

NOTAS BÁSICAS SOBRE O TERCEIRO SETOR

Cláudia de Lima e Séllos ¹

¹Instituto de Ensino e Pesquisa Científica – IEPC/UCG – GO. claudiasellos@pop.com.br

Palavras-chave: Terceiro Setor, Responsabilidade Social, Captação de Recursos, Sustentabilidade.

Área do Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas – Direito

Resumo – O presente trabalho tem por escopo estabelecer uma visão panorâmica do Terceiro Setor, ressaltando seus principais componentes, a saber: conceituação, formação, entraves ao desenvolvimento e consolidação em nosso país, além de aspectos como a divulgação de suas atividades, profissionalização, captação de recursos, sustentabilidade, responsabilidade e certificação sociais. Apresenta-se um compêndio de informações básicas sobre o tema, na proposta de esclarecer aspectos obscuros sobre esse Setor Benemérito, que necessita de identidade no Brasil, ressaltando-se aspectos como a idoneidade das entidades que o compõem, inclusive por meio da diferenciação entre lucro e *superávit*.

Introdução

O Terceiro Setor compreende as iniciativas da sociedade civil em relação às políticas públicas. É o reconhecimento de que o Estado, isoladamente, não alcançará a estrutura social almejada pela população, uma vez que este não tem a capacidade de oferecer, no prazo da necessidade, as ações imprescindíveis ao desenvolvimento do país e de seus habitantes. Notadamente entre os países desenvolvidos, o Terceiro Setor movimenta bilhões de dólares, compondo cifra significativa no Produto Interno Bruto.

Surgido, mundialmente, no pós-guerra com uma visão meramente assistencialista para a reconstrução das nações, ganhou notoriedade entre nós com os movimentos sociais na década de 70. Esse Setor Altruísta vem se expandindo largamente e conquistando um número expressivo de adeptos com a filosofia de bem-estar geral e amor ao próximo aliado ao desenvolvimento sustentável.

Não se trata, pois, de caridade puramente, mas do estudo e da efetivação de ações permanentes que possibilitem o progresso social e econômico, resgatando as pessoas que se viram obrigadas a integrar a economia informal, logo, sonegando impostos, componentes do 4º Setor, e a sobrevivência digna das pessoas colocadas à margem do mercado de consumo, que se encontram abaixo da linha de pobreza, compondo o 5º Setor, oferecendo-lhes a plena cidadania.

Figura inversa ao do restante do mundo, o Terceiro Setor foi organizado em nosso país de acordo com conceitos e princípios de organismos internacionais e multilaterais, para, somente depois de vários anos, ter uma personalidade

nacional. Vale ressaltar que hodiernamente ainda é buscado a consolidação desse setor, com conceitos e fontes nacionais, considerando sua autonomia e independência dos demais, inclusive com infra-estrutura própria.

Deve-se entender que não se pretende substituir o Estado na área social, tendo-se claro a diferenciação entre o público e o estatal; busca-se, sim, através da compreensão que uma nação é composta por pessoas com afinidades e cultura comum, o cumprimento da parcela de responsabilidade social de cada membro da mesma para o crescimento geral. Passa-se a exigir do governo investimentos na área, não necessariamente como executor das ações, onde já se tem a consciência da necessidade de fiscalização dos recursos públicos, mas, inclusive, como financiador, subsidiador, fomentador ou patrocinador de projetos em parceria com a sociedade civil ou até mesmo com a aprovação de uma legislação mais favorável à proliferação dessas entidades.

Vê-se, nos dizeres de Antoninho Marmo Trevisan [1], uma verdadeira “revolução cívica”, onde empresas – antes voltadas unicamente para o lucro – e a comunidade – através do voluntariado – unem-se para a superação dos problemas sociais. Mais acostumado à concorrência, à necessidade de atitudes rápidas, precisas e eficientes e ao planejamento de estratégias, o empresariado, componente do Segundo Setor, não esbarra em dificuldades técnicas na estruturação de programas sociais.

Presenciamos uma nova fase de desenvolvimento no mundo ocidental: a transformação da cultura competitiva para a colaborativa, aproximando-se, destarte, dos ideais

filosóficos de democracia, na medida em que há efetiva participação da população, não só de forma pessoal e direta, mas através do interesse de influir nas questões sociais. Decorre a conseqüente atuação estatal de forma mais precisa em relação aos anseios de seus representados. Estabelece-se uma parceria entre Estado, População e Mercado e não mais uma relação hierárquica entre os mesmos.

Metodologia

Próprio das ciências sociais aplicadas, o presente trabalho utiliza de técnica de documentação indireta, pautada em pesquisa bibliográfica e documental. Entretanto, ressalta-se que o ensaio em voga também resulta de conhecimento consolidado sobre o tema em questão.

Divulgação

A busca pela superação de todas as dificuldades enfrentadas pelo Setor Benemérito é constante e incessante. A divulgação das atividades sociais ainda é precária, assim como são as políticas governamentais sobre o assunto. A população não é esclarecida sobre a forma de constituição e fiscalização dessas instituições, desconhecendo, principalmente, a importante atuação do órgão do Ministério Público, que é o responsável não só pela fiscalização direta, mas, ainda, pelo velamento desse patrimônio público.

Decorrente da desinformação, a captação de recursos é prejudicada, uma vez que não sendo crível a ação desenvolvida, não se atrai investimentos, doações ou outra forma de renda para a continuidade do programa.

Para se alcançar os fins almejados com a causa social, mister o engajamento da sociedade em sua plenitude. Desmistificar o caráter lucrativo desse tipo especial de pessoa jurídica, assim como esclarecer seus ideais, depende diretamente da exata exposição de seu funcionamento, na busca de descompor o preconceito inerente às estruturas sociais.

Capacitação Profissional

Exige-se, para o sucesso da “terceira via”, uma capacitação adequada dos realizadores dos projetos sociais. Crescente é o número, entre nós, de administradores e advogados, principalmente, que buscam uma profissionalização nos diversos cursos de pós-graduação que surgem, para gerirem eficaz e eficientemente uma organização social. Vários aspectos englobam esse novo profissional: além da ideologia (fator subjetivo,

intrínseco, porém fundamental da pessoa que se propõe a promover o bem), deve-se ter agilidade, objetividade, flexibilidade e criatividade nas ações, e, inclusive, noções de *marketing* e captação de recursos, para se atingir a auto-sustentabilidade do programa.

Não basta ao ente coletivo a definição de um objetivo determinado e viável. Deve-se ter uma missão, a ser gerida por um líder, com parceiros que acreditem fielmente na causa e que assumam compromisso com a mesma.

Aspecto relevante na atualidade consiste na exigência de formação de profissionais que almejem atuar nesta área filantrópica. Extrapolando o critério subjetivo – relacionado ao perfil benemérito e à personalidade do agente, não comum nos demais setores da economia – mostra-se a necessidade de suprir deficiências acadêmicas, que não faz nem referência à existência, gestão, legislação ou funcionamento dessas pessoas jurídicas.

O profissional do Terceiro Setor deve ter conhecimentos amplos e interdisciplinares principalmente acerca de temas relacionados à filosofia, sociologia, direito, administração / gestão de recursos e pessoas, além das características comuns no setor econômico, como dinâmica, resolutividade e constante reciclagem de conhecimentos.

Portanto, a profissionalização do moderno administrador, capacitado pelos princípios de excelência gerencial, deve abranger a implantação das técnicas da Administração Pública e Privada, tais como o emprego de pesquisas, planejamento, gestão de projetos, liderança, motivação, auditoria, finanças e *marketing* – enfim, planejamento estratégico, organização, direção e controle.

O mercado de trabalho na área social se abre e se expande frente à revolta com injustiças sociais, violência, desemprego e desrespeito às garantias fundamentais à dignidade humana. Resta, aos interessados, a busca por indicadores na área e a realização de cursos específicos para a capacitação adequada a esse novo filão de mercado.

Captação de Recursos e Sustentabilidade

Entrave ao pleno desenvolvimento do Terceiro Setor no Brasil, em representação de países em desenvolvimento, alguns aspectos de ordem técnica, organizacional, política e financeira se fazem presentes.

A escassez de recursos humanos disponíveis e aptos à eficiente e eficaz gestão de organizações sociais, com suas peculiaridades, torna-se, antecipadamente, um obstáculo ao progresso e permanência das instituições.

Organizacionalmente, a perpetuação da entidade é o maior desafio. Não há que se

alcançar apenas a auto-sustentação, mas, principalmente, a sustentabilidade – entendida esta como a capacidade de gerar recursos (sejam estes de ordem financeira, material ou humana) de maneira permanente e continuada, a permitir o cumprimento dos objetivos sociais para os quais fora proposta.

A competência na gestão deve ser demonstrada, justamente, em períodos de crise, como ocorre hodiernamente, com a grande dificuldade de se obter os recursos financeiros necessários à satisfação dos projetos tentados e programas implementados. A falta de apoio governamental e o meio econômico desfavorável não podem ser determinantes da causa social.

A sustentabilidade será proporcionalmente assegurada à diversidade das fontes em que se embasa, assim como também depende de autonomia e a identidade da instituição. Com a mudança de agentes financiadores – pessoas físicas, jurídicas ou o próprio Estado – havendo outra alternativa de sustentáculo, não será preciso abdicar de seus valores e missão. Reduz-se, com a multiplicidade de parceiros e colaboradores, a vulnerabilidade e subordinação em relação ao capital.

Além dos cotidianos projetos de financiamento, das campanhas de arrecadação e apoio, formas diretas de captação, devem-se vislumbrar meios de assegurar a estabilidade da organização. Através de conhecimentos amplos e atualizados e de boa gestão, depara-se com outras possibilidades, como a certificação e titulação da entidade a fim de que possa ser beneficiada com isenções e imunidades, assim como se capacitar para, nos termos da lei, receber doações públicas e internacionais, além de incorporar patrimônio de entidades análogas dissolvidas.

Mister, ainda, a articulação de redes ou alianças, a fim de conquistar mais rapidamente a solidez e respeitabilidade que o setor precisa. Através do compartilhamento de informações e até mesmo da congruência de atuação, fixando os princípios de ética, solidariedade e transparência, é que se obterá o impacto necessário na sociedade. A aquisição da confiabilidade reflete no volume de capitais – patrocínios, doações, estruturação – empregados no Setor Solidário, assim como angaria voluntários que coadunam com a causa social.

A mobilização da comunidade é essencial para o alcance do pretendido. Engajada ao programa, voluntários devidamente treinados e capacitados, priorizam seus esforços para o sucesso do projeto. Para isso, entretanto, deve-se traçar metas claras e objetivas, de modo organizado e estruturado, com funções definidas entre esses parceiros, para aderirem fielmente à causa eleita.

Lucro versus *superávit*

A gestão do Terceiro Setor no Brasil se confronta com a clássica Administração, na medida em que os recursos buscados naquele constituem apenas meio para o alcance de se prover benefício à coletividade. Não se visa ao lucro, mas sim ao *superávit*, sendo a forma de se gerir a instituição mais complexa, o que demanda criatividade e emprego de técnica das mais diversas áreas do conhecimento. Com fins múltiplos ou atuando em comunidades e necessidades diversas, o líder de entidades beneméritas deve primar pela transparência, qualidade, legitimidade, excelência e confiabilidade da instituição, focalizando a solução dos problemas sociais, na perspectiva do público-alvo que se almeja atingir.

Vale frisar que, diferentemente da visão popular, não há lucro propriamente dito nas organizações da sociedade civil. Mesmo sendo possível a execução de atividades mercantis, nunca desvinculadas de suas finalidades, toda a renda auferida é tida como *superávit*, logo, deve ser reinvestida na entidade, não sendo possível, a distribuição desta, a qualquer título, entre os membros dirigentes.

Outra situação que comprova o supra-exposto é aquela referente a empresas mercantis que se inserem no “Setor dos Cidadãos”. Isso ocorre quando uma sociedade comercial institui uma fundação, ou financia uma já existente (logo, alheia à instituidora), ou mesmo quando adota em sua filosofia os princípios que norteiam o bem-estar social. É socialmente responsável a pessoa jurídica que investe na comunidade onde atua, mas, principalmente, que adota práticas internas saudáveis e condizentes com seu discurso e imagem no mercado.

A fundação instituída por empresa comercial ou a mantida por ela, igualmente não visa ao lucro, uma vez que tem existência apartada àquela. Por outro lado, a adoção de práticas socialmente responsáveis, seja com os consumidores internos ou externos, agrega valor à marca.

Preço e qualidade, Pós-Revolução Industrial, não mais são fatores diferenciais, sendo presumidos para a manutenção da empresa na disputa do mercado. A mecanização equipara os setores produtivos análogos. Com a globalização e a busca desenfreada pela produtividade e pelo lucro, o fator humano foi desprezado, frente aos avanços tecnológicos. Fracassou. Passou-se à revalorização do quadro funcional – o desencadeador da cadeia produtiva – passando a ser o atendimento primordial para a conquista dos consumidores. O investimento em treinamento, por sua vez, foi generalizado. Temos hoje, a evolução dos princípios históricos, agregando-se um quarto fator à competitividade: a identificação com a marca.

Responsabilidade Social

Consumidores se sentem atraídos por produtos de empresas que respeitam os direitos humanos, não se utilizando de mão-de-obra escrava ou infantil, preservadoras do meio-ambiente, que valorizam seus funcionários e que, notadamente, invistam parte do valor auferido com a renda em alguma causa social. É a parcela de responsabilidade social assumida pelo setor produtivo, que, com esse investimento na comunidade onde atua, tem sua possibilidade de sobrevivência e progresso, através da melhoria da qualidade de vida e conscientização para o consumo dessas pessoas.

Necessário vislumbrar essas mudanças apenas como o início de um processo cultural. Não basta a responsabilidade social empresarial como ações pontuais. Toda a sociedade tem que se engajar na proposta de reformulação de sua estrutura, modificando, gradativamente, seus hábitos culturais. Não se adota ou se implanta uma cultura social, mas, sim, converte-se, através de pesquisas, experiências bem-sucedidas repetidas e argumentos plausíveis, a sociedade para transformação da ordem vigente.

Selo Social

Nota-se a “cultura do bem” que se alastra entre nós: a crescente exigência da cidadania corporativa por parte dos consumidores, que repugna marcas e empresas que vão de encontro aos valores éticos, morais e sociais em relação ao país. E é essa exigência do consumidor que impulsiona a certificação social das empresas e a divulgação simultânea dos balanços comercial e social, refletindo, destarte, o compromisso que a empresa tem não só com as questões de ordem legal e tributária, mas, principalmente, com a sociedade e sua busca pelo bem-estar coletivo.

O cenário internacional, por sua vez, utiliza como um dos critérios de seleção de seus parceiros justamente a certificação social. A Associação Brasileira de Normas Técnicas [2] já incorporou a regulamentação de padrões de qualidade no setor de qualidade técnica, social e ambiental, enfim, de responsabilidade global (a exemplo da *International Organization for Standardization* / ISO séries 9000 e 14000).

Conclusão

O desenvolvimento do tema proposto exige, de início, uma incursão ampla a diferentes áreas das Ciências Humanas e Sociais Aplicadas – como a Sociologia, o Direito e a Administração – seja a título conceitual, diferencial ou mesmo como elemento identificador da localização das

instituições beneméritas no ordenamento jurídico e econômico brasileiro.

Abstrai-se do estudo realizado o crescimento e notoriedade do Terceiro Setor como setor independente e a importância da atuação de novos atores sociais na reestruturação da sociedade. O processo de ingerência popular na administração pública – como expressão máxima de uma democracia participativa – é reflexo da indignação frente às desigualdades que assolam nossa sociedade. Os males sociais buscam ser apaziguados e amenizados pela união da comunidade, cada qual no cumprimento de sua parcela de responsabilidade social – notadamente das empresas, detentoras de um maior volume de recursos.

Certamente há que valorizar as entidades componentes do Terceiro Setor para o progresso da Nação. Além dos benefícios diretos à população-alvo, vislumbra-se a absorção de mão-de-obra e o conseqüente aumento da circulação de riquezas. Ressalta-se, ainda, a parceria dessas instituições com o Estado, permitindo ao mesmo o desempenho de suas funções típicas com maior dedicação e qualidade.

Fato é que para chegarmos à tão sonhada “paz social”, com justiça econômica e social, mister se faz o engajamento e a adesão de todos os setores da comunidade brasileira num projeto social crível e eficiente, com apoio e amparo legislativo, buscando o desenvolvimento da consciência crítica da população, estimulando, desde a infância, a cultura da ética, o ideal do patriotismo e, essencialmente, a plena noção de cidadania.

Referências

[1] TREVISAN, Antoninho Marmo. A empresa e seu papel social. Disponível: <http://www.filantropia.org/artigos>. Acesso em: 28 mar 2001.

[2] ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. Internet site adress: <http://www.abnt.org.br/certificacao.htm> acessado em 20/05/2004.

[3] PAES, José Eduardo Sabo. *Fundações e Entidades de Interesse Social*. Brasília: Brasília Jurídica, 2000.

[4] RAFAEL, Edson José. *Fundações e Direito*: 3º Setor. São Paulo: Melhoramentos, 1997.