sociais. Essa parceria da Fiat com a **Associação Projeto Aprendiz** e a **Fundação BankBoston** deve concluir todos os 100 muros até o final do ano 2001;

E 130 mil jovens já puderam conhecer e usar simuladores de direção e realidade virtual no **Projeto Direção Segura** de educação e segurança no trânsito.

Fiat para os Jovens: 0800-551133 / www.fiat.com.br

5.5.

Formação profissional do adolescente

“O programa social que tenha por base o trabalho educativo, sob responsabilidade de entidade governamental ou não-governamental sem fins lucrativos, deverá assegurar ao adolescente que dele participe condições de capacitação para o exercício de atividade regular remunerada” (Estatuto da Criança e do Adolescente, artigo 68)

As empresas podem informar-se e colaborar com as novas possibilidades do aprendizado profissional.

As empresas viabilizam a formação profissional dos adolescentes ao adequarem-se à lei, contratando e remunerando adolescentes aprendizes.⁵

A aprendizagem profissionalizante deve ser entendida, porém, sob todos os pontos de vista, como parte da educação, e jamais como algo a ela contraposto: só pode ser realizada por meio de atividades onde as exigências pedagógicas de desenvolvimento de conhecimentos do aluno prevalecem sobre o aspecto produtivo.

⁵ A legislação determina que empresas de todos os setores produtivos devem admitir jovens aprendizes em todos os ofícios passíveis de aprendizagem, em cursos vinculados ou realizados pelas instituições do Sistema Nacional de Aprendizagem. Onde estes cursos não existirem, está prevista a assinatura de convênios com instituições que cumpram o mesmo objetivo.

Os dispositivos legais que regulamentam a aprendizagem profissional são: comércio e prestação de serviços — Decreto-Lei 8622/46, art 1º;

empresas do setor rural — CF/88, ADCT, art. 62;

indústria, comunicações e pesca — CLT, art. 429;

transportes — Lei 8703/93, art. 3º.

As empresas podem manifestar-se a favor da implantação de políticas públicas que possibilitem a aprendizagem em cursos ministrados por instituições especializadas de ensino, sejam públicas ou privadas.

Instituições privadas de ensino também podem dispor-se a firmar e manter convênios para receber em seus cursos os jovens aprendizes.

As empresas podem colaborar na formação profissional dos adolescentes abrindo-se para a metodologia AMPE — Aprendizagem Metódica no Próprio Emprego.

Nesse sentido, podem apoiar a formação profissional dos adolescentes ao disponibilizarem espaço e equipamento de suas próprias instalações para cursos, desde que disponham, por lei, de ambiente adequado para assimilação metódica dos conteúdos.

As empresas podem fornecer bolsas-aprendizagem, propiciando aos adolescentes formação em cursos externos de qualificação profissional.

Às empresas industriais que montarem cursos próprios de formação profissional fica facultado por lei o direito de não pagar a contribuição para a manutenção do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial — Senai.

As empresas, em todas estas modalidades, estão cumprindo a lei e apoiando uma tarefa do poder público situada no âmbito da educação.

Ao participarem ativamente da capacitação para a empregabilidade, elas articulam o trinômio educação-trabalho-renda e podem, assim, avaliar e concretizar tentativas de dignificar as remunerações de adolescentes de baixa renda.

Por outro lado, essas remunerações pagas aos adolescentes e aprendizes podem ter um valor educativo, superior ao monetário, na medida em que habituam seus beneficiários com o usufruto e a gestão dos resultados do próprio esforço.

Como parte da educação, a aprendizagem profissional, por salvaguarda legal, não pode contrapor-se ou inviabilizar o ensino regular e a freqüência às aulas dos aprendizes.

No Rio Grande do Sul, uma rede de empresas assumiu diretamente a administração de cursos para adolescentes.

Em Busca de Dignidade e Empregos no Rio Grande do Sul

Como um empresário ocupado, em ambiente turbulento, pode ajudar a comunidade onde atua? Geraldo Tollens Linck, proprietário de uma revendedora de máquinas para construir estradas no Rio Grande do Sul, resolveu responder à questão.

Em 1976 Linck improvisou uma sala de aula na revendedora e procurou os adolescentes pobres dos arredores propondo um curso sobre mecânica de máquinas rodoviárias, segurança no trabalho, higiene e saúde. Não prometeu empregos, apenas capacitação digna e chances no mercado.

Em pouco tempo a primeira turma estava se formando, com quinze alunos. Depois de alguns anos o curso começou a ficar famoso: uma referência para as comunidades atendidas e as empresas que contratavam os garotos.

O sucesso da atividade estimulou outros empresários, que procuraram Linck para fazer o mesmo. Foi quando ele teve a idéia de sistematizar o conhecimento acumulado em mais de uma década e expandi-lo por meio de um modelo de franquia.

Em 1988, uma rede de espaços de aprendizagem para adolescentes pobres começou a se formar nas empresas. A meta não era auto-suprir necessidades de mão-de-obra, e sim formar para o mercado.

Essa rede foi chamada de Projeto Pescar e, a partir de 1995, **Fundação Pescar**, inspirando-se num provérbio: *"Se queres matar a fome de alguém, dá-lhe um peixe; se queres que nunca mais passe fome, ensina-o a pescar"*.

As empresas também se capacitam como centros de aprendizado e depois tocam sozinhas o projeto. Após firmar contrato com a Fundação, a empresa define com um profissional enviado para isso o que vai ensinar, escolhendo o funcionário com o perfil mais adequado para dar as aulas. O segredo está em cada empresa ensinar o que sabe fazer.

O funcionário-professor é a figura-chave. Em cada empresa organiza a seleção dos adolescentes candidatos (em geral dez por vaga), faz o levantamento socioeconômico e indica os mais necessitados. No início, o ensino preponderante era a mecânica. Hoje, companhias do setor eletrônico e de serviços integraram-se e diversificaram a oferta.

Atualmente, o projeto é ministrado em 36 empresas, formando 1200 alunos por ano, em cursos semestrais de quinhentas horas/aula (média). Outras quatro empresas — **Linck, Volvo, Varig e Ipiranga** - custeiam os 250 mil reais necessários para manter a Fundação. O projeto já formou 2.800 adolescentes e foi premiado treze vezes em sete anos.

Fundação Projeto Pescar: (0xx51) 337-3333

5.6.

Medidas socioeducativas

“A medida aplicada ao adolescente levará em conta sua capacidade de cumpri-la, as circunstâncias e a gravidade da infração” (Estatuto da Criança e do Adolescente, artigo 112, parágrafo 1º)

Medidas socioeducativas denominam a série gradual de advertências, acompanhamentos e restrições previstas para os adolescentes em conflito com a lei.

1. Advertência: primeira prevenção contra a repetição da infração.
2. Obrigação de reparar o dano: restituição do bem ou ressarcimento (em caso de falta de meios do adolescente, o juiz indica punição mais adequada).
3. Prestação de serviços à comunidade: tarefa não remunerada de interesse geral em hospitais, escolas etc., que o infrator cumpre por, no mínimo, seis meses.
4. Liberdade assistida: acompanhamento personalizado de adolescentes que precisam ter a vida social acompanhada de perto (também pode ser usada pelo juiz como remissão da internação, dependendo de bom comportamento).
5. Regime de semiliberdade: aplicável na transição da internação à liberdade ou como primeira medida socioeducativa (afasta o adolescente da família e vida social em semi-internatos ou unidade comunitária, sem privação total do direito de ir-e-vir, sendo obrigatória a escola e a profissionalização).
6. Internação: é a privação de liberdade, para infrações graves, que deve ser cumprida em instituições exclusivas para adolescentes, com separação rigorosa de sexo, idade, desenvolvimento físico e gravidade da infração. As atividades educativas são obrigatórias, e o Estado é o responsável pela integridade física e mental dos internos.

As empresas podem apoiar a aplicação das medidas destinando recursos, por exemplo, às ONGs parceiras do ministério público que fazem o trabalho de acompanhamento. É recomendável que o trabalho de acompanhamento seja sempre tripartido entre ministério público, poder público e ONGs, estas últimas podendo ser diretamente apoiadas pela iniciativa privada.

Um exemplo: em Recife as chamadas medidas socioeducativas em meio aberto foram aplicadas pela 2ª Vara da Infância e Adolescência. Até 1997 os dados eram esses: 84 orientadores de 56 instituições conveniadas ao Programa, sob coordenação geral da ONG Retome sua Vida, acompanhavam e orientavam 425 adolescentes infratores em liberdade assistida. Deles, 371 não voltaram a reincidir! O índice de recuperação é de 87,3%!

Faculdades e colégios secundários privados podem apoiar a aplicação das medidas por intermédio do voluntariado de seus estudantes na função de acompanhantes dos jovens infratores, principalmente os dos cursos de Serviço Social, Medicina, Enfermagem, Psicologia e Pedagogia.

As empresas podem, enfim, oferecer serviços auxiliares aos programas de acompanhamento, semiliberdade e liberdade assistida, como consultas médicas e psicológicas, cursos profissionalizantes e até bolsas-escola.

As empresas podem sustentar centros de apoio psicológico aos vínculos dos pais e familiares com as crianças e adolescentes, valorizando o diálogo, o respeito mútuo e o espírito de integração.

Nem todas as medidas socioeducativas são brandas. Elas também punem, mas sempre na perspectiva de promover a educação do infrator. E podem ser bem rigorosas: enquanto um adulto primário cumpre cinco anos por roubo à mão armada, que podem ser reduzidos para dois por bom comportamento e até para cumprimento em liberdade, o mesmo não ocorre com os adolescentes. Pelo mesmo tipo de delito, um interno cumpre três anos de reclusão, sem apelo!

A diferença está na possibilidade real que os adolescentes têm de modificar seu comportamento pela abordagem socioeducativa, o que não ocorre no sistema carcerário comum, que é uma escola de delinquência. Esse princípio mobilizou os estudantes de uma faculdade privada em Belém do Pará.

Apostando na Liberdade

No **Pólo de Liberdade Assistida Comunitária de Belém do Pará**, o Poder Judiciário aliou-se a uma faculdade privada, a **Escola de Serviço Social da Universidade da Amazônia**, para viabilizar o acompanhamento de adolescentes infratores condenados a cumprir medidas socioeducativas em meio aberto.

Os alunos do último ano de Serviço Social passaram a orientar os adolescentes do programa de Liberdade Assistida, funcionando como tutores. A Universidade ofereceu um abatimento de 50% nas mensalidades desses alunos, que respondem por uma tarefa cheia de responsabilidades e tão necessitada de sensibilidade, atenção e preparo profissional.

O atual investimento no Pólo de Liberdade Assistida é de 50 mil reais por ano. Seus três pilares são: integração com as famílias, articulação interinstitucional e formação sociopolítica dos orientadores. Para a integração familiar são realizadas reuniões mensais com os pais dos adolescentes, orientadores e professores. Os alunos, ao notar ausências repetidas, vão até as comunidades para ver o que está ocorrendo com seus orientandos.

A articulação entre Judiciário e Universidade visa ampliar o campo de apoio e parceria política. Quanto à convivência comunitária, ela se exprime pela aproximação do orientador com a comunidade onde os adolescentes residem, buscando apoio de vizinhos, ONGs etc.

Uma rede de serviços como assistência médica e odontológica, ajuda terapêutica, encaminhamentos para cursos profissionalizantes e concessão de bolsa-escola, auxilia o sucesso do programa.

Nos seus quatro anos de existência, nenhum dos quase duzentos adolescentes que passaram pelo programa voltou a reincidir.

Pólo de Liberdade Assistida Comunitária — Belém/PA: (0xx91) 210-3122

5.7.

Crianças com necessidades especiais

*“É dever do Estado assegurar à criança e ao adolescente atendimento educacional especializado aos portadores de deficiência, preferencialmente na rede regular de ensino”
(Estatuto da Criança e do Adolescente, artigo 54, inciso III)*

Cerca de 10% das crianças brasileiras apresentam necessidades especiais (são portadoras de deficiência mental, auditiva, visual, física, de deficiência múltipla ou portadoras de altas habilidades). A exclusão do convívio social é seu estigma: menos de 3% delas têm algum tipo de atendimento.

Escolas e outras empresas educacionais podem oferecer bolsas e vagas conforme os princípios da Educação Inclusiva, comprometida com a cidadania e com uma sociedade democrática e não excludente.

É considerada escola inclusiva aquela que abre espaço para todas as crianças, abrangendo as que têm necessidades especiais. Seu principal desafio é criar uma pedagogia capaz de educar todas, sem discriminar, porém respeitando suas diferenças.

Para o sucesso deste tipo de escola, a formação dos professores é essencial, e faculdades e centros de pesquisa podem disponibilizar informações específicas para esses educadores e profissionais em bancos de dados e redes eletrônicas.

As empresas podem financiar ou levantar recursos para projetos e/ou obras de adequação física dos espaços de escolas e outros locais freqüentados por crianças e adolescentes com necessidades especiais.

Outra possibilidade de ação é o financiamento de campanhas de integração e esclarecimento que difundam o conceito da escola inclusiva.

As empresas também podem ajudar a difundir, entre seu público interno e externo, por meio de boletins e outros veículos de comunicação, o duplo conceito pelo qual crianças que convivem com a diversidade em suas instituições de ensino aprendem muito com ela, enquanto para aquelas com necessidades especiais o convívio representa inserção social, favorece o desenvolvimento e a aprendizagem, cria vínculos estimuladores e ajuda a confrontar a diferença e trabalhar com as próprias dificuldades.

Além disso, as empresas podem ajudar de forma muito importante a vencer os preconceitos ainda existentes em torno das crianças e jovens com necessidades especiais, **empregando-os em suas dependências**.

As empresas atenderiam, assim, uma dupla responsabilidade social: propiciar a empregabilidade dos adolescentes em geral e dos que têm necessidades especiais em particular por meio da profissionalização; e dar oportunidade de integração aos jovens com necessidades especiais, praticando — e difundindo pelo exemplo — os modos e hábitos da não-exclusão, da democracia e da solidariedade.

As empresas ainda podem influenciar o poder público a assegurar aos portadores de deficiência atendimento educacional especializado, de preferência na rede regular de ensino, conforme recomenda o Estatuto da Criança e do Adolescente.

Na Rede Saci, a solidariedade social das empresas também volta-se para as crianças e adolescentes com necessidades especiais.

Também pela Internet dá para Apoiar todas as Crianças, sem Exceções

A **Rede Saci — Solidariedade, Apoio, Comunicação e Informação** — reúne iniciativas e projetos para colocar serviços eletrônicos da Internet a serviço das pessoas com necessidades especiais, inclusive educadores. Ela está disponível pelo *site* www.saci.org.br.

Os serviços de informação que se encontram reunidos na Saci também estão voltados para a criança com necessidades especiais, por intermédio dos projetos Saci na Saúde e Saci na Escola, além dos bancos de dados, que reúnem materiais específicos para orientação de professores que trabalham com crianças e adolescentes que apresentam necessidades especiais.

A base conceitual da Rede é a tese de que a informação pode combater preconceitos, discriminação e promover a inclusão social e a cidadania, até mesmo das crianças e adolescentes com necessidades especiais.

Os principais bancos de informação para o atendimento de adolescentes referem-se à Educação Inclusiva e ao respaldo de professores. Além disso, na Rede os educadores encontram listas de indicações para outros *sites* de informação que tratam deste tema.

A Rede Saci é operada pela Ceca/USP — Coordenadoria Executiva de Cooperação Universitária e de Atividades Especiais — e pelo NCE/UFRJ — Núcleo de Computação Eletrônica da Universidade Federal do Rio de Janeiro, pela Rede Nacional de Pesquisas do CNPq e pelo Amankay, Instituto de Estudos e Pesquisas.

Os apoiadores da Rede Saci, responsáveis pelo aporte de recursos financeiros, são as fundações **Telefônica** e **Vitae — Apoio à Cultura, Educação e Promoção Social**.

Os parceiros que doaram recursos de naturezas diversas são: **IBM do Brasil**, **InterNexo Ltda.** (São José dos Campos/SP), **Associação Brasileira de Provedores da Internet**, **Agência Estado**, **Imagens da Educação**, **Hospital das Clínicas da Universidade de São Paulo**, **Instituto Benjamin Constant** e **CCE — Centro de Computação Eletrônica da USP**.

Rede Saci: (0xx11) 3818-4155 / www.saci.org.br

“As entidades que desenvolvem programas de abrigo deverão adotar os seguintes princípios: preservação dos vínculos familiares, integração em família substituta quando esgotados os recursos de manutenção da família de origem, atendimento personalizado e em pequenos grupos, desenvolvimento de atividades em regime de co-educação, não-desmembramento de grupos de irmãos, evitar sempre que possível a transferência para outras entidades de crianças e adolescentes abrigados, participação na vida da comunidade local, preparação gradativa para o desligamento e participação de pessoas da comunidade no processo educativo” (Estatuto da Criança e do Adolescente, artigo 92, incisos I a IX)

Abrigos são locais especiais que oferecem proteção e moradia provisória para crianças em situação de risco extremo porque suas famílias, por razões materiais ou emocionais, as negligenciaram, relegaram ao abandono ou as expuseram à violência física.

O Estatuto da Criança e do Adolescente determina que, nestes casos, o juiz pode, como medida de proteção temporária, encaminhar a criança para um abrigo até que a família original da criança possa recebê-la de volta ou até ser encontrada uma família substituta.

As empresas podem ser importantes parceiras dos abrigos no cumprimento de suas finalidades legais.

Para cumprir sua missão, os abrigos devem oferecer à criança um ambiente de brincadeiras e jogos pedagógicos favorável a seu desenvolvimento, além de assegurar condições de vida diárias as mais próximas possíveis do ambiente familiar.

Pela lei, nos abrigos o número de crianças não pode ser grande: é preciso garantir que elas recebam atenção, afetividade, acolhimento e segurança.

Assim, um primeiro investimento das empresas nos abrigos pode ser em recursos humanos aptos a estabelecer relações íntimas, carinhosas e pedagogicamente consistentes com as crianças.

Empresas de advocacia ou grandes organizações com departamentos jurídicos estruturados podem suprir as frequentes necessidades de defesa e encaminhamento jurídico que os abrigos têm, também por força da lei.

As empresas podem ainda investir na infra-estrutura dos abrigos, que privilegiam o atendimento em pequenas unidades.

Podem também responder pelas condições de higiene, salubridade ou segurança dos abrigos, fornecendo produtos, mão-de-obra ou serviços para essas finalidades.

A solidariedade empresarial pode manter os espaços de recreação, estudos e lazer nos abrigos. Assim, podem ser articuladas parcerias para garantir o acesso das crianças abrigadas aos serviços da comunidade ou para dar suporte à administração.

As empresas, enfim, podem suprir os abrigos com fontes de financiamento regular e contínuo que assegurem a qualidade do trabalho.

No exemplo do Lar de Infância de Nice, a parceria empresarial resolveu questões de infra-estrutura do espaço físico da instituição.

Abrigos se Adequando à Nova Realidade

O Lar da Infância de Nice é mantido pelo Centro Espírita Irmã Nice, no bairro da Vila Carrão, em São Paulo. Atende 120 crianças: oitenta em abrigo e outras quarenta em creche.

A entidade presta todos os serviços necessários à guarda das crianças encaminhadas pelas varas de Infância e Adolescência, com serviços educacionais, sociais, psicológicos, médicos e odontológicos. Seu objetivo é o desenvolvimento integral das crianças como seres humanos, atendendo cada uma delas na sua individualidade.

O Lar de Nice tem bom projeto pedagógico, mantendo, além do abrigo, serviços de pré-escola, reforço escolar e aulas de informática. No berçário, dispensa cuidados básicos a crianças com até dois anos de idade.

Além disso, o Lar desenvolve atividades ocupacionais para adolescentes, que incluem desde a responsabilidade por rotinas leves até a formação profissionalizante. Participam de atividades recreativas e esportivas, com passeios e festas. Contam ainda com espaços para recreação, *playground*, TV e vídeo.

As grandes necessidades do Lar de Nice são de infra-estrutura física para adequá-lo às orientações do ECA quanto ao tamanho dos dormitórios. Assim, devem ser construídos espaços mais aconchegantes que possibilitem à criança ter a sua privacidade garantida.

O atendimento das crianças procura ser individual, identificando as necessidades de cada um, as quais devem ser supridas, na comunidade, com o envolvimento de voluntários e parceiros.

A brevidade do período de internação é garantida por intermédio do trabalho com as famílias, realizado em conjunto com a Vara da Infância e Adolescência.

O grande parceiro do Lar de Nice é, adequadamente, uma empresa de engenharia, que há muitos anos financia e executa as reformas da instituição, com um detalhe: **evita divulgar o próprio nome, fazendo o trabalho em total anonimato.**

Além deste grande (e anônimo) parceiro, a instituição é conveniada ao Projeto Nossas Crianças, da Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança, e tem parceria com a **Editora CD Expert**, que fornece mil litros de leite por mês.

Lar de Infância de Nice: (0xx11) 296-3462

5.9.

Saúde e agentes comunitários

“A criança e o adolescente têm direito a proteção à vida e à saúde, mediante a efetivação de políticas sociais públicas que permitam o nascimento e o desenvolvimento sadio e harmonioso, em condições dignas de existência” (Estatuto da Criança e do Adolescente, artigo 7)

Saúde é direito de todos — especialmente de crianças e adolescentes — e dever do Estado.

As empresas, especialmente as que atuam na área médica, como hospitais e convênios, podem sustentar projetos exemplares de atendimento a crianças e adolescentes, sempre sem substituir as obrigações do poder público.

Desse modo, as empresas podem ajudar a evoluir, com seu exemplo, do antigo modelo assistencialista, centrado na doença e baseado na idéia de atender a quem procura, para o modelo de atenção integral à saúde, com ações de promoção, prevenção e proteção, além das de recuperação.

As empresas investem em **promoção da saúde** ao financiarem projetos de educação sanitária, capacitações para uma vida saudável, desenvolvimento de aptidões e investimentos no meio ambiente.

As empresas investem em **prevenção e proteção da saúde** ao sustentarem programas de vigilância epidemiológica, campanhas de vacinação, ações de saneamento básico, de vigilância sanitária de alimentos, remédios e meio ambiente, de adequação de ambientes de trabalho e aconselhamentos específicos.

Vale lembrar que são as crianças e adolescentes os mais afetados por estes fatores, devido à sua condição de pessoas em fase peculiar de desenvolvimento.

Um bom modo de promover e prevenir a saúde infanto-juvenil pode ser focar, nos investimentos empresariais, a saúde da família.

Outras ações que empresas podem financiar com a parceria de médicos, dentistas e profissionais da saúde referem-se à formação de grupos de especialistas que dividem entre si a responsabilidade de fornecer atendimentos especializados a crianças e adolescentes.

No Projeto Adotei um Sorriso, aliança estratégica entre a Fundação Abrinq e o Instituto Ayrton Senna, por exemplo, centenas de dentistas comprometeram-se, individualmente, a dar atendimento a uma criança ou adolescente até que este atinja a idade adulta, o que tem permitido ampliar bastante o atendimento odontológico nas instituições ligadas ao projeto.

As empresas também podem investir em ações voltadas para a saúde das mães, fator essencial para dar às crianças uma vida efetivamente saudável desde os primeiros anos de vida.

Em ambos os casos, a premissa é que filhos de pais saudáveis tendem a ser mais saudáveis.

As empresas, em especial as médicas, podem promover ações comunitárias de mobilização de profissionais da saúde com o deslocamento até as áreas onde sua ação é mais necessária. E quando a área de atuação da empresa não for diretamente relacionada à saúde, sempre será possível usar suas competências para mobilizar recursos e criar ações específicas a favor da saúde de crianças e jovens.

No primeiro caso, inclui-se o Hospital Albert Einstein. No segundo, a rede de lanchonetes McDonald's.

Uma Idéia Genial

Desde 1969 o Hospital Israelita Albert Einstein, por meio da dedicação exclusiva de seu Departamento de Pediatria Assistencial, atende às populações de baixa renda da Zona Sul de São Paulo, notadamente as famílias da Favela Paraisópolis, onde vivem 33 mil pessoas, 11 mil das quais são crianças com até doze anos de idade.

Apesar disto, e comprovando que a prevenção é a atitude fundamental para garantia da saúde, em 1997, 40% das crianças que passaram pela Pediatria Assistencial foram reinternadas.

Em função de dados como estes, o Hospital resolveu criar, nesse mesmo ano, o programa **Einstein na Comunidade** para promover a saúde e prevenir doenças a partir de diversas atuações junto aos moradores da Favela Paraisópolis, seguindo conceitos da medicina social.

Inicialmente foi realizado um levantamento detalhado das condições de saúde e das necessidades dos moradores, a partir de cada família. Assim, o plano elaborado foi fruto da mobilização da comunidade junto com os especialistas do Hospital.

As ações que foram definidas para o programa são integradas e formam uma rede de saúde. Conforme as avaliações de atendimento clínico das crianças, elas podem ser encaminhadas para ações específicas, como o Grupo de Nutrição (crianças com anemia, riscos nutricionais) ou o Serviço Social (crianças carentes de apoio, crise familiar).

Além disso, o Hospital capacitou, num grupo de Agentes Comunitários, voluntários que hoje são o elo entre os serviços de saúde e as especialidades médicas. Cada agente atende 250 famílias, acompanhando o crescimento das crianças, orientando sobre a gestação e informando sobre como prevenir doenças e promover a saúde. Se necessário, encaminham as crianças para os serviços do Hospital.

Outra ação preventiva são as oficinas, onde são socializadas as informações que habilitam crianças, adolescentes e adultos a usufruir de maior qualidade de vida. Os temas vão do planejamento familiar à saúde bucal, da nutrição infantil a sexo e drogas na adolescência etc.

Com tudo isso, o número de internações das crianças de Paraisópolis baixou, no ano passado, de 802 para 280. Foram contatadas 575 mães lactentes, das quais 527 passaram a amamentar os bebês, 217 delas por até quatro meses e 310 até oito meses. Em um ano, a cobertura vacinal subiu de 59% para 76% das crianças; entre 152 crianças com diagnóstico de déficit na relação peso/altura, constatou-se recuperação em 133; e o índice de doenças relatadas por pais e familiares baixou de 86 para 65%.

O programa Einstein na Comunidade prova que com seriedade e competência é possível elevar a saúde e a qualidade de vida infanto-juvenil a patamares de dignidade, justiça e esperança.

Einstein na Comunidade: (0xx11) 3747-1546 / www.einstein.br

O Hambúrguer que Dá Saúde à Infância

A rede internacional de lanchonetes **McDonald's**, através de suas 503 filiais brasileiras, localizadas em 118 cidades de 20 estados e no Distrito Federal realiza, desde 1988, a **Campanha McDia Feliz**, uma data anual em que toda a renda da venda do sanduíche Big Mac em todas as lojas, excetuados os impostos, é revertida em benefício de instituições que tratam de crianças com câncer, em todo o Brasil

É a maior iniciativa em prol das crianças com câncer no país. A última edição do McDia Feliz, realizada em Agosto de 2000, bateu seu recorde e, vendendo 1.482.052 Big Mac num só dia, levantou R\$ 5.574.736,81. Dinheiro que vai, na íntegra, para 61 entidades brasileiras dedicadas ao combate do câncer infantil.

O resultado foi 11% superior à expectativa de recursos (R\$ 5 milhões) e ficou 19% acima do total de 1999 (R\$ 4,7 milhões). Houve também um recorde global: a rede brasileira foi a campeã em arrecadação entre os 13 países onde o McDia ocorreu. Desde sua instituição o McDia Feliz já doou mais de 20 milhões de reais para compra de equipamentos, remédios, material hospitalar, ampliação de instalações e até a construção de unidades de transplante de medula óssea.

Neste ano a campanha contou com a participação dos mais de 34 mil funcionários da rede McDonald's, 210 fornecedores, 152 franqueados, 200 empresas apoiadoras, os clientes e o trabalho gratuito de artistas, personalidades e dos atletas olímpicos (com apoio do Comitê Olímpico Brasileiro) que se revezaram nas lojas para estimular a compra do Big Mac.

Além de apoiar as instituições beneficentes o dinheiro do McDia Feliz é destinado no Rio de Janeiro, desde 1994, à primeira **Casa Ronald McDonald** da América Latina (a Segunda funciona em Buenos Aires, além de outras 205 em mais 18 países). Nela, hospedagem gratuita é oferecida para crianças e acompanhantes de famílias pobres que se deslocam de outras regiões ou estados para tratamento no Instituto Nacional do Câncer e outros hospitais. A duração da estadia obedece à determinação médica e desde sua fundação a Casa já recebeu mais de 370 famílias.

A Casa, gerenciada e mantida por 400 voluntários da AACN (Associação de Apoio à Criança com Neoplasia), ganhou, em Julho de 2000, nova ala de cinco andares, para atender crianças submetidas a transplante de medula. Passando de 8 quartos comunitários para 5 dormitórios e 15 suítes, a capacidade de hospedagem também cresceu de 20 para 33 crianças.

Além disso a empresa estruturou, no ano passado, seu braço social, o **Instituto Ronald McDonald**, nos mesmos moldes da *Ronald McDonald House Charities*, mantida pela marca em outros 27 países e responsável por doações de quase US\$ 200 milhões.

A principal missão do Instituto é arrecadar recursos para ajudar as crianças com câncer, sustentando entidades beneficentes que se dedicam ao mesmo objetivo.

O Instituto é dirigido por um Conselho de Administração, formado por empresários e personalidades, que decide com base nas recomendações do Conselho Científico, com dez dos maiores especialistas em câncer infantil do país. Todos os conselheiros são voluntários. A Secretaria Administrativa, que gere em tempo integral as tarefas operacionais, é profissionalizada.

Seguindo seu modelo mundial, o Instituto brasileiro recebeu da McDonald's Corporation o direito de explorar comercialmente o licenciamento das marcas Ronald McDonald, Instituto Ronald McDonald, Casa Ronald McDonald e McDia Feliz.

O Instituto concentra sua ação em quatro áreas: promoção e divulgação de conhecimentos sobre a doença, apoio à melhoria das condições hospitalares de instituições assistenciais, incentivo à pesquisa e ao intercâmbio tecno-científico entre os especialistas na doença e apoio às atividades de suporte psico-social e de voluntariado nas instituições que atendem crianças portadores de câncer. Nesta última área, o Instituto apoia a expansão do projeto das Casas Ronald McDonald.

Instituto Ronald McDonald: (0xx21) 544-3299 / www.mcdonalds.com.br.

ÍNDICE REMISSIVO

Empresas, entidades empresariais e entidades sociais citadas nesta publicação.

Agência Estado	72
Agnelo Pacheco	41
América Restaurantes	41
Armankey-Instituto de Estudos e Pesquisas	72
Associação Alumni	64
Associação Brasileira da Indústria de Calçados (Abicalçados)	34
Associação Brasileira de Exportadores de Sucos Cítricos (Abecitrus)	20
Associação Brasileira de Provedores da Internet	72
Associação Profissionalizante BM&F	39
Banco Itaú	57
Banco Mundial	60
Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES	64
Banco Safra	52
Bascitrus	21
Bauducco	53
Belgo-Mineira Arames	48
Belgo-Mineira Bekaert	48
Belgo-Mineira Fomento Mercantil	48
Bolsa de Mercadorias e Futuros - BM&F	39
Caixa Econômica do Estado de São Paulo	40
Cargill	21
CBBA	41
CCE-Centro de Computação Eletrônica da USP	72
Cecae/USP - Coordenadoria Executiva de Cooperação Universitária e de Atividades Especiais	72
Citrusuco	21
Citrovita	21
Coinbra-Frutesp	21
Credicard	42
Cutrale	21
Danone	37
Debrasa - Energética Brasilândia Ltda	35
Deutsche Bank	37
DPZ	41
Drogaria Santiago, de Paracatu (MG)	60
Editora Abril	41
Editora CD Expert	75
Escola de Serviço Social da Universidade da Amazônia	70
Fiat Automóveis	64
Folha de São Paulo	41
Ford	19
Financial Times	37
Fotóptica	27
Full Jazz	41
Fundação Bank Boston	65
Fundação Belgo-Mineira	47
Fundação Hewlett Packard	38
Fundação Kellogg's	38
Fundação Levi's Strauss	53
Fundação Safra	38/52
Fundação Samuel	38/53
Fundação Telefônica	47/72

Fundação Vitae	53/72
Fundo Paulista de Defesa da Citricultura (Fundecitrus)	20
General Motors	19
Guimarães e Associados	41
HighValue	64
Hospital das Clínicas da Universidade de São Paulo	72
Hospital Israelita Albert Einstein	31/76/77
IBM do Brasil	72
Imagens da Educação	72
Indústria Química e Farmacêutica Schering-Plough	31
Instituto Ayrton Senna	76
Instituto Benjamin Constant	72
Instituto C&A de Desenvolvimento Social	38/53
Instituto Credicard	38/53/64
Instituto de Moléstias Oculares (IMO)	28
Instituto Pró-Crinça	33
InterNexo	72
Ipiranga	67
Kellogg's	37/53
Lew Lara Propeg	41
Telemig Celular	60
Linck	67
McCann Erickson	41
McDonald's	78
Medial Saúde	40
Mercedes-Benz	19
Metalúrgica Mannesmann	19
Moinho São Jorge	64
Multigrain/Trigonet	64
Murr Elektoni	64
Natura Cosméticos	56
NCE/UFRJ - Núcleo de Computação Eletrônica da Unversidade Federal do Rio de Janeiro	72
New Vision	27
ONG Retome sua Vida	68
Organizações Globo	43
OZ Design	41
Pão de Açúcar	53
Papéis Melhoramentos	64
Posto Presidente, de Paracatu (MG)	60
Prestar Assistência	64
Rádio Eldorado	41
Rede Nacional de Pesquisas do CNPq	72
Rino Publicidade	41
SESI	35
Sindicato da Indústria de Calçados de Franca	33
Sudop Indústria Óptica	28
Talent	41
TetraPak	64
Texaco	53
Tilibra	41
Unidont	40
Varig	67
Visiolens Express Produtos Ópticos	28
Volkswagen	19
Volvo	67
Xerox	64
Zoomp	64

BIBLIOGRAFIA

- Amaral, Carlos** (org.). *PROGRAMA DE RENDA MÍNIMA E BOLSA-ESCOLA, CONCEPÇÃO, GESTÃO E FINANCIAMENTO*, Rio de Janeiro, ed. Núcleo de Assessoria, Planejamento e Pesquisa / Fundo das Nações Unidas para a Infância, 1997.
- Amencar / Fundo Cristão para Crianças / Instituto Marista de Solidariedade / Centro Salesiano de Apoio Educativo Pastoral / Visão Mundial**. *ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE*, Belo Horizonte, 1999.
- Carbajal Arregui, Carola** (org.). *ERRADICAÇÃO DO TRABALHO INFANTIL — DIMENSIONANDO AS EXPERIÊNCIAS DE PERNAMBUCO, MATO GROSSO DO SUL E BAHIA*, São Paulo, Instituto de Estudos Especiais, Pontifícia Universidade Católica — SP/ Finep, 2000.
- Cenpec / Fundo das Nações Unidas para a Infância**. *GUIA DE AÇÕES COMPLEMENTARES À ESCOLA PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES*, São Paulo, 1995.
- Centro Dom Helder Câmara de Estudos e Ação Social — Cendhec**. *SISTEMA DE GARANTIA DE DIREITOS*, Recife, 1999.
- Centro de Estudos e Pesquisas em Educação, Cultura e Ação Comunitária — CENPEC**. *O QUE AS EMPRESAS PODEM FAZER PELA EDUCAÇÃO*, São Paulo, Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, 1999.
- Ferreira Guará, Isa M.** (org.). *TRABALHANDO ABRIGOS*, Brasília, Instituto de Estudos Especiais, Pontifícia Universidade Católica — SP / Ministério da Previdência e Assistência Social — Secretaria de Assistência Social, 1998.
- Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança / Companhia Brasileira de Metalurgia e Mineração**. *DEZ MEDIDAS BÁSICAS PARA A INFÂNCIA BRASILEIRA*, São Paulo, Oficina de Idéias, 1994.
- Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança / Companhia Brasileira de Metalurgia e Mineração**. *VOLUNTÁRIOS — PROGRAMAS DE ESTÍMULO AO TRABALHO VOLUNTÁRIO NO BRASIL*, São Paulo, 1996.
- Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança**. *DÁ PARA RESOLVER*, nº 19, 26, 30, São Paulo, 2000.
- Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança**. *INFORMATIVO NOSSAS CRIANÇAS*, nº 30, 33, 34, 37, 38, São Paulo, 2000.
- Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança**. *INFORMATIVO PREFEITO CRIANÇA*, nº 1, 10, São Paulo, 2000.
- Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança**. *PROJETO NOSSAS CRIANÇAS — RELATÓRIO SEMESTRAL*, nº 12, 13, 14, São Paulo, 2000.
- Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança**. *RELATÓRIO ANUAL 1999*, São Paulo, 2000.
- Fundo das Nações Unidas para a Infância**. *A INFÂNCIA BRASILEIRA NOS ANOS 90*, Brasília, 1998.
- Fundo das Nações Unidas para a Infância**. *SITUAÇÃO MUNDIAL DA INFÂNCIA 2000*, Brasília, 2000.
- Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social**. *INDICADORES ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL* (Versão 2000), São Paulo, 2000.
- Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada**. *AÇÃO SOCIAL DAS EMPRESAS DO SUDESTE — QUEM SÃO E ONDE ESTÃO*, São Paulo, 2000.
- Instituto Paulo Freire**. *É DECIDINDO QUE SE APRENDE A DECIDIR*, São Paulo, Cadernos da Escola Cidadã, 1998.
- Marcha Global contra o Trabalho Infantil / Fundo das Nações Unidas para a Infância**. *ADOLESCENTES, PROFISSIONALIZAÇÃO E TRABALHO — O QUE MUDA COM A EMENDA CONSTITUCIONAL Nº 20*, Brasília, 1999.
- Ministério da Educação e do Desporto**. *REFERENCIAL CURRICULAR NACIONAL PARA A EDUCAÇÃO INFANTIL*, Brasília, 1998.
- Organização Internacional do Trabalho**. *CRIANÇA QUE TRABALHA COMPROMETE SEU FUTURO*, produção em vídeo Centro de Criação da Imagem Popular, kit de 2 vídeos, 1 cartaz e quatro publicações (*Manual de Utilização / A Luta contra o Trabalho Infantil — Ações da OIT / A Força da lei / Conselhos de Direitos, Conselhos Tutelares e Abolição do Trabalho Infantil*), Brasília, 1995.
- Rodrigues dos Santos, Benedito**. *MOBILIZAÇÃO EMPRESARIAL PELA ERRADICAÇÃO DO TRABALHO INFANTIL NO BRASIL*, São Paulo, Unicef, 1996.

Realização

INSTITUTO
ETHOS

EMPRESAS E
RESPONSABILIDADE
SOCIAL
BUSINESS AND SOCIAL
RESPONSIBILITY

www.ethos.org.br



Patrocínio

ABECitrus

BM&F
BRASIL

SANTISTA
TÊXTIL

Bolsa de Mercadorias & Futuros