



Voluntários Telefônica

CINCO ANOS

Fundação Telefônica



Telefônica

Voluntários Telefônica
CINCO ANOS

Há pouco mais de cinco anos, a Telefônica dava mais um passo importante em seu compromisso com o desenvolvimento da sociedade brasileira. Sua Fundação, criada em 1999, já estava consolidada e, com a adesão espontânea e efetiva de seus empregados e a decisão firme da liderança da empresa, em 2005, o piloto do Programa Voluntários Telefônica se demonstrou uma iniciativa ousada e exitosa. O caminho estava aberto para a expansão do voluntariado corporativo para todo o Grupo.

Desde então, mais de 4.500 empregados da Telefônica no Brasil se uniram às mais variadas ações solidárias, doando tempo, conhecimentos, dinheiro e muito trabalho em favor da transformação de realidades, em benefício de outras pessoas que eles descobriram – e reconheceram – como iguais nos sonhos de uma vida mais justa e plena. Entre os escritórios e as comunidades apoiadas nasceram pontes, os corações passaram a pulsar juntos e, como não poderia ser diferente, os resultados se confirmaram como o argumento sólido que transformou o voluntariado em um braço importante do investimento social do Grupo Telefônica no país.

Neste livro, temos a satisfação de compartilhar a história, as aprendizagens e as conquistas dos cinco anos do Programa Voluntários Telefônica no Brasil. Os testemunhos de quem construiu seus pilares, participou da evolução das experiências e ajudou a aprimorar cada atividade, os depoimentos dos beneficiados e de quem viveu o voluntariado nas suas diversas formas revelam uma iniciativa pujante, amplamente absorvida pela empresa e seus empregados, expressiva em seus resultados e fundadora de uma cultura crescente de cidadania.

A parceria entre a Fundação Telefônica e as áreas de Recursos Humanos e Comunicação Interna, somada à participação ativa de empregados na gestão do programa, é uma das razões desse sucesso. Mas a principal é, sem dúvida, o desejo legítimo de cada voluntário em dar sua contribuição para fazer do mundo um lugar melhor para viver, em uma descoberta contínua de que esse mundo é o lugar onde nossas vidas se encontram e ganham mais sentido pela força da solidariedade.

Desfrutem da leitura!

Sérgio E. Mindlin
Diretor-Presidente da Fundação Telefônica



O Grupo Telefônica tem um forte compromisso com o desenvolvimento social nos países onde atua e uma das maneiras de cumpri-lo é por meio de programas como o Voluntários Telefônica, coordenado de forma exemplarmente estruturada pela Fundação Telefônica, com as áreas de Recursos Humanos e Comunicação Interna da empresa aqui no Brasil.

No mundo, o Programa Voluntários Telefônica envolve mais de 25 mil empregados em 19 países onde a empresa está presente. O objetivo é favorecer continuamente o engajamento dos empregados em ações sociais, conferindo-lhes um impacto cada vez mais amplo e fortalecendo uma rede internacional de voluntariado – efetiva em sua prática solidária e orgulhosa por fazer parte desse empreendimento corporativo.

Trata-se de uma feliz conjunção de interesses. De um lado, está toda a nossa política de desenvolvimento da responsabilidade social. De outro, as necessidades das comunidades do entorno ou que sofrem com desastres naturais. E, por fim, a grande vontade de participação de boa parte de nossos empregados em atuar como voluntários, seja nas situações emergenciais ou dentro dos vários projetos promovidos pelo programa ao longo do ano.

Um dos resultados tem sido a abertura de oportunidades múltiplas de participação em torno de desafios sociais e a imensa gratidão por parte das comunidades beneficiadas.

Rápida mobilização e disposição para contribuir têm sido a tônica do Voluntários Telefônica, na busca pelo cumprimento de seus objetivos. Em outras palavras, para o Grupo Telefônica, investir num programa de voluntariado significa, também, apostar no desenvolvimento de nosso capital humano.

É notória a influência positiva que ações desse tipo promovem no dia-a-dia dos empregados, gerando um sentimento muito positivo de pertencimento, além de uma grande carga motivacional. Isto, sem contar os benefícios para o aprendizado do trabalho em equipe, do enfrentamento a desafios e do exercício da criatividade, só para citar alguns exemplos. É com orgulho, portanto, que afirmamos que o Programa Voluntários Telefônica já faz parte de nossa cultura empresarial.

Esperamos que a leitura deste livro seja mais um fator motivador para o programa e inspirador para quem deseja iniciar uma atuação neste campo.

Antonio Carlos Valente
Presidente do Grupo Telefônica no Brasil

Publicação

Sérgio E. Mindlin
DIRETOR-PRESIDENTE DA FUNDAÇÃO TELEFÔNICA

Gabriella Bighetti
GERENTE DA FUNDAÇÃO TELEFÔNICA

Marcos Paulo dos Reis
COORDENADOR DO PROGRAMA VOLUNTÁRIOS TELEFÔNICA

César Rua
RESPONSÁVEL PELO PROGRAMA VOLUNTÁRIOS
TELEFÔNICA NA COMUNICAÇÃO INTERNA

Regina Célia Silvestre
RESPONSÁVEL PELO PROGRAMA VOLUNTÁRIOS
TELEFÔNICA EM RECURSOS HUMANOS

REDAÇÃO E EDIÇÃO: Ana Cristina Suzina
COORDENAÇÃO EDITORIAL: Ana Cristina Suzina e Ivan Zumalde

AUPA EDITORA
GESTÃO EXECUTIVA: Susanne Sassaki
PROJETO GRÁFICO: Ivan Zumalde
DIRETOR DE ARTE: Ricardo Miura
FOTOGRAFIAS: Acervo Fundação Telefônica
ILUSTRAÇÃO: Rubens LP
WEBMASTER (EBOOK): Thiago Merli
AUDIOBOOK: Rodrigo Silva
www.aupa.com.br

GRÁFICA: Prol Gráfica

Fundação Telefônica

Sérgio E. Mindlin – DIRETOR-PRESIDENTE
Gabriella Bighetti – GERENTE
Eliane Matiko Imanaga – SECRETÁRIA
Fernando Casagrande da Silva – COMUNICAÇÃO
Sandra Mary M. Ribeiro – CONSULTORA
Jane dos Santos – ANALISTA
Adriano Inácio – ANALISTA
Guilherme Leal – ASSISTENTE
Luciano Jesus dos Santos – ASSISTENTE

Programa Voluntários Telefônica

Marcos Paulo dos Reis – ANALISTA
Roberta Cristina Ferreira – ANALISTA

Programa Pró-Menino

Patricia Santin – COORDENADORA
Daniela Pavan – ANALISTA
Elaine Cristina da Cruz – ANALISTA
Eliane Schütt – ANALISTA
Fernanda de Carvalho Cocitta – ANALISTA
Gabriela Brettas – ANALISTA
Luane Natalle – ANALISTA
Talita Montiel – ANALISTA

Programa EducaRede

Roseni Reigota – COORDENADORA
Carla Geovanna dos Santos – ANALISTA
Mariana Franco – ANALISTA
Mateus Lima – ANALISTA

Comitê de Voluntários (membros 2006-2010)

Adriana Penteado Lomonaco
Adriany Vieira Monteiro
Adriano Melo Silva
Ailda Moreira dos Santos
Alberto Dorian Vianna
Alexandre A. dos Santos
Alexandre Sá
Alexandre Tadeu Oliveira
Alexandre Thobias
Aline Figueira
Aline J. G. Leite de Siqueira
Aline Rezende Santos
Ana Alcântara
Ana Cláudia N. Moreno
Ana Cristina Browne
Ana Maria Reis
Ana Paula de Oliveira Silva
Andrea Bueno Buoro
Antônio Alfredo Silva
Antonio Carlos Markezani
Armando Pereira Maia
Carlos Alberto T. Domench
Caroline Andrea Bauer
Cesar A. Rodrigues Rua
Cláudia Fantinati
Claudia Silva Domenes
Claudionor Maximo Souza
Custódia Cristina Rodrigues
Daily F. Zotareli Rezende
Daniela Quintanilha
Danilo Marcelo Goncalves
Débora Moreira Matos
Deise Lima Oliveira
Denise Ferreira Silva
Eduardo Antonio Teles Martins
Eduardo Antonio Vedovato

Edvaldo Salvador Oliveira
Elaine Leonhardt C. Schneider
Eliane Domingos Bezerra
Eliane Matiko Imanaga
Eliane Silva di Bella
Elias Barbosa
Elizângela Pereira Paulussi
Elizete Jose Alves
Ercy Aparecida Paschoal Lima
Eva Mothci
Fábio Maschi
Fabio Ney Pinto Moraes
Fabiola Mota
Fernando Casagrande Silva
Flávia Giane Pimentel Moreira
Flávio Luis Virgino dos Santos
Filipe Neiva Ribeiro
Gisele Conde
Giselle M. Z. Pacheco Cruz
Herivelto Batista Araújo
Ilka Luzia Bertini Delanhese
Ires Meira
Iria Hidalgo Guiom Vieira
Ivete Garcia Sgai
Jacira Martins Fontes Cruz
Jacyrara Helena Marrara
Jenniffer Claud Hoche
José Ricardo
Joseane S. Gonçalves Rossetti
Josidalva Panisset
Juliana Camargo Penteado
Juliana Machado
Juliana Mendonça
Juraci dos Santos Bastos
Karen Lara Pereira de Almeida
Karina Krohn

Karla Misiak
Kátia Cristina Roberto Peres
Kátia Medina
Kessiane Franco
Leticia Machado
Maia Fredriksson
Luciana de Araujo Lima
Luciana Paz Lara
Luciana Santos Teixeira
Luciane Murae
Lucinéia Borges
Luis Otávio Viegas Braga
Maira F. de A. Flores da Silva
Mara Regina Fiordoliva Garcia
Marcelo Soares Alito
Márcia Almeida Bonifácio
Marcos Moraes
Marcos Paulo dos Reis
Maria Gabriella Bighetti
Maria Helena Pereira Andrade
Maria Ignez Barbosa
Maria José de Araújo
Mariana Astolfi
Mario Alberto Feltran
Marli Isabel Feltran
Mateus Vieira Villela de Lima
Maurício Donizeti Alves
Maurício Ranieri
Michelle Botelho Vaz
Michelle da Silva Farias
Neiva Luzia Stamato
Niva Celma Ribeiro
Norma A. de Barros Pacheco
Pablo Lopez
Patrícia Mara Santin
Patrícia Santana Tripari

Poliana Lauer mann
Raquel Cristina de Mello
Regina C. Barbosa dos Santos
Regina Celia Rezeke Bernardi
Regina Celia Silvestre
Regina Matos
Reginaldo Tadeu A. Silva
Rejara Cristina Claro
Rejane Mota Lima
Renata Rodrigues Scarabé
Ricardo Barbosa Begas
Rita de Cássia Brandão
Rita de Cássia Soares
Roberta Cristina Ferreira
Roberto Mosimann Silveira
Rodrigo Zanotelli Morais
Rosana Grober
Rosângela Araujo
Rosângela O. de Oliveira
Rosângela Bandeira Nalegaca
Sandra Cristina Santana
Sandra Regina Silva
Sidney Barboza
Silvana Gonçalves Santos
Silvia Virgínia Garrote Moreno
Soraia Ferreira Fuzo Meliani
Tábata Souza Ferreira
Tatiana Milech
Vagner Pedrosa Berti
Vanessa C. S. Martins Oliveira
Vanessa Landi
Vitor Daniel Fioreli
Viviane Viana Pereira
Waldomiro De Gobbi Junior
Zilda Casagrande da Silva



Este livro foi impresso em papel com certificação ambiental FSC (Forest Stewardship Council). Esta certificação garante que uma matéria-prima florestal provenha de um manejo considerado social, ambiental e economicamente adequado

O Programa Voluntários Telefônica é membro do CBVE (Conselho Brasileiro de Voluntariado Empresarial), da IAVE (International Association for Volunteer Effort) e do GCVC (Global Corporate Volunteer Council).



Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

V898

Voluntários Telefônica: cinco anos / [redação de Ana Cristina Suzina; coordenação de Marcos Paulo dos Reis]. – São Paulo : Aupa, 2010.

ISBN 978-85-64058-00-2

1. Fundação Telefônica 2. Trabalho voluntário 3. Serviço social I. Suzina, Ana Cristina. II. Reis, Marcos Paulo dos.

CDD 361.37
CDU 364.442

crb-8/4905

Programa Voluntários Telefônica

Comitê Executivo

FUNDAÇÃO TELEFÔNICA: Sérgio E. Mindlin, Gabriella Bighetti, Marcos Paulo dos Reis
RECURSOS HUMANOS: Françoise Trapenard, Wagner Reis, Regina Célia Silvestre
COMUNICAÇÃO INTERNA: Emanuel Neri, César Rua

Programa Voluntários Telefônica Internacional

Alejandro Díaz Garreta – DIRETOR
Lucila Ballarino – COORDENADORA



Para saber mais

As narrativas de todos os voluntários que compuseram os primeiros cinco anos do Programa Voluntários Telefônica não cabem nas páginas determinadas de um livro. Por isso, esta publicação está coordenada com um hot site, em que os próprios voluntários foram convidados a contar suas experiências. Lá, este livro está disponível para leitura online, download e também em uma versão em áudio: WWW.VOLUNTARIOSTELEFONICASANOS.ORG.BR
Veja também mais informações sobre o Programa Voluntários Telefônica no site WWW.FUNDACAOTELEFONICA.ORG.BR/VOLUNTARIOS

1 História e Fundamentos

A idéia de criar um programa de voluntariado corporativo no Grupo Telefônica no Brasil surgiu da coincidência entre a vontade de dar respostas a empregados, que procuravam a Fundação para se engajar a seus projetos ou para obter apoio para iniciativas voluntárias pessoais, e o desejo da área de Recursos Humanos de estabelecer uma cultura de cidadania na empresa. Um diagnóstico revelou que a maioria dos empregados partilhava desses mesmos anseios. Neste capítulo, você vai saber como o Programa Voluntários Telefônica se estruturou em seus eixos conceituais, atividades e objetivos, além de conhecer como foram suas primeiras experiências.

2 Atividades realizadas

O Programa Voluntários Telefônica oferece oportunidades diversas de engajamento, de acordo com os variados perfis dos empregados. Neste capítulo, você vai conhecer como funcionam e quais os resultados obtidos em cada um de seus eixos de atuação.

3 Resultados

Em cinco anos, o Programa Voluntários Telefônica soma mais de 4.500 empregados cadastrados, a média de 15 atividades próprias realizadas por ano e um conjunto expressivo de resultados dentro e fora da empresa. Nesta seção, há informações sobre os efeitos do voluntariado corporativo nas comunidades beneficiadas pelos projetos, na gestão de recursos humanos dentro da Telefônica e no investimento social feito pela empresa.

4 Gestão

A Fundação Telefônica e as áreas de Recursos Humanos e Comunicação Interna compartilham a gestão do Programa Voluntários Telefônica com um comitê de voluntários formado por empregados. Este capítulo destaca o processo contínuo de amadurecimento da conexão entre os objetivos das práticas sociais e sua administração, incluindo aspectos como a relação do voluntariado com a rotina do negócio, o envolvimento dos gestores, o investimento financeiro na iniciativa, a participação dos voluntários e as estratégias de comunicação.

5 Futuro

O Programa Voluntários Telefônica está em constante renovação e inovação. Nesta seção, você vai conhecer os objetivos futuros e os pontos de melhoria que fazem parte de sua agenda.

VOLUNTÁRIOS TELEFÔNICA CINCO ANOS	10
UM POUCO DE HISTÓRIA	14
UMA VOCAÇÃO, MUITOS TALENTOS	18
A PRIMEIRA EXPERIÊNCIA	22
OS DESAFIOS DA EXPANSÃO PARA TODO O GRUPO TELEFÔNICA	26

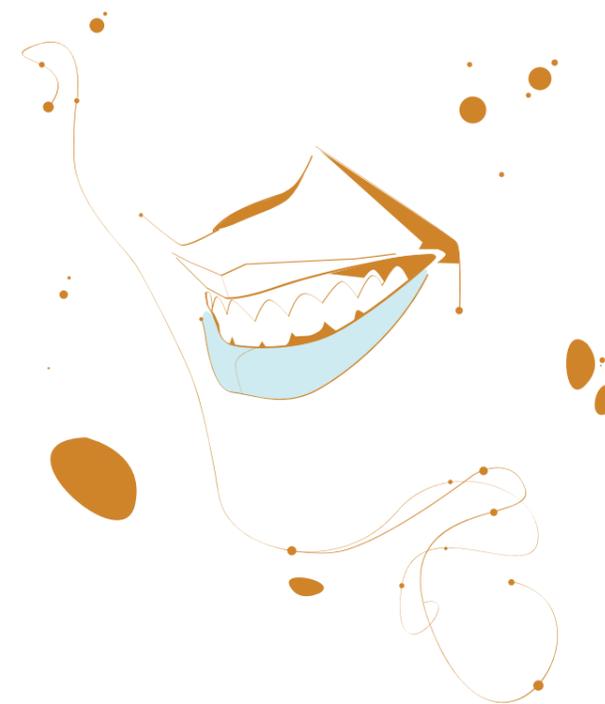
DIA DOS VOLUNTÁRIOS TELEFÔNICA	34
CAMPANHAS	42
INCENTIVO CRIANÇA	48
CAPACITAÇÃO	50
CONCURSO DE PROJETOS	54
SOLIDARIEDADE NAS FÉRIAS	56

O VALOR DE TRANSFORMAR A SOCIEDADE	60
O VALOR DE DESENVOLVER PESSOAS	62
O VALOR DE CONHECER A REALIDADE	64
O VALOR DO TRABALHO EM EQUIPE	66
O VALOR FORTALECIDO DA MARCA	68
O VALOR DA APROPRIAÇÃO DA AÇÃO SOCIAL	70

GESTÃO: A SOMA DE COMPETÊNCIAS	74
COMITÊ DE VOLUNTÁRIOS	78
O PAPEL DO GESTOR	82
O SITE VOLUNTÁRIOS TELEFÔNICA:	
UM EIXO COMUM	84
INVESTIMENTO	86
A FORÇA DA COMUNICAÇÃO	88
INOVAÇÃO, CRIATIVIDADE E COMPROMISSO	90
VOLUNTÁRIO, EU SOU	94

RENOVAÇÃO E INOVAÇÃO	98
UMA PALAVRA FINAL	101
ORGANIZAÇÕES BENEFICIADAS	102

História e Fundamentos



“Em minha fala de agradecimento, eu disse que o Dia dos Voluntários era um sonho porque representava 10 anos em um dia. Quando eu contava sobre o projeto para as pessoas da equipe ou da comunidade, ninguém acreditava que seria possível mais de mil pessoas trabalharem juntas, ao mesmo tempo, sem se bater e se trombar, sem uma atrapalhar a outra – ‘como é que pode colocar 20 pessoas em uma única sala para pintar as paredes?’, me perguntavam.

Naquele dia, todos viram pessoas que nunca tinham pintado nada fazendo um enorme esforço para deixar tudo bonito. Elas estavam ali dando o melhor de si. Ao passar pelos corredores, a gente escutava as pessoas dando ideias para qualificar cada coisa, caprichar em cada detalhe. Essa energia ficou. O Dia dos Voluntários provou que o trabalho em equipe é possível porque o objetivo é comum. Eu não sou o diretor, eu não sou o responsável pela limpeza; somos todos Voluntários Telefônica para o mesmo objetivo, que é fazer com que aquela comunidade tenha uma estrutura melhor. Além da reforma, ficou para a comunidade e para a equipe da Sociedade Santos Mártires uma lição importante: quando todos, não importa a função ou o cargo, trabalham juntos, é possível fazer a diferença.”

**Osni Santos Gomes,
Sociedade Santos Mártires, São Paulo**



Voluntários Telefônica *CINCO ANOS*

Eles estão por toda parte.

São engenheiros, secretárias, profissionais das mais diversas especialidades. Reúnem-se todos os dias, nas dezenas de prédios e escritórios do Grupo Telefônica em São Paulo e em muitas cidades do Brasil. São mais de 8.500 empregados e não se surpreenda se, ao se identificar, mais da metade deles apresente algo mais que o crachá da empresa: uma bandana, um lenço, uma camiseta colorida debaixo da camisa de trabalho. São os Voluntários Telefônica e, de tão convencidos que estão dessa outra identidade, muitos já posaram para fotos segurando uma plaquinha com o slogan “Eu sou” e são vários os que estampam, em suas mesas e salas, fotografias e outros tesouros acumulados em suas contribuições para transformar o mundo.



Ao completar cinco anos no Brasil,

o Programa Voluntários Telefônica soma cerca de 4.500 empregados cadastrados, entre os quais aproximadamente 1.600 se dedicam a pelo menos uma ação solidária a cada ano, isso considerando apenas as atividades propostas no calendário corporativo. Muitos deles já eram voluntários em organizações em seus bairros ou outras relacionadas a causas que lhes são importantes, outros tomam um gosto tão grande pela prática motivada pela empresa que a multiplicam em iniciativas pessoais ou se engajam a outros grupos da sociedade civil. É o que o Grupo Telefônica quer: "desejamos promover a ação social e a colaboração dos empregados, formando uma rede internacional de voluntários, que desenvolvam atividades de impacto social relevante, incrementando seu orgulho de pertencimento e posicionando a empresa como uma referência internacional em voluntariado", define Lucila Ballarino, coordenadora internacional do Programa Voluntários. Ao mesmo tempo, é o que o empregado busca: "acredito que programas assim demonstram a preocupação das empresas com a sociedade, estimulam que seus empregados estejam mais entrosados em uma causa e passem a ter orgulho de pertencer, de fazer parte de tudo isso", diz Cintia Santana Lima, analista econômico-financeira da Telefônica SP e voluntária. E, simultaneamente, é o que a sociedade aprecia: "Antes, eu olhava para a Telefônica e via

simplesmente uma empresa comum. Hoje, pensar na Telefônica é pensar em um monte de pessoas iguais a mim, que se preocupam com o ser humano, que olham para esse Brasil e que, mesmo sem conseguir atingir todo mundo, dedicam-se um pouquinho a cada bairro e transformam a vida das outras pessoas. Olhar para a Telefônica agora é ver pessoas com vontade de transformar o mundo", resume Leda Maria da Silva, coordenadora pedagógica do Projeto Anchieta, que recebeu o Dia dos Voluntários de São Paulo, em 2007.

Descortinando esse grande mundo vislumbrado por Leda, o Programa Voluntários Telefônica global canaliza todas as ações sociais realizadas por empregados do Grupo em 19 países. Lucila conta que, em alguns deles, elas estão organizadas em um programa estruturado, como é o caso do Brasil; em outros, são iniciativas independentes. A forma de gestão também varia de um lugar para o outro. Mas há pelo menos três grandes linhas estratégicas que incluem e relacionam toda essa mobilização, que envolveu mais de 25 mil voluntários em 864 atividades no ano de 2009.

A primeira dessas linhas é promover a maior quantidade possível de oportunidades de voluntariado para os empregados, por meio da Fundação Telefônica, onde ela está implantada, ou em

parceria com outras organizações da sociedade civil. Outro eixo diz respeito ao fortalecimento da rede de voluntários, por meio do incentivo ao contato e à troca de experiências entre eles e também da visibilidade às atividades que realizam. Isso envolve, ainda, o apoio financeiro a ações voluntárias a que os empregados se dedicam, independentemente da oferta da empresa. A terceira linha estratégica orienta que o Programa Voluntários seja um aliado da área de Recursos Humanos, promovendo o orgulho de pertencer e o desenvolvimento de competências dos empregados no contexto dos valores do Grupo Telefônica.

"Na prática, todos os países já realizam atividades que se encaixam nesses três eixos estratégicos", reforça Lucila. A diferença está na forma de aplicação e, ainda que a coordenação internacional esteja trabalhando para ajudar cada país no cumprimento de metas globais para o voluntariado, há também um cuidado zeloso de compreender as diferentes realidades, tanto no que se refere ao perfil dos grupos de

"Foi ótimo passar um mês com os voluntários. Aprendemos muito e também nos divertimos. Aprendemos um pouco da língua deles, do mesmo jeito que eles aprenderam conosco. Fizemos várias dinâmicas que eles propuseram e, em troca, ensinamos a eles o maracatu, o maracasamba e a confecção de mini-instrumentos."

**Beatriz Amanda Santos e Santos
Solidariedade nas Férias – Proeco**

"Quando eu fui descendo do ônibus, eu vi um monte de pessoas, vi os quiosques todos bonitos, o chão todo gramado, a sala multiuso estava construída e com pedras no caminho. Tudo muito bonito. E tinha um monte de gente nova e legal. E muito feliz. Eu gostei muito."

**Pedro Henrique Faria de Souza
Dia dos Voluntários Telefônica – Projeto Anchieta**

empregados, quanto ao que é próprio das condições sociais, econômicas e culturais dos lugares onde a empresa está inserida. No Brasil, essa contextualização está presente desde os primeiros passos do Programa Voluntários Telefônica. "A autenticidade da iniciativa passa pelo desejo dos empregados em contribuir para melhorar a sociedade", resume Sérgio Mindlin, diretor-presidente da Fundação Telefônica.

Antonio Carlos Valente declara que teve muita satisfação ao conhecer o vigor do Programa Voluntários quando assumiu a presidência do Grupo Telefônica no Brasil, em 2007. Logo depois disso, uma grande mobilização dos empregados, somada a uma contrapartida de 100 mil reais da empresa, permitiu enviar 85 toneladas de alimentos, roupas e outros itens em solidariedade às vítimas de um terremoto no Peru. "Eu acabara de deixar a presidência da Telefônica naquele país e fiquei impressionado com a generosidade e com a rapidez de resposta dos voluntários brasileiros. Nesse momento, tive a certeza que o programa de voluntariado corporativo daqui tinha consistência e profundidade", recorda.





Um pouco de história

No Brasil, o Programa

Voluntários Telefônica nasceu, formalmente, em 2005. Esse foi o ano em que as áreas de Recursos Humanos, Comunicação Interna e a Fundação Telefônica se articularam para a formatação de seus eixos de atuação e para a implantação de seu piloto. Mas, antes disso, a empresa já estava repleta de iniciativas de solidariedade. É o que Françoise Trapenard, diretora-executiva de Recursos Humanos da Telefônica, caracteriza como uma “vocação para mobilização”, que precisava apenas ser organizada. Para citar alguns poucos exemplos, em 1989, antes mesmo da chegada da Telefônica, um grupo de empregados criou a Semear – Associação para Integração e Apoio aos Portadores de Deficiência; e, há vários anos, os empregados se mobilizam nas campanhas de Natal e do Agasalho, com arrecadações sempre expressivas.

+ Todos os anos,
mais de 7.000

mulheres e homens qualificados

e com grande experiência

profissional de mais de

170 nacionalidades

servem como Voluntários das

Nações Unidas em mais de

140 países.

+ Segundo pesquisa da ONU,
o número de voluntários no Brasil
passou de **22 milhões** para

42 milhões após o Ano

Internacional do Voluntariado.

Pesquisa do DataFolha, realizada

em 2001, revelou, ainda, que

83% dos brasileiros

achavam o trabalho voluntário

muito importante para o país.

Françoise, à época da constituição do

programa brasileiro, estava impressionada com uma experiência que vivenciara em uma temporada de trabalho na Espanha, onde o Grupo Telefônica havia reunido cerca de mil empregados para ajudar na limpeza das praias da Galícia. “Foi uma ação voluntária improvisada às pressas”, descreve. O objetivo era ajudar a conter os efeitos do naufrágio do petroleiro Prestige, que espalhou milhares de toneladas de óleo no litoral espanhol, em novembro de 2002. Mais do que o forte impacto dessa experiência, no retorno ao Brasil, mais tarde, a executiva encontrou fatores favoráveis para a estruturação de um programa de voluntariado. A Fundação Telefônica havia solicitado ao comitê de Recursos Humanos, que reunia gestores de RH das várias empresas integrantes do Grupo Telefônica, uma discussão sobre como tratar temas de responsabilidade social corporativa com os empregados. Vários deles já vinham, paralelamente, procurando a Fundação porque queriam se envolver aos projetos desenvolvidos pela instituição ou porque buscavam apoio para atividades sociais que faziam. E o que era a memória de uma exitosa experiência de um lado e demandas concretas de outro ganhou corpo quando Fundação, RH e Comunicação Interna se juntaram para pensar em um projeto para estimular ações voluntárias entre os empregados. Juntas, essas áreas trabalharam com a consultoria de Ruth Goldberg, da GCA – Consultoria em Responsabilidade Socioambiental e Voluntariado, para entender melhor a viabilidade e as necessidades para criar um programa de voluntariado corporativo.

O primeiro passo foi fazer um levantamento, junto aos empregados e às lideranças da empresa, para conhecer sua compreensão e sua disposição sobre o trabalho voluntário. A partir desse diagnóstico, a tal “vocaçao para mobilização” se converteu em estatística, dessas incontestáveis. Mais de um terço dos empregados já fazia alguma ação de cidadania, como voluntário em alguma organização, como doador em campanhas ou até participando da gestão de instituições de interesse público. Somado a isso, a maioria dos entrevistados disse que gostaria de participar de alguma iniciativa de voluntariado organizada pela empresa. “Entre as coisas que me chamaram a atenção no processo do diagnóstico, estão a grande disponibilidade dos líderes em nos atender e o interesse legítimo das pessoas em conhecer o tema”, lembra Ruth. A vocação começava a se transformar em número, palavra e atitude.



Voluntariado no Brasil

A história do voluntariado no Brasil é pouco documentada. Algumas organizações e autores dedicados ao tema apontam a fundação da Santa Casa de Misericórdia da Vila de Santos, em 1543, como o primeiro polo de ações voluntárias no país. Seguiu-se, então, uma cultura bastante relacionada à caridade, à doação pessoal ao outro e à filantropia, com uma parcela representativa de sua atuação ligada a organizações ou movimentos religiosos.

Somente no século XX, começam a aparecer instituições da sociedade civil que mobilizam voluntários para a realização de suas atividades e campanhas. É o caso da Cruz Vermelha e do Movimento de Escoteiros, instalados no Brasil em 1908 e 1910, respectivamente. Mas

é a partir da década de 1990 que o voluntariado ganha notoriedade. Iniciativas como a Ação da Cidadania Contra a Fome e a Miséria e pela Vida, liderada por Herbert de Souza, e a Pastoral da Criança, coordenada por Zilda Arns Neumann, reúnem dezenas de milhares de voluntários em todo o Brasil e produzem resultados reconhecidos nacional e internacionalmente.

Em 1998, é promulgada a Lei do Voluntariado (Lei nº 9.608, de 18/02/98), que define as diretrizes para a prática voluntária no Brasil. A lei, cuja aprovação contou com a importante articulação de Ruth Cardoso, então primeira-dama do País, define voluntariado como “atividade não remunerada, prestada por pessoa física a entidade pública de

qualquer natureza ou instituição privada de fins não lucrativos, que tenha objetivos cívicos, culturais, educacionais, científicos, recreativos ou de assistência social, inclusive, mutualidade”. Além disso, orienta aspectos como direitos e deveres de quem pratica e quem recebe a ação voluntária.

É nessa época também que o voluntariado começa a ser valorizado pelas empresas. A partir daí, muitas delas instituem seus programas e o tema começa a ter presença garantida em fóruns e congressos. Graças à soma de todos esses novos atores, em 2001, o Brasil destaca-se entre os 123 países participantes do Ano Internacional do Voluntário, criado pela ONU (Organização das Nações Unidas).



Uma vocação, muitos talentos

Como era de se esperar, em um contingente tão vasto, com milhares de empregados das mais variadas origens sociais e econômicas, diferentes formações profissionais e históricos pessoais, o diagnóstico confirmou o que a Fundação Telefônica já vivia na prática. Cada empregado que batia à sua porta trazia uma habilidade e uma vontade diferente de ajudar. Foi quando um dos primeiros desafios se impôs. A equipe se indagou sobre como envolver e coordenar, em um único programa, ações que fossem efetivas em seus resultados e, ao mesmo tempo, agregassem os diferentes perfis e talentos de quem se propusesse a participar dele. "Havia gente que estava começando, havia quem nunca tinha feito nada e outros que já faziam trabalho voluntário. E nós queríamos muito respeitar essas várias vontades das pessoas, essas várias formas de envolvimento que elas já estavam colocando à disposição", conta Gabriella Bighetti, gerente da Fundação Telefônica.



pioneira, entre os países onde a empresa atua, a estabelecer o Programa Voluntários. De lá, ela trouxe anotações importantes sobre uma premiação a projetos de empregados que já faziam algum trabalho voluntário em organizações da sociedade, e sobre ações de capacitação interna sobre o tema. Essas referências inspiraram dois dos pilares do Programa Voluntários no Brasil.

Chamou-se, então, **Concurso de Projetos** o eixo dedicado a premiar e apoiar o empregado que já é voluntário fora da empresa, mantendo ou prestando serviços para organizações da sociedade civil. Em cinco anos, cerca de 300 empregados inscreveram propostas que, geralmente, abordam questões como gestão, administração e comunicação. Cerca de 50 desses projetos receberam capacitação e aporte financeiro do Grupo Telefônica. Françoise reforça o efeito multiplicador dessa ação, porque o empregado que participa da capacitação para preparar um projeto, de cara, qualifica a prática que já desenvolve e, junto a um profissional da organização beneficiada, leva a ela ferramentas mais adequadas para a intervenção que realiza. “Recebemos notícias de voluntários que, depois da capacitação, multiplicaram os conhecimentos em palestras e oficinas em organizações de seus bairros”, conta Gil Rodrigues, da equipe do Ficas, que deu consultoria ao Concurso de Projetos de 2009. *(veja mais informações no capítulo específico sobre Concurso de Projetos)*

O segundo eixo definido foi o de **Capacitação**. É também aquele que mais tem passado por adaptações. Se os primeiros passos conduziram a uma série de momentos de formação, aos poucos, a capacitação passou a integrar as demais linhas de ação do Programa Voluntários. “Hoje, a capacitação está mais desenvolvida dentro do Concurso de Projetos, faz cada vez mais parte do processo de preparação para o Dia dos Voluntários e envolve atividades focadas em temas ou agendas muito específicas”, descreve Marcos Paulo dos Reis, coordenador do Programa Voluntários Telefônica no Brasil. Toda a equipe coordenadora concorda que a ação é fortemente estratégica, pois aprofunda a compreensão e facilita a execução das práticas voluntárias, além de despertar a atenção dos empregados para temas importantes para produzir a transformação a que o voluntariado na Telefônica se propõe. Em cinco anos, cerca de mil pessoas passaram por capacitações em forma de palestras ou cursos. E, segundo Marcos Paulo, este eixo promete outras novidades e evoluções para os próximos anos, com atenção especial para os voluntários que querem dar um passo a mais em sua formação e atuação cidadã. *(veja mais informações no capítulo específico sobre Capacitação)*

Outro pilar do Programa Voluntários Telefônica foi chamado **Campanhas**. Havia várias iniciativas de solidariedade que já aconteciam nas empresas do Grupo e a estratégia inicial previa alguma espécie de organização geral delas, algo que foi abandonado em seguida. “Desistimos de tentar controlar tudo porque entendemos que, se as pessoas querem doar, é melhor abrir cada vez mais espaços e possibilidades para que elas se mobilizem”, relembra Patrícia. A partir de então, o Programa Voluntários passou a abrigar algumas campanhas permanentes

e a funcionar como apoio e orientação estratégica para outras iniciadas pelos próprios empregados ou por áreas específicas da empresa. “Sabemos que as campanhas alimentam a cultura do voluntariado e o que tentamos fazer é qualificar a logística dessas ações e garantir que o conceito geral do programa esteja presente em cada uma delas, aprofundando seu sentido”, define Gabriella. *(veja mais informações no capítulo específico sobre Campanhas)*

Ainda no eixo Campanhas, o Programa Voluntários também contemplou a possibilidade de doações em dinheiro. O **Incentivo Criança** usou um mecanismo que a Telefônica Empresas – hoje, Segmento Empresas da Telefônica – havia começado a experimentar um ano antes do nascimento do programa de voluntariado corporativo. Por meio dele, os empregados podem doar para os Fundos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente e ajudar, a cada ano, um projeto indicado por um Conselho Municipal e recomendado pela Fundação Telefônica. Desde 2005, as doações, que envolvem contrapartidas da empresa, somam mais de 750 mil reais. *(veja mais informações no capítulo específico sobre Incentivo Criança)*

Do desenho original do Programa Voluntários faziam parte, ainda, duas ferramentas de gestão da iniciativa. O **Site Voluntários Telefônica** sempre buscou ser um elo entre todas as atividades solidárias. É nele que os empregados se registram, se inscrevem nos projetos específicos e participam de pesquisas sobre as ações realizadas. O site é também um espaço para dar visibilidade aos resultados alcançados e aos objetivos institucionais do programa como um todo. Por sua vez, o **Comitê de Voluntários** foi estabelecido como parte do modelo de governança do voluntariado corporativo da Telefônica. A equipe coordenadora concordou que ter um grupo de empregados voluntários participando da gestão e das decisões estratégicas fazia parte da filosofia proposta para o programa e, desde então, representantes de várias áreas da empresa vêm se revezando nesse papel. *(veja mais informações no capítulo sobre Gestão)*

O último eixo desenhado para o Programa Voluntários Telefônica apareceu durante a revisão do piloto. A equipe constatou que era necessário incluir, entre as ações, uma proposta mais popular. Patrícia explica que os participantes da Capacitação ou do Concurso de Projetos tendiam a ser pessoas que já tinham algum envolvimento com projetos sociais ou que já haviam identificado temas de interesse nesse campo. “Percebemos que era necessário se aproximar das pessoas que nunca haviam experimentado o trabalho voluntário e que sentiam falta de orientação para isso”, recorda. Dessa reflexão, surgiu o **Dia dos Voluntários Telefônica**, que leva os empregados, anualmente, para um dia de reformas e benfeitorias em instituições que atendem crianças e adolescentes em várias cidades do Brasil. Entre 2006 e 2010, em 29 instituições reformadas, mais de 8.000 crianças e adolescentes foram diretamente beneficiados, isso sem considerar o ganho para as comunidades, que passaram a ter

um espaço de qualidade para a atenção a seus públicos. O Dia dos Voluntários agita a empresa, provoca as diversas áreas a pensar em como ajudar mais, emociona os participantes e já é esperado pelos empregados a cada ano. No contexto de troca de experiências e saberes entre os programas de voluntariado corporativo da Telefônica ao redor do mundo, com esta ação, o Brasil se tornou exportador de tecnologia. Desde 2008, o Grupo Telefônica se une para mobilizar milhares de empregados nesse mutirão de ajuda a projetos e comunidades em vários países, seguindo o modelo brasileiro. “No Dia dos Voluntários, toda a Telefônica é uma só, compartilhando o mesmo objetivo e construindo uma obra que nos orgulha porque é muito concreta e, ao mesmo tempo, tem uma dimensão de eternidade, considerando que cada um de nós, os que vamos à comunidade e os que ficamos no escritório, sabemos que colocamos o nosso tijolinho em algo que pode ajudar uma criança a ter uma vida melhor”, diz Mariano De Beer, diretor-geral da Telefônica SP. *(veja mais informações no capítulo sobre Dia dos Voluntários Telefônica)*

Ser Voluntário é...

“Ser voluntário é doar seu tempo, trabalho e talento para causas de interesse social e comunitário e com isso melhorar a qualidade de vida da comunidade.”

Centro de Voluntariado de São Paulo

“O voluntário é o jovem ou o adulto que, devido a seu interesse pessoal e ao seu espírito cívico, dedica parte do seu tempo, sem remuneração alguma, a diversas formas de atividades, organizadas ou não, de bem estar social, ou outros campos...”

Nações Unidas

“Um Voluntário Telefônica é aquele empregado ou aposentado do Grupo Telefônica que se inscreve no programa e que, por vontade própria, contribui com seu tempo ou através de doações a um projeto de ação social promovido, apoiado ou facilitado por alguma das empresas do Grupo Telefônica.”

Grupo Telefônica

“Ser voluntário é uma oportunidade para tentar deixar este mundo um pouco melhor para todos.”

Orlando César de Oliveira Gama, analista de sistemas da Telefônica e voluntário

Outro consenso desse grupo era que

o programa de voluntariado corporativo da Telefônica precisava ter um forte fundamento em cidadania, o que se concretizou pela perfeita sintonia entre os desejos da Fundação e do RH. “Entre uma lógica que criasse uma cultura, pouco a pouco, com múltiplas ações que fossem se somando ao longo do ano, e outra intervencionista única, em que eu pinto uma parede, viro as costas e vou embora, eu sabia que queria uma coisa mais estruturada e mais permanente. Porque a intenção era construir um espaço de cidadania dentro da empresa, onde esta também assumisse a sua responsabilidade”, reforça Françoise. Para Sérgio, essa filosofia era também primordial para que o voluntariado se alinhasse à cultura e à missão da Fundação Telefônica. “Nós sempre buscamos fazer coisas que mexam com as estruturas, que provoquem mudanças duradouras”, diz. Por causa desses fundamentos, o Programa Voluntários foi se desenhando com a prerrogativa de contemplar oportunidades em que o empregado pudesse se capacitar em temas e práticas de cidadania, e outras em que houvesse uma complementação entre mudanças estruturais e apoio a necessidades emergenciais e imediatas das comunidades beneficiadas.

Nesse momento, a rede internacional da Telefônica ajudou a equipe brasileira a identificar alguns caminhos. Patrícia Santin, atual coordenadora do Programa Pró-Menino da Fundação Telefônica, lembra-se da visita que fez à Argentina, que foi



A primeira experiência

Depois das reflexões e revisões de rota com a consultoria, estabelecido o grupo de trabalho, apontados os objetivos e conceitos fundamentais, definidos os eixos de atuação, faltava apenas testar o método escolhido. De uma coisa todos estavam seguros desde o princípio: ia dar certo. Mas, o Grupo Telefônica formava – como ainda forma – um contingente humano muito grande. Milhares de empregados distribuídos em diversas empresas, várias cidades, muitas áreas de trabalho, variadas operações, múltiplos perfis. “Nós nos preocupávamos em como faríamos todas aquelas ações, que logística elas envolveriam, como seria a divisão de papéis e responsabilidades”, relembra Françoise. Foi quando a equipe decidiu realizar um piloto.



Gabriella conta que a TGestiona e

a Telefônica Empresas foram cogitadas para a experiência, considerando suas características e tamanhos. A Telefônica Empresas corresponde hoje ao Segmento Empresas da Telefônica. À época, era subordinada ao Grupo, mas com gestão autônoma. Tinha mil empregados, um conjunto de porte suficiente para gerenciar e também para monitorar e aprender com a experiência, o que era fundamental para sua desejada expansão. Além do mais, “a terra ali já estava arada”, como descreve Françoise. Ela se refere à atitude visionária dessa empresa ao fazer um levantamento sobre experiências e interesses dos empregados sobre voluntariado, antes mesmo que se começasse a falar sobre o programa. Regina Bernardi, então coordenadora de Comunicação Interna da Telefônica Empresas, explica que esse embrião era mais do que uma pesquisa, pois integrava um amplo conjunto de ações voltadas à satisfação do empregado e à melhoria do clima interno. “Fazia parte dessa iniciativa uma gincana que tinha provas relacionadas a ajuda social e, em uma de suas edições, perguntamos aos empregados, pela intranet, se eles faziam alguma atividade voluntária”, descreve. O resultado foi bom e deu segurança aos gestores de que uma proposta bem comunicada e vinculada a uma causa de interesse dos empregados poderia ser muito bem recebida.

Em 2004, exatamente quando se iniciou o trabalho de consultoria para a estruturação do Programa Voluntários, a Telefônica Empresas realizou a primeira edição da campanha de arrecadação chamada Medida Legal, que serviu de base para o Incentivo Criança, que depois se tornou atividade permanente do Programa Voluntários Telefônica. Foi quando, também, a gincana motivou que as equipes, além de arrecadar leite em pó para organizações que atendiam crianças, levassem as doações pessoalmente às beneficiadas, estimulando o contato e a sensibilização com aquela

realidade de carência. “A Telefônica Empresas estava preparada para fazer o piloto, porque mantinha um projeto estruturado para melhoria do clima organizacional, o que significava lideranças já sensibilizadas, e desenvolvia algumas ações que poderiam ser usadas como propulsores para o voluntariado corporativo”, descreve Ruth.

No ano seguinte, o piloto foi realizado. O Concurso de Projetos fez sua primeira chamada, convidando os empregados que já eram voluntários a apresentar propostas para melhoria da atuação das organizações em que trabalhavam. Houve 12 inscritos e seis propostas foram aprovadas, recebendo cada uma 10 mil reais para sua execução e duas vagas na capacitação correspondente. As campanhas do Agasalho e de Natal continuaram a ser realizadas na dinâmica que já tinham antes, mas ganharam o apoio de visibilidade e mobilização do Programa Voluntários.

O eixo de capacitação priorizou ciclos de palestras sobre voluntariado e responsabilidade social corporativa, mas pouca gente aderiu. O balanço geral registrou 72 participantes em quatro oportunidades oferecidas aos empregados. Nas reuniões de avaliação do piloto, essa foi a estratégia mais discutida e também a que recebeu a maior quantidade de sugestões de ajustes. A qualidade das capacitações foi considerada boa e quem participou afirmou ter aproveitado bastante. Apareceram, porém, questões como a dificuldade dos empregados em conseguir liberação dos chefes para participar dos eventos, a conexão entre os assuntos abordados e a prática do voluntariado, a notoriedade pública dos palestrantes, entre outras. “Ninguém tinha dúvida de que se tratava de um pilar importante para o programa, mas entendemos que era preciso envolver o comitê e pensar em como mobilizar melhor, que temas seriam mais interessantes, entre outros aspectos”, relembra Gabriella.

“Eu aprendi com os voluntários da Telefônica a dança do ventre e várias palavras difíceis que eu não sabia. Não só aprendi como ensinei também como se dança e se toca o maracatu. Falei um pouco sobre mim e perguntei sobre eles e o que mais gostavam. O dia que eu mais gostei foi quando o pessoal da Proeco fez uma roda e os voluntários da Telefônica tiveram que sambar. Foi muito engraçado. Ensinamos um pouco da nossa cultura para eles.”

Melissa de Carvalho – Solidariedade nas Férias – Proeco

No caso do Incentivo Criança, a equipe adotou os resultados da campanha realizada em 2004, na Telefônica Empresas e na TGestiona, como o piloto para esta ação específica. Em 2005, a campanha envolveu essas duas empresas mais Telefônica SP, Terra e Fundação Telefônica. Nesse ano, a iniciativa contou com a adesão de 88 empregados e arrecadou mais de 40 mil reais. A equipe registrou aprendizados importantes, como a identificação do perfil mais interessado por esse tipo de oportunidade e das ações mais eficientes para a mobilização dos potenciais doadores. “A experiência confirmou a reflexão que fazíamos com a área de RH, de que os executivos são o principal público dessa campanha. Muitos empregados querem e doam para o Incentivo Criança, o que é muito importante pela doação em si e pelo conhecimento que a mobilização gera sobre o funcionamento dos Conselhos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente. Mas são principalmente os executivos que podem desfrutar do benefício fiscal e isso é um estímulo a mais para doar”, reflete Patrícia. Em 2005, o balanço da campanha indicou que foram eles os responsáveis por 74% do valor arrecadado.

Para Niva Ribeiro, que era responsável pela área de Recursos Humanos da Telefônica Empresas à época, o piloto é uma memória especial. “Nós construímos ali uma nova empresa. A Telefônica já era uma gigante que produzia um retorno expressivo para o acionista e, com o Programa Voluntários, organizou uma nova forma de ser, em que outros fatores, além do financeiro, passaram a ser vistos também como fundamentais”, descreve. Ela sente orgulho da contribuição que uma pequena unidade deu ao Grupo Telefônica em uma causa tão importante. Se na Telefônica Empresas havia um embrião que favorecia a implantação da iniciativa, a responsabilidade se multiplicou no momento em que o objetivo era testar o método para multiplicá-lo em todo o Grupo. Outro aspecto que Niva valoriza nas origens do programa é a parceria com a TGestiona, que mesmo não tendo sido a escolhida para a aplicação do piloto, participou dele ativamente, somando forças.

Regina Bernardi lança um ingrediente adicional como fator de sucesso do piloto e de sua iminente expansão. Ela refere-se ao encontro da missão e da experiência acumulada da Fundação Telefônica com o desejo de articular e estimular a ação social dos empregados, que vinha da área de Recursos Humanos e da Comunicação interna. Essa conexão juntou o conceito e o trabalho estruturado de transformar a sociedade com a capacidade de intervenção que grandes grupos de pessoas têm. O diagnóstico

da consultoria mostrou que muitos empregados não conheciam a Fundação ou sabiam pouco sobre o que ela fazia. “Mais do que explicar para as pessoas, era necessário estimular que elas se apaixonassem por aquele trabalho. Queríamos mostrar ao empregado que ele podia sentir orgulho da Fundação Telefônica, porque ela era séria e tinha coerência”, lembra Regina. O desafio era complexo, porque o caminho do investimento social escolhido pela Telefônica sempre foi mais estrutural do que assistencial. No processo de concepção do programa e aplicação do piloto, nasceu também um entendimento sobre como tornar essas duas forças complementares. As ações voluntárias foram concebidas com um sentido estruturante, que amadurece progressivamente, ao mesmo tempo em que a atuação da Fundação ganhou os braços necessários para atender a muitas demandas imediatas e também importantes da sociedade.

A expectativa inicial foi correspondida. O piloto do Programa Voluntários Telefônica alcançou os resultados esperados. Isso não quer dizer que tudo deu certo. As avaliações foram críticas, consistentes e apontaram muitos ajustes para os passos futuros. Mas a experiência confirmou a capacidade de gestão do processo e a vontade de participar de uma iniciativa desse gênero por parte dos empregados. “Todos nós colocamos o melhor de nós nesse programa. Comunicação, RH, Fundação, cada área usou o melhor de suas competências para fazer planejamento, mobilização, articulação. E, fundamentalmente, a força das pessoas em torno de um objetivo comum foi o que nutriu a implantação do Programa Voluntários. E continua nutrido”, completa Niva.

“Antes, as salas eram de plástico e, quando chovia e batia um vento, era capaz de derrubar tudo. Agora, pode chover, porque não tem mais perigo. (...) Quando voltamos do passeio, ficamos muito impressionados, porque os voluntários foram como uns anjos. A gente nunca imaginou que iria acontecer um dia isso aqui. E eu agradeço pelo que a Telefônica fez pela gente.”

Milena – Projeto Anchieta



Os desafios da expansão para todo o Grupo Telefônica

Piloto aprovado, chegou o momento de propor a expansão

do Programa Voluntários para todo o Grupo Telefônica. Era 2006 e a Telefônica acabava de reorganizar sua estrutura de negócios, incorporando as empresas subordinadas ao Grupo, o que incluía a própria Telefônica Empresas. Isso trouxe a vantagem de poder contar com a transferência de Regina Bernardi e Niva para as áreas corporativas de Comunicação Interna e Recursos Humanos, respectivamente. Com isso, o conhecimento acumulado durante o piloto passava, de forma automática, para o Grupo. Mas, havia pelo menos dois grandes desafios. Por um lado, era necessário convencer a alta direção da empresa sobre os benefícios do programa. Por outro, era fundamental que a iniciativa fosse abraçada pelos empregados. “Não bastava ser um projeto do Sérgio ou da Françoise ou do Fernando Xavier, que era o presidente à época. Porque, se assim fosse, não mobilizaria. Era necessário despertar o engajamento das pessoas”, relembra Niva.



A Telefônica passava por uma enorme

transformação, mas o que ninguém queria perder era a oportunidade de aproveitar o espaço que a direção geral da companhia deu para apresentar a proposta. “Já naqueles anos, a literatura mostrava que as empresas consideradas como os melhores lugares para trabalhar eram também as que tinham maior produtividade, melhores resultados e mais crescimento. Revimos as estratégias e nos preparamos com os melhores argumentos, para mostrar que o que estávamos propondo ajudaria o negócio como um todo”, conta Niva. Para ela, Sérgio e Françoise tiveram um papel estratégico ao levar e defender o tema junto à alta gestão da empresa. “No começo, Sérgio e eu íamos juntos às reuniões do comitê de direção, para apresentar propostas, cronogramas, orçamentos, porque a primeira batalha era ganhar amparo e relevância institucional”, recorda Françoise. Para ela, as aprovações para a execução das ações iniciais, envolvendo todo o Grupo, tiveram para a diretoria um caráter de experimentação, de deixar acontecer para depois avaliar como se posicionaria. A decisão definitiva de apoio ao programa só veio mesmo depois da realização do primeiro Dia dos Voluntários.

Françoise acredita que a experiência dessa ação na comunidade é tão forte que não há como vivenciá-la sem perceber como ela faz sentido. Antes do Dia dos Voluntários, para muitas pessoas, a realidade da população mais pobre era uma notícia de jornal ou um dado estatístico do qual até se podia sentir vergonha, mas se tratava de algo desprovido de humanidade. “A grande mudança que eu vi acontecer foi a constatação, na prática, de que aquele quadro tem gente, que aquela estatística são crianças que poderiam ser seus filhos, que as pessoas que estão lá, lutando para manter uma organização, são seres humanos como nós”, diz. Para a executiva, hoje, o Programa Voluntários é inquestionável. “Eu tenho certeza que, independentemente de mudanças na forma de gestão ou renovação das lideranças, isso permanece. Ao concluir o primeiro Dia dos Voluntários, o projeto como um todo estava consolidado”, completa. Essa grande

mobilização instaurou o espírito do voluntariado na empresa e confirmou a legitimidade de todo o conjunto de ações sociais desenvolvidas e apoiadas pelo Grupo.

O mesmo efeito se reproduziu entre os empregados. Ainda que houvesse variação no que se refere ao conhecimento da realidade dos beneficiados – uns conheciam mais, outros menos; alguns vinham de bairros de periferia, outros nunca haviam estado neles; vários já participavam de ações de solidariedade e outros nunca antes haviam experimentado práticas do gênero –, para todos, a oportunidade de transformar algo para melhor foi marcante e determinante, o que permaneceu como um dos grandes alicerces da iniciativa. “Em nossa rotina de vida, estamos distantes das necessidades concretas dessas comunidades. É muito bom ter a oportunidade de se aproximar, porque a nossa motivação está diretamente relacionada com a tomada de consciência do quanto elas precisam e do quanto podemos fazer para beneficiá-las”, resume Joseane Santana Gonçalves Rossetti, analista financeira sênior do Terra e uma das líderes do comitê de voluntários de Porto Alegre.

Para Regina Bernardi, dois momentos expressam concretamente o significado dessa experiência para a consolidação do programa de voluntariado corporativo da Telefônica. O Dia dos Voluntários de 2006, na capital paulista, mobilizou 800 empregados para um dia de reformas na Sociedade Santos Mártires, no Jardim Ângela. Houve muito trabalho de organização, mas como primeira iniciativa do gênero na empresa, houve também muita improvisação para resolver imprevistos e adaptar soluções de acordo com o andamento da atividade. Os trabalhos caminhavam bem e até parecia que se concluiriam mais rápido do que o imaginado. Para terminar a obra, porém, era necessário transportar cerca de 10 mil livros de uma sala para outra, com o agravante que esses dois espaços ficavam distantes e tinham entre eles uma espécie de labirinto de corredores abertos e fechados atravessando a instituição. “No meio da tarde, foi se

formando, naturalmente, sem ninguém mandar, uma corrente humana enorme. Transportar os livros era uma tarefa simples, mas a equipe responsável pela biblioteca não ia conseguir fazer sozinha. As outras pessoas foram terminando seus trabalhos e se juntando àquela corrente, rindo e cantando, enquanto passavam os livros de mão em mão, de um ponto ao outro”, recorda. Para ela, essa imagem simboliza o primeiro ano do Programa Voluntários, porque representa todo um processo de aprendizagem da equipe gestora, do comitê e uma adesão sincera dos empregados à iniciativa.

Patricia tem outra recordação que complementa essa compreensão. “Em um dado momento, eu olhei do alto e era um mar de gente. Eu tive medo de não conseguir acabar a obra na hora e do que faríamos com tanta gente frustrada se isso acontecesse. As demandas práticas interromperam minha preocupação e, duas horas mais tarde, quando eu passei por esse mesmo lugar, olhei novamente e estava tudo ficando organizado, pintado, limpo”, revive. Para ela, ali nasceu o espírito de grupo, outra característica destacada do voluntariado; do caos, surgiu a organização e a auto-organização das pessoas. Neste sentido, a primeira edição do Dia dos Voluntários também foi fundamental para a estruturação do trabalho do comitê de voluntários. Essa figura de um conjunto de empregados como parte da equipe de gestão do voluntariado foi estabelecida no processo de expansão para toda a Telefônica. E a metodologia de distribuir atividades por líderes, utilizada na intervenção na comunidade, se reproduziu na organização das responsabilidades desse grupo. “Assim como o Dia dos Voluntários dependia da delegação de responsabilidades para a coordenação das centenas de empregados distribuídos em várias tarefas, o programa como um todo também conta com lideranças que articulam os seus vários eixos de atuação”, expõe Tony Silva, engenheiro da Gerência de Plataformas e Tarifação e membro do comitê de voluntários.

O valor econômico do voluntariado

Em dezembro de 2008, a OIT (Organização Internacional do Trabalho) celebrou o compromisso de estatísticos do trabalho de todo o mundo em adotar procedimentos para medir a contribuição econômica do trabalho voluntário. A partir dessa iniciativa e com o apoio do Centro de Estudos da Sociedade Civil da universidade americana John Hopkins, foi desenvolvido um manual para orientar tal análise.

Esse Centro de Estudos reúne dados sobre o voluntariado no mundo. Um deles indica que cerca de 50% da força de trabalho das organizações não-governamentais é composta por voluntários. Estatísticas, geradas com base em dados recolhidos em 37 países, revelam que pelo menos 12% da população adulta desses países realizam alguma atividade voluntária. Segundo esse levantamento, o trabalho realizado por eles equivale a 20,8 milhões de trabalhadores em regime de dedicação integral e a uma contribuição de cerca de 400 bilhões de dólares para a economia.





O outro momento importante, segundo as memórias de Regina Bernardi, foi protagonizado por Fernando Xavier, então presidente do Grupo Telefônica no Brasil. Ele chegou ao fim da tarde para participar da entrega da obra e, para ir até a quadra, onde todos estavam reunidos, passou pelos espaços reformados. O executivo, acostumado a fazer discursos para variados públicos, tomou o microfone e, ao se dirigir àquele coletivo de empregados e à comunidade, chorou. "Para a Telefônica, aquilo tudo era muito novo. Muitos dos empregados nunca tinham sequer visto o Fernando Xavier, que era considerado um homem muito formal. Ele, provavelmente, não sabia o que encontraria ao chegar à comunidade", lembra. Assim como Françoise, Regina acredita que a experiência que as pessoas viveram naquele dia, incluindo o presidente do Grupo, foi a garantia de que o programa teria continuidade. "A meta de tocar o coração das pessoas tinha sido alcançada", conclui. Para Sérgio, o que sustenta toda a mobilização do voluntariado na Telefônica é a clareza do resultado do esforço que é realizado, o que é evidente em uma reforma como a que é realizada no Dia dos Voluntários, mas que também se percebe nas histórias de vida transformadas por todos os outros eixos do programa.

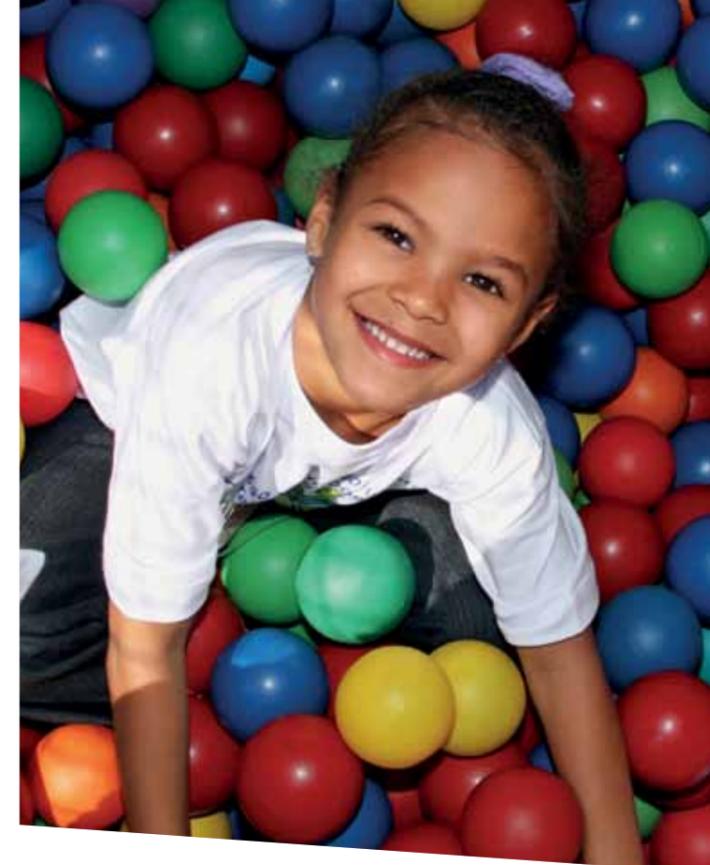
Depois disso, o trabalho político se concentrou em garantir a continuidade com qualidade das ações. "Nosso desafio se converteu em evitar que o programa se banalizasse e perdesse espaço para alguma outra iniciativa, como se fosse apenas uma moda passageira", explica Françoise. Para Ruth, está aí um dos diferenciais da Telefônica na gestão de seu programa de voluntariado corporativo. Ela conta que é normal que empreendimentos como esse, no decorrer do tempo, diminuam em intensidade e participação; as dificuldades do percurso desmobilizam e algumas pessoas se cansam do volume de trabalho requerido. "A empresa e a Fundação Telefônica têm sido fiéis ao projeto, porque acreditam em seus benefícios e na

importância de continuar e, por isso, mantêm os investimentos, as equipes e as estruturas que viabilizam a prática voluntária", observa. Em 2010, o voluntariado atingiu um orçamento de cerca de 1,2 milhão de reais, além das mais de 20 mil horas dedicadas pelos empregados, que são liberadas pela empresa, e de recursos que não podem ser estimados porque são disponibilizados pelas diferentes áreas sem entrar diretamente na contabilidade do programa – por exemplo, quando empregados de uma determinada área usam um carro da empresa para levar doações a um determinado lugar. O programa tem uma secretaria executiva, instalada na Fundação Telefônica que, desde 2008, mantém um profissional com dedicação exclusiva. Além do comitê executivo, formado por representantes das áreas de Recursos Humanos, Comunicação Interna e da Fundação Telefônica, mantém o comitê de voluntários, com suas reuniões e atividades regulares para a gestão das ações.

No caminho oposto ao da desmobilização, que Ruth diz fazer parte da experiência de muitas empresas, na Telefônica, o voluntariado corporativo tem tudo para crescer. É um caminho sem volta, como repetem gestores e os próprios voluntários. Para Gabriella, a iniciativa se tornou tão valiosa para o empregado como um plano de saúde ou um seguro de vida. "Desistir da ação, depois de cinco anos de mobilização intensa, seria como informar a mais da metade dos empregados do Grupo – são mais de 4.500 cadastrados no banco de dados do programa – que eles estão perdendo um benefício adquirido, o benefício de estar em uma empresa que incentiva a prática da cidadania", exemplifica. O programa está incorporado na cultura da companhia e faz parte, inclusive, das informações dadas aos novos contratados nas atividades de integração ao trabalho. César Rua, gerente de Comunicação Interna da Telefônica, concorda e usa outro exemplo para ilustrar como a experiência foi profundamente absorvida. O Programa Imagina, da área de

Recursos Humanos, envolve uma consultoria que acompanha pequenos grupos de empregados em seu desenvolvimento. Em uma das atividades, eles devem desenhar o que consideram mais emblemático na empresa. "A maioria absoluta faz um desenho ou alguma referência ao Programa Voluntários", revela.

Para Françoise, a Telefônica ganhou muito com o voluntariado corporativo, o que inclui uma nova forma de vínculo entre o empregado e a empresa. "Orgulho, lealdade, brilho no olho. Essa possibilidade de chegar à sua casa e partilhar o que você fez com a ajuda da empresa, ter esse brilho no olho e emocionar a sua família. Isso é um vínculo muito profundo", explica. Seja pela contribuição e pela amplitude que dá ao trabalho social do Grupo, seja pelas oportunidades de desenvolvimento e cidadania oferecidas aos empregados, seja pelos benefícios gerados à formação do capital humano ou pela soma desses fatores, a importância da iniciativa alcançou um patamar indiscutível. "O Programa Voluntários confirma o compromisso da Telefônica com a qualidade de vida e o desenvolvimento da sociedade brasileira. Trata-se de um compromisso efetivo, concreto, que está presente nas políticas estratégicas do Grupo e em todas as suas práticas, o que inclui a participação efetiva dos empregados", define Valente.



Voluntariado empresarial no Brasil

Em 2010, o CBVE – Conselho Brasileiro de Voluntariado Empresarial – organizou uma publicação com o resultado da pesquisa "Perfil do Voluntariado Empresarial no Brasil" e reflexões sobre a evolução do setor no período entre 2007 e 2010. Entre os dados apurados, destaca-se a concentração da prática por empresas de grande porte – 73,4% do total –, especialmente as localizadas na região Sudeste do Brasil – 84%.

A maior parte das ações de voluntariado realizadas por essas empresas está dirigida à contribuição para o desenvolvimento das comunidades de seu entorno e à melhoria das condições de vida de seus moradores. Outros objetivos que aparecem na

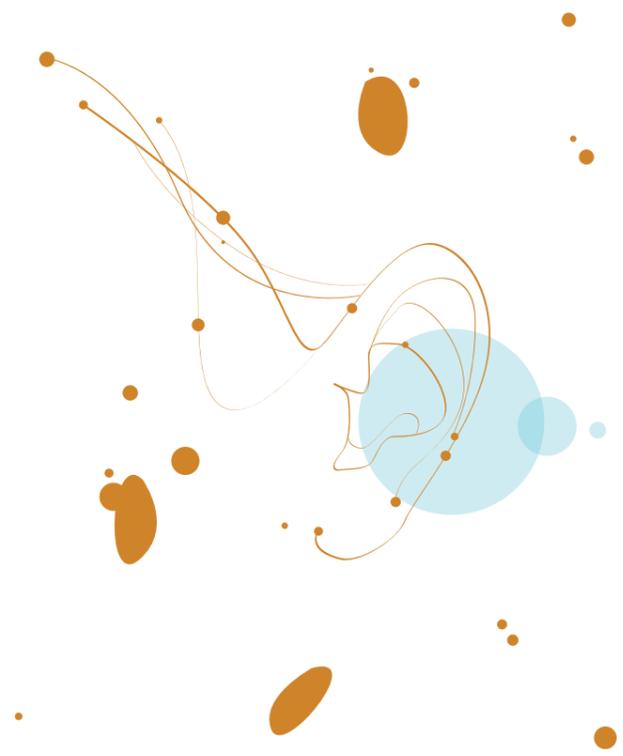
pesquisa são divulgar conceitos como responsabilidade social e sustentabilidade, contribuir para o desenvolvimento sustentável e fortalecer a imagem da empresa como socialmente responsável. De acordo com a consulta, o desenvolvimento de competências e habilidades dos empregados ainda não ocupa posição de relevância para os gestores do voluntariado corporativo.

O percentual de participação dos empregados em programas de voluntariado empresarial gira em torno de 1% a 5% na maioria das empresas pesquisadas pelo CBVE. As campanhas de doações e as intervenções pontuais ainda correspondem às propostas que mais mobilizam voluntários nas empresas.

Quase a totalidade delas oferece programas próprios para a participação de seus empregados, mas essa prática costuma ser combinada com parcerias com outras instituições e/ou com apoio financeiro a iniciativas individuais realizadas pelos colaboradores.

Além de confirmar a capacitação, a comunicação mobilizadora e o reconhecimento como ferramentas fundamentais para a realização dos programas de voluntariado corporativo, a pesquisa identificou o crescimento de outros aspectos relacionados a essa prática. Muitas das empresas consultadas, por exemplo, dizem já avaliar a experiência voluntária em seus processos de recrutamento de novos empregados.

Atividades



“Sempre procurei ajudar as pessoas necessitadas, mas dentro de uma filosofia que não é simplesmente doar dinheiro. É doar dinheiro que se transforme em condições de melhoria de vida para as pessoas, que gere progresso e evolução com as próprias pernas. Em resumo, não é dar o peixe, é ensinar a pescar. Os projetos da Fundação Telefônica caem como uma luva no meu modo de pensar e por isso continuo doando, ano após ano, enquanto eu puder. A grande vantagem da campanha organizada pelo Programa Voluntários Telefônica é que a Fundação pesquisa os projetos com maior chance de sucesso e investe com a certeza do resultado. Para nós, empregados, fica a certeza da seriedade da instituição beneficiada. Visitei um projeto em Sumaré e a oficina de costura montada foi o que mais me chamou a atenção. Era simplesmente fantástica, com equipamentos modernos e completos. Na hora, vi o potencial do projeto e a enorme quantidade de pessoas que seriam beneficiadas, aprendendo uma profissão e com certeza melhorando as condições de vida para suas famílias. Senti orgulho de ter ajudado na construção desse sonho.”

**Antonio Gomes Jardim Junior, gerente da
Gerência de Engenharia e Implantação de NGN
e Comutação, voluntário**



Dia dos Voluntários Telefônica

Histórico e Objetivos

Ao final de 2005, depois de realizado o piloto do Programa Voluntários, os gestores das áreas de Recursos Humanos, Comunicação Interna e da Fundação Telefônica fizeram diversas avaliações dos resultados alcançados. O saldo geral era positivo e o ambiente interno, propício para a expansão da iniciativa. Mas faltava alguma coisa. O programa carecia de uma promoção massiva, popular, em que qualquer empregado pudesse participar, independente de experiência ou conhecimento anterior sobre voluntariado ou ações sociais. O objetivo era encontrar um modelo de ação simples, mas com resultados muito efetivos, que servisse como primeiro passo para quem nunca havia participado de nenhuma atividade voluntária e que, ao mesmo tempo, reforçasse o espírito solidário entre aqueles já engajados.

A equipe trouxe ao debate o modelo de um projeto chamado Natal Solidário, que uma empreendedora social apoiada pela Ashoka desenvolvia na capital do Rio Grande do Norte. A ação consistia em, durante um ano todo, preparar uma atividade e mobilizar pessoas para fazer, em um dia, uma transformação

completa em algum aspecto da cidade, por exemplo, tornar todas as vias públicas acessíveis para cadeirantes. Os gestores do Programa Voluntários gostaram da ideia e buscaram também informações sobre o "Make a Difference Day", mobilização iniciada em 1992, nos Estados Unidos, pela revista USA Weekend, e reconhecida como o maior esforço coletivo de serviços à comunidade naquele país.

Um projeto de revitalização completa de um espaço de atendimento a comunidades carentes em um único dia. A ideia era ousada, mas foi bem recebida pela coordenação do Programa Voluntários Telefônica. A primeira etapa foi o convencimento da alta direção da empresa. Foram muitas reuniões, documentos, projetos detalhados sobre a atividade em si e sobre seus custos. Além disso, houve uma grande discussão para definir se a ação seria realizada em um dia de expediente regular ou durante o final de semana. Françoise Trapenard, diretora-executiva de Recursos Humanos, relata que prevaleceu a prerrogativa de que, ao realizar a ação em um dia de trabalho, a empresa também daria a sua contribuição e confirmaria o seu compromisso com a prática do voluntariado.

"A gente precisa disso para continuar o nosso trabalho. Se, de vez em quando, alguém nos ajuda, nos sentimos mais fortalecidos, porque são muitas as dificuldades que enfrentamos no dia-a-dia. Quando aparece uma empresa que vem com toda a garra para nos ajudar, isso funciona como uma injeção de ânimo. A instituição ficou muito melhor depois que o Dia dos Voluntários Telefônica passou por aqui."

Neusa Aparecida Silva, presidente da PROEPAD – Projeto Educacional Profissionalizante do Adolescente, em São José do Rio Preto

A equipe da Fundação Telefônica ficou responsável por identificar as possíveis instituições beneficiadas e, depois de uma primeira triagem, todo o grupo, incluindo os membros do comitê, visitou a Sociedade Santos Mártires, uma obra social que beneficiava mais de 1.200 crianças e adolescentes no Jardim Ângela, na capital paulista. Definida a instituição que seria apoiada, a equipe se dividiu em times para as variadas responsabilidades, como acompanhar as necessidades da obra propriamente dita, organizar a logística, informar e motivar os empregados, entre outras. Patrícia Santin era a coordenadora do Programa Voluntários à época e lembra-se bem do desconhecimento com relação ao que era preciso para realizar uma reforma daquelas proporções. Areia, tinta, ferramentas, quanto era necessário de cada coisa? O que devia ser feito primeiro e o que precisava ser adiantado antes da chegada dos voluntários? A essas dúvidas se somavam as perguntas sobre como distribuir os trabalhos no dia e como minimizar riscos de possíveis acidentes com empregados fora do escritório.

A estruturação desse evento foi também a primeira tarefa do comitê de voluntários. Foi quando se estabeleceu o sistema de lideranças por projeto, em que um membro ou conjunto de membros prepara propostas para o encaminhamento de uma ação e, uma vez aprovadas pelo grupo, lhes dão andamento. Nesse contexto, se formaram, ainda, os comitês locais. Ao tomar conhecimento da movimentação que acontecia em São Paulo, empregados de outras unidades da empresa, no interior do Estado e fora dele, manifestaram o interesse de também realizar ações semelhantes. A coordenação do Programa Voluntários gostou da proposta, mas pediu que cada cidade formasse seu próprio comitê para organização da atividade e que a realizasse em uma data posterior ao evento na capital paulista. Como se tratava de uma ação nova para todos, a equipe preferiu testar o método antes de expandi-lo. Por causa disso, em 2006, o Dia dos Voluntários aconteceu na capital São Paulo em agosto e, em dezembro, já com alguns ajustes, em outras seis cidades.

O primeiro Dia dos Voluntários provou que a aposta era certa. O evento chamou a atenção de empregados de todo o Grupo Telefônica e os motivou à participação. As inscrições se esgotaram rapidamente. Nas três primeiras horas depois de disponibilizadas no site do programa, mais da metade das vagas estava preenchida. Ao final do evento, o Programa Voluntários estava consolidado para os empregados e para a liderança da

empresa. Para Sérgio Mindlin, diretor-presidente da Fundação Telefônica, o Dia dos Voluntários conseguiu estabelecer o vínculo que faltava e mexer com o coração das pessoas. Desde então, a iniciativa vem se ampliando a cada ano, mantendo o nível de qualidade e satisfação entre empregados e gestores, e enchendo a memória das pessoas de boas recordações.

Seleção do beneficiado e preparativos para a obra

A primeira edição foi um grande aprendizado para todos os envolvidos. Todos, sem exceção, porque Osni Santos Gomes, da Sociedade Santos Mártires, conta que houve um esforço de parte a parte para encontrar a linguagem comum. Engenheiros e técnicos da Telefônica sentados à mesa com pedagogos, agentes comunitários e pedreiros do bairro discutiam as reformas. Para Osni, um dos segredos do sucesso de toda a obra foi a abertura da equipe técnica para ouvir os anseios da comunidade. "Em todas as visitas, em todos os projetos, eles se esforçaram para se aproximar do que nós realmente precisávamos. Eu sentia que eles eram também Santos Mártires", relembra. E esse é um processo que se repete todos





“Embora grande, a casa era uma desordem, cheia de buracos, não tinha pintura. Então, apareceu um grupo magnífico da Telefônica. Eles fizeram os consertos nas paredes, pintaram tudo, construíram uma sala para a música, arrumaram todo o jardim – a decoração do jardim ficou maravilhosa! – e, ainda, foram trabalhar na plantação, porque lá era um projeto rural. Aqueles voluntários que só trabalham em escritório, não sei se eles já tinham pegado em uma enxada antes, mas estavam todos lá, plantando e enchendo nosso terreno de árvores.

A alegria maior foi à tarde, quando as crianças voltaram do passeio e encontraram a casa toda renovada. Elas ficaram sabendo que todo aquele serviço havia sido feito por voluntários que trabalham na Telefônica, que deixaram suas funções no escritório e dedicaram aquele dia para mostrar a responsabilidade social que eles e a empresa têm. Foi uma lição de dedicação e esforço gratuito que eles deram para as crianças.

No final, da estrada, a gente olhava aquela casa, que nunca tinha recebido pintura antes e, agora, estava linda. A coisa mais bonita que eu vi no Tabor, nos 24 anos que eu passei lá, foi o Dia dos Voluntários Telefônica.”

Yara Passos,
Centro Educacional Tabor

os anos. O projeto das reformas começa com uma lista preparada pela instituição beneficiada, com todas as suas necessidades. A partir daí, a equipe gestora do Programa Voluntários começa o alinhamento entre orçamento, viabilidade técnica e de prazo, e capacidade de absorção da mão-de-obra dos voluntários.

A escolha da instituição beneficiada é também uma decisão estratégica do processo. Na capital paulista, um pré-requisito fundamental é que a organização seja ampla, com espaço capaz de receber um grande volume de pessoas. A primeira edição do evento já mobilizou mais de 800 voluntários e, depois disso, esse número nunca foi inferior a mil. E toda essa gente quer trabalhar, o que requer espaço e demanda para todos se envolverem. No interior, as empresas do Grupo Telefônica são menores, têm menos empregados e o orçamento do projeto é mais modesto. Por isso, as instituições também são menores em tamanho. Eliane Domingos Bezerra, gerente de Negócios e Relacionamento e coordenadora do comitê de voluntários do Rio de Janeiro, conta que entender a dimensão da obra e do orçamento foi um grande aprendizado. “A capacidade de realização é um fator importante para o voluntário. No decorrer dos anos, aprendemos a adequar melhor a nossa vontade de ajudar aos recursos disponíveis e às prioridades de cada instituição”, explica.

Um fator que favorece a mobilização é que o comitê tem participação ativa na decisão sobre a organização beneficiada. Onde já existem projetos apoiados pela Fundação Telefônica, os comitês locais são convidados a considerá-los na seleção, mas é a necessidade da comunidade que vai determinar a escolha final. A liberdade e a confiança na decisão deles são aspectos muito valiosos na avaliação de Débora Moreira Matos,

analista de Assuntos Corporativos e coordenadora do comitê de Campinas. Em 2006, ela foi abordada por uma colega que soube das visitas a instituições para escolher onde o Dia dos Voluntários seria realizado e que queria sugerir a creche onde ela já era voluntária como possibilidade. Débora anotou o endereço e foi até lá com os outros membros do comitê. Essa instituição acabou sendo a escolhida. Quando contou o resultado para a colega que havia feito a sugestão, a notícia gerou uma boa surpresa e a confirmação de que se tratava de uma proposta séria e transparente. “Os empregados ficam motivados porque podem participar realmente da decisão sobre onde e como será desenvolvido o projeto”, diz.

Depois dessas etapas, começa a operação de transformação. Há uma série de trabalhos que é feita nos meses anteriores ao Dia dos Voluntários propriamente dito. Reformas estruturais, construção, serviços que requerem conhecimentos e equipamentos especializados, como os elétricos e hidráulicos, por exemplo, são realizados antes. Os membros do comitê de voluntários dividem-se para acompanhar o andamento da obra, com apoio direto de equipes da T Gestiona.

A comunicação aos empregados também começa cedo. Os veículos internos divulgam a seleção da instituição beneficiada e, nos meses anteriores ao Dia dos Voluntários, distribuem muita informação sobre o bairro onde ela fica e sobre que ações são realizadas com as crianças e adolescentes naquele local. Para Gabriella Bighetti, gerente da Fundação Telefônica, essa é a fase de aproximação, rompimento de mitos e esclarecimento sobre a realidade que será tocada pela iniciativa. Muita gente se lembra como houve preocupação e até alguma resistência quando se anunciou que o primeiro Dia dos Voluntários seria realizado no Jardim Ângela. Alguns empregados perguntavam se aquilo não seria perigoso. Mais do que tranquilizá-los, a comunicação apresentou uma nova face daquele bairro, que foi confirmada quando os voluntários se encontraram com profissionais e famílias atendidas pela Sociedade Santos Mártires. Como Sérgio Mindlin, diretor-presidente da Fundação Telefônica, gosta de descrever, o Dia dos Voluntários estabelece uma ponte entre os bairros mais estruturados e a periferia.

O dia de fazer a diferença

Cerca de um mês antes do Dia dos Voluntários, os empregados escolhem as atividades em que querem trabalhar ao fazer sua inscrição pelo site do programa de voluntariado corporativo. Geralmente, cerca de 20% dos inscritos não comparecem à atividade, por causa de compromissos de última hora no trabalho. Essa estatística é sempre considerada na organização e na distribuição das tarefas. Há funções que se repetem todos os anos, como pintura de paredes, suporte à alimentação dos voluntários e recreação com as crianças. Outras variam de acordo com o perfil da instituição beneficiada, como aconteceu em 2008, na capital paulista. Como o Tabor oferecia cursos

“Estou muito feliz por fazer parte desse time de voluntários há 3 anos. É gratificante ajudar o próximo, ver a alegria das crianças. Sei que o meu trabalho é uma gota no oceano, mas sem ele o oceano seria menor. Parabéns a todos!!!”

Patrícia Mayumi – ATENTO – Campinas

“Privilegio: ver várias crianças alegres foi uma emoção muito grande para mim. Tudo foi feito com muito carinho e empenho. Parabéns a todos os amigos que estiveram presentes nesse dia tão importante. O resultado final é a marca de que juntos podemos fazer um mundo melhor para nós mesmos e para o próximo. Parabéns ao Grupo Telefônica pela iniciativa, que sirva de exemplo a outras grandes empresas nesse Brasil.

Pedro Henrique Degani – TIVIT – Presidente Vargas, Rio De Janeiro

Comentários publicados no twitter do Dia dos Voluntários Telefônica 2010





profissionalizantes em agropecuária, também fez parte dos trabalhos dos voluntários reformar estruturas onde ficavam os animais, o que foi uma novidade para muitos que ali estiveram.

A chegada dos voluntários ao local da reforma é uma imagem guardada na memória de muitas pessoas. Leda Maria da Silva, coordenadora pedagógica do Projeto Anchieta, beneficiado pelo Dia dos Voluntários de São Paulo em 2007, lembra que sentiu um frio na espinha quando viu mais de mil pessoas chegando à instituição. "A preocupação passou porque eles eram muitos, mas estavam muito bem organizados", diz. Para que isso aconteça, a equipe de coordenação do Programa Voluntários dedica muita atenção para preparar cada

"O Dia dos Voluntários de 2009 foi realizado em uma creche. Enquanto nós fazíamos os preparativos para a intervenção, a equipe da instituição fez também um trabalho de preparação com as crianças. Em uma de minhas visitas à creche, uma menina de cerca de oito anos me perguntou quem eu era. Quando eu disse que era da Telefônica, ela me abraçou forte e disse 'é você que vai nos levar para passear!'. Eu fiquei impressionada com aquela expectativa. Sobretudo, me senti gratificada por ter a oportunidade de oferecer algo tão significativo para uma criança."

Débora Moreira Matos, analista de Assuntos Corporativos e coordenadora do comitê de voluntários de Campinas

detalhe. Transporte, alimentação e distribuição dos voluntários, ferramentas necessárias para cada tarefa, suporte para toda a movimentação durante o dia: para o projeto dar certo, a logística tem que ser perfeita.

Depois de inscritos, os voluntários recebem um manual de instruções com todas as indicações sobre o que vai acontecer nesse dia. Na capital paulista, o material é um guia com muitas informações, porque a operação é mais complexa. São muitas pessoas, muitos ônibus, muitas e variadas tarefas. Nas outras cidades, o material é mais simples, muitas vezes disparado por correio eletrônico, em mensagens diretas dos membros dos comitês para os voluntários. Em ambos os modelos, há um cuidado especial em orientar bem o empregado e lhe dar segurança para o cumprimento do trabalho que ele escolheu. Faz parte da experiência do voluntariado corporativo ter a estrutura adequada para o desenvolvimento das atividades.

Ao desembarcar dos ônibus, os voluntários já se dirigem para o ponto de encontro das tarefas em que estão inscritos. De lá, partem com seus líderes para o início do trabalho. Durante todo o dia, pintam, capinam, limpam, reformam, transportam e organizam materiais diversos. Na capital paulista, um sistema de som faz a animação dos voluntários e também avisa quando tarefas foram concluídas ou quando há necessidade de reforços em alguma atividade. Os times que concluem seus trabalhos costumam se deslocar para as áreas onde a demanda é maior. Ali, não há hierarquia. É comum ouvir comentários de empregados sobre terem sido os líderes de seus chefes durante alguma tarefa ou sobre como ficaram surpresos ao ver um alto executivo empurrando um carrinho de mão. No Dia dos Voluntários, o que fala mais alto é o espírito de equipe e o objetivo comum.

Há, ainda, um grupo de empregados que se incumbem de fazer a recreação com as crianças e adolescentes do projeto, que são deslocados para outro local enquanto a obra é realizada. Esse passeio é também considerado um benefício pelas instituições que recebem o Dia dos Voluntários e um aprendizado para os empregados que participam dele. Débora lembra-se de uma oportunidade em que levaram as crianças a um local que tinha piscina. A maioria delas não tinha roupa de banho. Muitos empregados comentaram, depois, como a alegria das crianças, em sua simplicidade, lhes despertou um novo olhar para a forma como valorizam o que eles têm em casa.

Ao final do dia, todos os voluntários estão sujos e cansados, mas ainda têm energia para uma festa de encerramento e entrega da obra. Eles se reúnem para o retorno das crianças e esse momento também é líder entre as recordações mais marcantes de muitos empregados da Telefônica. "Em 2008, fiquei cuidando de crianças de 0 a 4 anos. No final do dia, quando fomos recepcionar as maiores, elas tinham preparado cartões, flores em agradecimento. Aquilo me marcou, porque elas estavam preocupadas em retribuir um pouco do que estavam recebendo; foi mágico", relata Cintia Santana Lima, analista econômico-financeira da Telefônica SP e voluntária. Leda e José Augusto Terra, da coordenação do Projeto Anchieta, dizem que a relação das crianças e da comunidade com o espaço melhorou muito depois do Dia dos Voluntários. "As famílias vêm ao projeto aos sábados, para brincar com seus filhos, houve quem trouxesse parentes para conhecer o lugar e, sobretudo, os moradores ajudam a cuidar da estrutura", afirmam.

Todos juntos terminam o dia celebrando a transformação realizada. Os coordenadores das instituições beneficiadas repetem que as obras realizadas pelo Dia dos Voluntários equivalem a cinco ou dez anos de investimentos que, talvez, a comunidade nunca chegasse a realizar. Osni aponta ainda, como vantagem adicional, que o dinheiro que a organização usaria para reformas no intervalo posterior à intervenção é todo aplicado em contratação ou qualificação profissional ou no desenvolvimento de novas atividades.

"Em 2006, enquanto se adiantavam alguns trabalhos prévios ao Dia dos Voluntários, a equipe já percebeu que havia algo errado com o teto da creche beneficiada. Nós pedimos para a coordenação da instituição retirar todas as crianças daquele espaço e deslocamos também todos os equipamentos. Naquela mesma tarde, o teto literalmente caiu. Se nós não estivéssemos lá, trabalhando, poderia ter ocorrido uma fatalidade, porque a equipe da instituição não havia percebido o problema."

Sidney Barboza, técnico em Telecomunicações e coordenador do comitê de voluntários de São José do Rio Preto

Na Telefônica, também acontece uma transformação. César Rua, gerente de Comunicação Interna da empresa, relata que as semanas seguintes ao Dia dos Voluntários são mais leves no ambiente interno. Na avaliação da equipe de Recursos Humanos, ainda que não haja indicadores registrados, há contribuições para o trabalho em equipe, para o empreendedorismo, para o sentimento de pertencimento ao Grupo, entre outras conquistas.

Investimento e estrutura

O Dia dos Voluntários é o projeto mais caro entre os realizados pelo Programa Voluntários Telefônica. A média anual de investimento é de 650 mil reais, o que envolve as obras realizadas, campanhas de comunicação e uma milimetricamente desenhada logística. Além do recurso diretamente aplicado pela Telefônica nessa mobilização, há diversas outras contribuições que se somam para garantir a grandiosidade da transformação.



“No Dia dos Voluntários de 2009, no Lar Altair Martins, participei como líder na equipe do pomar e o local que havia sido designado para a plantação das árvores tinha muito entulho e estava cheio de buracos – nada se parecia a um pomar. Cheguei, por alguns instantes, a não acreditar que seríamos capazes de tamanho feito, mas logo a energia de todas as pessoas tomou conta do lugar, todos com suas luvas, pás e muita vontade de fazer daquele espaço um lugar cheio de vida e verde, que sabíamos que perduraria por muito tempo e daria bons frutos para a comunidade.”

Ivonete Corrêa, Gerência de Materiais da Telefônica SP

Áreas inteiras da empresa se mobilizam para arrecadar brinquedos, livros e outros materiais para oferecer à instituição beneficiada. As equipes de coordenação do evento, na capital paulista e nas outras cidades, procuram envolver parceiros e fornecedores para complementar verbas ou oferecer serviços. Em São Paulo, o Dia dos Voluntários conta com o apoio regular do Habib's, que oferece o almoço aos voluntários todos os anos. No Rio de Janeiro, a Datora Telecom frequentemente doa uma lista completa de equipamentos solicitados pelo comitê local para reforçar o trabalho feito pela instituição beneficiada. Forma-se uma verdadeira corrente do bem que extrapola a Telefônica e envolve outras empresas e pessoas que querem praticar a solidariedade. “Para o Habib's, é muito prazeroso saber que indiretamente também estamos colaborando com as instituições escolhidas. O principal motivo de continuarmos envolvidos é que acreditamos neste projeto, pois ele contribui para melhorias nas comunidades e faz nossos clientes mais felizes. Como nosso slogan é Não custa nada ser feliz, vamos sempre apoiar”, declara Roberta Martins, analista de vendas da rede de restaurantes.

Toda a mobilização envolve a coordenação do Programa Voluntários durante vários meses, além de todos os membros do comitê. Como se trata de um dia de expediente regular, todas as áreas da Telefônica se preparam para dar suporte ao evento e permitir que uma parte significativa dos empregados passe o dia fora, zelando para que os compromissos da empresa sejam preservados. Neste sentido, o trabalho de equipe se estende para além da reforma em campo.

Aprendizagens e Resultados

Regularmente, o Dia dos Voluntários incorpora ajustes e inovações na preparação e na execução do evento. A mais comemorada é que, a cada ano, a intervenção começa mais cedo e termina mais tarde, ampliando seu caráter de transformação para muito além da estrutura física das organizações beneficiadas. Em parte, esse acréscimo vem de intervenções adicionais que entram no escopo do projeto de reformas, mas há também uma contribuição crescente oferecida pelas diversas áreas da Telefônica.

Gabriella observa que muitos empregados repetem a participação e se envolvem também a outros eixos do Programa Voluntários. Vários deles, ao tomar contato com a organização beneficiada, descobrem que podem ajudá-la de outras maneiras além do que é feito no dia do mutirão. Em 2007, a Área Jurídica da Telefônica SP voltou ao Projeto Anchieta depois do Dia dos Voluntários. Os profissionais que participaram da intervenção perceberam que a comunidade tinha muita carência de orientação legal. Convidaram escritórios de advocacia parceiros da empresa e a OAB (Ordem dos Advogados do Brasil) e organizaram um dia de atendimento aos moradores do bairro, para sanar dúvidas e orientar sobre procedimentos ligados à Justiça. Para Sérgio, esse é um exemplo concreto que mostra como a empresa, oferecendo um programa de voluntariado, estimula a cidadania na descoberta do papel que cada um pode ter para ajudar a resolver um problema da sociedade.

Além dessas iniciativas espontâneas, a coordenação do Programa Voluntários aprendeu que a intervenção poderia produzir efeitos mais amplos, incluindo apoio e serviços ligados à gestão, à comunicação ou à própria atividade-fim da instituição beneficiada. Em 2009, pela primeira vez, o Dia dos Voluntários de



São Paulo ofereceu um programa de reciclagem na área de pedagogia como parte das “reformas”. Os profissionais do Lar Altair Martins passaram por uma capacitação conduzida pelo Instituto Avisa Lá, que trabalha com formação continuada de educadores, e receberam consultoria de empregados da Telefônica na área de contabilidade. Em 2010, para o Dia dos Voluntários da capital paulista, várias áreas da empresa foram acionadas para oferecer suporte profissional à AME (Associação de Mulheres pela Educação), com serviços de tecnologia, orientação jurídica, administrativa, contábil e de recursos humanos, além de apoio para a criação de um site e de um blog, e capacitação pedagógica.

Mesmo antes dessas inovações, os coordenadores das organizações beneficiadas pelo Dia dos Voluntários já apontavam resultados que iam muito além das reformas estruturais. Terra e Leda dizem que o Projeto Anchieta se tornou uma espécie de referência no Grajaú depois de receber o mutirão dos empregados da Telefônica. “Somos chamados para editais da prefeitura e muitas organizações da região nos convidam para debater projetos de atenção à comunidade”, relatam. Para eles e para diversas outras instituições, o Dia dos Voluntários Telefônica significou a garantia para manter as portas abertas. Débora conta que a Casa da Sopa, beneficiada pela intervenção em 2008, em Campinas, estava ameaçada de fechar porque servia as refeições no mesmo espaço em que realizava atividades culturais com as crianças. O apoio do programa de voluntariado da Telefônica proporcionou a reforma necessária para que a instituição continuasse existindo e prestando seus serviços à comunidade, o que foi ainda mais significativo para os voluntários.

Por outro lado, o trabalho de reformas em si também vem melhorando a cada ano. Zilda Casagrande da Silva, secretária na T Gestiona e membro do comitê de voluntários, lembra que, na primeira edição, houve muito desperdício de material. Não porque as pessoas não se preocupassem com o bom uso, mas a maioria delas realmente não sabia como usar bem as ferramentas ou quais eram as quantidades corretas de cada recurso para cada atividade. Dali em diante, a capacitação

passou a fazer parte da preparação para o Dia dos Voluntários. Os líderes são orientados sobre como usar os equipamentos, otimizar a aplicação dos materiais e distribuir melhor as tarefas entre os membros de suas equipes. Patrícia recorda, ainda, que o apoio das equipes da T Gestiona tem ajudado muito no aperfeiçoamento de todo o processo de planejamento e execução das obras. Esses profissionais foram se envolvendo cada vez mais na gestão de toda a parte de engenharia do projeto. O engajamento e a satisfação são tão grandes nesse time que já houve quem recusou proposta de remanejamento para outra área da empresa só para continuar se dedicando ao voluntariado.



Dia dos Voluntários Internacional

O Dia dos Voluntários foi realizado pela primeira vez, no Brasil, em 2006. A experiência teve uma repercussão tão positiva na empresa que, em 2008, foi multiplicada em diversos outros países onde a Telefônica atua. Em 2010, O Dia dos Voluntários Internacional foi realizado em 19 países: Brasil, México, Argentina, Equador, Nicarágua, Peru, Chile, Colômbia, Guatemala, Venezuela, Panamá, El Salvador, Uruguai, Alemanha, Irlanda, República Checa, Eslováquia, Reino Unido e Espanha. Ao todo, cerca de 5.000 pessoas foram envolvidas em atividades simultâneas de reformas e benfeitorias em organizações sociais ou mobilizações em defesa dos direitos das crianças e adolescentes. A coordenação internacional do Programa Voluntários Telefônica estimula que todos os países onde há operações do Grupo Telefônica realizem a atividade, seguindo o modelo brasileiro.



Campanhas

Objetivos

As campanhas têm uma nobre missão no escopo do Programa Voluntários Telefônica: criar cultura, hábito, manter acesa a chama da solidariedade. A ideia é que, entre uma grande atividade e outra, sempre haja uma campanha, que pode ter duração menor ou demandar uma atitude mais simples, mas mantenha o empregado pensando no voluntariado, na ação social, no compromisso com a sociedade.

Como funciona

O calendário do Programa Voluntários Telefônica tem três campanhas fixas, a de Doação de Sangue, o Dia Semear e a Campanha de Natal. A Gincana do Agasalho também é fixa, mas é gerida pelo Programa ComViver, da área de Recursos Humanos, com apoio de mobilização do voluntariado. O Programa Voluntários organiza também as campanhas de Atenção a Emergências e dá apoio a outras iniciativas dos empregados.

O ponto comum entre as campanhas realizadas na Telefônica é que toda ação, mesmo as intervenções pontuais, deve procurar aprofundar seu sentido e se conectar aos princípios do investimento social da empresa. Na prática, isso quer dizer que, se um grupo de empregados decide fazer uma gincana para

arrecadar material escolar, por exemplo, a coordenação do Programa Voluntários buscará ajudá-lo a identificar a instituição ou a comunidade beneficiada e, sempre que possível, a escolher quais os materiais mais adequados para a faixa etária ou para os objetivos do projeto.

De preferência, os esforços feitos pelos empregados em campanhas são orientados para complementar outros projetos já em andamento. Por exemplo, durante os preparativos para o Dia dos Voluntários, muitas áreas da empresa dirigem suas mobilizações à coleta de produtos de que a instituição beneficiada precisa. Nesse período, é muito comum que os empregados se organizem para arrecadar livros e brinquedos para as crianças.

A gincana é um recurso frequentemente utilizado durante as campanhas. Além de ampliar as doações, movimentar muitas pessoas e envolver, inclusive, familiares e fornecedores, há gestores que afirmam que a competição aguça a criatividade das equipes. Nestas situações, a coordenação do Programa Voluntários também procura orientar o foco da ação. Em uma gincana para arrecadação de brinquedos, por exemplo, a sugestão poderá ser criar uma lista de opções selecionadas por um profissional da pedagogia e dar pontos somente para produtos que tenham o selo do Inmetro. Outra recomendação

é que a competição não gere pressão sobre as pessoas, para evitar que se comprometa o sentido do voluntariado. Os empregados são mobilizados por meio de ações de comunicação e também se incentiva o estímulo direto entre os colegas. Os membros do comitê reforçam a mensagem, atuando como embaixadores das campanhas nos prédios e áreas onde trabalham. Há uma especial atenção da área de Comunicação Interna para anunciar os resultados de arrecadação e os benefícios gerados pelas doações dos voluntários.

Atenção a emergências

As campanhas de Atenção a Emergências têm como objetivo dar uma resposta imediata de solidariedade em situações como desastres naturais e grandes acidentes. A proposta é oferecer ao empregado um canal rápido e seguro para destinar sua doação. Nos cinco anos de Programa Voluntários Telefônica, houve dois grandes aprendizados neste processo. O primeiro deles foi antecipar a aproximação com organizações diretamente relacionadas à tragédia, que podem ser órgãos da Defesa Civil, a Cruz Vermelha ou outras instituições ligadas ao governo local. Esse procedimento ajuda a identificar que tipo de material será mais útil no atendimento à emergência.

O programa procura também identificar fornecedores locais para a compra dos itens de ajuda. Na campanha de apoio às vítimas do incêndio na Vila Telma, em Santos, em 2010, as compras de cestas básicas foram feitas em um pequeno mercado do próprio bairro, com o qual o Programa Voluntários fez uma negociação prévia para atender a necessidade. Essa medida elimina os obstáculos relacionados a transporte das doações e ajuda a revitalizar a economia local, prejudicada pelo desastre.

Outra lição aprendida é que, na maioria dos casos, a coleta de dinheiro é mais rápida e efetiva. Nos casos em que há uma arrecadação coletiva, com contrapartida da empresa, o Programa Voluntários oferece uma conta bancária específica para as doações e, ao final da campanha, faz a destinação diretamente a alguma organização de intervenção direta na situação. Nessa contrapartida, geralmente, a Telefônica contribui com um real para cada real doado pelos voluntários. Como nem sempre é possível desenvolver uma iniciativa própria, o programa procura divulgar aos empregados alguma forma de contribuir em campanhas que são geridas por outras instituições nas situações de emergência. Nestes casos, a contribuição ofertada é o reforço de estímulo a seus voluntários, por meio de informações e orientações sobre como ajudar.

AJUDA AOS DESABRIGADOS DO TERREMOTO DO PERU, 2007
Em agosto de 2007, um terremoto de 8 graus na escala Richter atingiu várias cidades do Peru. O desastre matou cerca de 500 pessoas e deixou mais de 1.800 feridas, além de mais de 35.000 desabrigadas. O Programa Voluntários Telefônica mobilizou os empregados e, somando suas doações e uma contrapartida da empresa e da Fundação, enviou 85 toneladas de alimentos, roupas, água e medicamentos para o país vizinho. A coleta foi

destinada às vítimas por meio de uma articulação direta com a Fundação Telefônica do Peru e com o Consulado desse país em São Paulo, que foi o que garantiu a rápida entrega das doações às vítimas da tragédia.

AJUDA AOS DESABRIGADOS DAS CHUVAS NO RIO DE JANEIRO, 2010
As doações dos voluntários, somadas a contrapartidas da Telefônica, da Fundação e da TVA, possibilitaram a compra de uma caminhonete adequada para o trabalho de campo da Cruz Vermelha no atendimento às vítimas das enchentes em Niterói, Rio de Janeiro. A arrecadação somou 80 mil reais. Além disso, a TVA do Rio de Janeiro liberou 50 empregados por um dia para ajudar nos trabalhos de organização dos donativos enviados às vítimas. Os deslizamentos decorrentes das chuvas, que aconteceram em abril de 2010, soterraram mais de 200 pessoas e, segundo a Defesa Civil, mais de 14.000 ficaram desabrigadas.



“Hoje o dia foi muito comemorado com a novidade que vocês nos proporcionaram. É muito bom saber que, mesmo com todo o lado feio que o mundo tem, ainda existem pessoas do bem. Todas as pessoas que apoiaram a ideia de doar o veículo para a Cruz Vermelha - RJ são por nós consideradas assim: PESSOAS DO BEM. Como voluntários, nos sentimos muito honrados em poder ser ajudados a ajudar. E a Cruz Vermelha tem um significado forte nesse sentido. (...) Somos parte de quase 100 milhões de voluntários em todo o mundo. E é essa mola chamada VOLUNTARIADO que impulsiona as ações da instituição onde quer que ela seja necessária. Somos a parte latente, que aquece e que pulsa. Que envolve e que estimula, mesmo que com muita dificuldade, a fazer crer em dias melhores.”

Trechos da carta de agradecimento enviada pela Cruz Vermelha aos voluntários da Telefônica



Gincana do Agasalho

A Gincana do Agasalho é uma tradição no Grupo Telefônica desde o começo da década de 2000. A iniciativa é coordenada pelo Programa ComViver, da área de Engajamento e Clima em Recursos Humanos, e tem o apoio do Programa Voluntários Telefônica. A arrecadação é totalmente destinada à Campanha do Agasalho, realizada pelo Fundo Social de Solidariedade, da Secretaria Estadual de Assistência e Desenvolvimento Social do Estado de São Paulo.

Durante os meses de junho e julho, todos os empregados, inclusive os que ficam nas unidades fora da capital São Paulo, são estimulados a formar times que representam as várias áreas e empresas do Grupo. Essas equipes mobilizam centenas de outras pessoas, incluindo colegas, familiares e fornecedores. O número de empregados que traz suas contribuições é enorme. Cada peça arrecadada recebe uma determinada pontuação. A triagem e a logística são feitas com o apoio do Telesp Clube, que transforma todas as doações em uma única contribuição corporativa. Para Ercy Paschoal, líder do Programa ComViver e membro do comitê de voluntários, esse é um aspecto de destaque da iniciativa. "Apesar de haver caixas de coleta em vários pontos da cidade, os empregados trazem suas contribuições, fortalecendo valores como o trabalho de equipe e o orgulho de mostrar que a empresa toda está mobilizada para ajudar quem tem frio", comemora.

Além de apoiar na mobilização dos empregados durante a gincana, a equipe do Programa Voluntários reforça a iniciativa, orientando áreas e empresas do Grupo que manifestam a intenção de fazer coletas de agasalho durante o inverno. "Procuramos dirigir todos os esforços semelhantes para a mesma campanha, para fortalecê-la e ampliar o resultado coletivo", explica Marcos Paulo dos Reis, coordenador do Programa Voluntários Telefônica.

Nos anos de 2009 e 2010, representantes da Secretaria Estadual fizeram questão de participar das cerimônias de premiação da Gincana do Agasalho. Nos dois anos, o Grupo Telefônica foi reconhecido como a empresa recordista de doações em todo o Estado. Em 2010, a arrecadação chegou a mais de 100 mil peças. "O segredo do sucesso é ter uma equipe fantástica, que se mobilizou e envolveu nossos parceiros. Essa é só mais uma prova de que juntos nós somos mais", declarou Raphael Duailibi, diretor-executivo de Atendimento ao Cliente, que incentivou a 'Equipe VPM', vencedora da gincana de 2010.

Campanha de Doação de Sangue

A Campanha de Doação de Sangue marca a abertura das atividades do Programa Voluntários Telefônica a cada ano. É a primeira a mobilizar os empregados logo em fevereiro, em datas próximas ao feriado de carnaval, e se repete no começo do segundo semestre, durante as férias de julho. As datas foram estrategicamente escolhidas porque, nessas épocas, os bancos

"Eu passei muito mal nas duas vezes em que fui obrigado a doar sangue, quando servi o Exército e quando minha mãe passou por uma cirurgia. A sensação foi horrível e, desde então, tinha verdadeiro trauma. Quando eu via o pessoal se mobilizando nestas campanhas de doação do Programa Voluntários, eu pensava que um dia ainda iria superar esse problema. Desde 2007, comecei a doar, junto com meus colegas. A gente consegue superar tantos medos nesta vida, que basta ter um pouco de força de vontade para superar este também. É só pensar nas vidas que serão beneficiadas. O prazer que se sente em ser doador voluntário é recompensador."

José Eduardo Armelin,
consultor em Telecom da Telefônica SP

de sangue costumam estar com os estoques em baixa, porque há muitos doadores viajando, ao mesmo tempo em que a demanda por sangue aumenta por causa dos acidentes de trânsito. A ação voluntária ganha sentido dobrado de cidadania, pois a doação de sangue contribui para resolver uma situação crítica. As duas edições anuais também buscam estimular a constância do voluntário nessa iniciativa.

Em 2007, no ano de lançamento da campanha, 401 empregados doaram sangue estimulados pela mobilização do Programa Voluntários. Nos anos seguintes, a média, em cada coleta, ficou em cerca de 150 doadores. A equipe de coordenação do Programa Voluntários sabe que esse número acompanha os índices nacionais e internacionais. No Brasil, de acordo com o Ministério da Saúde, 1,9% da população doa sangue.

Uma consulta realizada em 2010 mostrou que muitos empregados reconhecem a importância da iniciativa, mas têm medo de doar sangue. A comunicação da campanha procura ser esclarecedora e o Programa Voluntários conta com o apoio mútuo entre os empregados para ajudar a transpor a insegurança. Tony Silva, engenheiro da Gerência de Plataformas e Tarifação, é o líder da ação no comitê de voluntários e diz que, a cada edição, novos esforços são feitos para motivar a adesão. Até 2009, o Programa Voluntários operava a ação exclusivamente por meio de parcerias com vários bancos de sangue na capital paulista e em outras cidades, procurando facilitar o acesso dos empregados distribuídos nas várias regiões. A partir de 2010, a campanha passou a disponibilizar também postos de coleta em alguns prédios da empresa.

Campanha de Natal

A tradição de ações de solidariedade no Natal é tão antiga no Grupo Telefônica que ninguém mais sabe dizer em que ano ela começou. Soraia Fuzo Meliani, secretária da Diretoria de Administração e Finanças da TGestiona e uma das líderes da campanha atual, lembra que, a princípio, essa era uma prática individual. "Alguns empregados atuavam em organizações da sociedade civil e, no final do ano, convidavam os colegas a fazer uma 'sacolinha de Natal' para presentear comunidades carentes, geralmente crianças", descreve. Em 2007, as secretárias da TGestiona souberam da campanha de cartas ao Papai Noel, coletadas e distribuídas pelos Correios. Estabeleceu-se uma primeira parceria e a experiência foi realizada no prédio da Marquês de São Vicente, em São Paulo, capital.

O resultado foi positivo, os empregados gostaram e o Programa Voluntários Telefônica decidiu ampliar a ação para todos os prédios da empresa, chamando-a de Campanha de Natal. Em cada prédio, um membro do comitê de voluntários fica responsável por selecionar um conjunto de cartas e trazer para distribuição aos colegas. De um modo geral, a mecânica é simples. As cartas são coletadas junto aos Correios, os empregados escolhem as que querem contemplar e, reunidos os presentes de todos, os pacotes são enviados aos Correios para a entrega às crianças. Alguns voluntários, porém, decidem entregar pessoalmente o presente e, com isso, a campanha coleciona histórias emocionantes e curiosas.

Já houve empregado que se vestiu de Papai Noel para levar presentes. E, como costuma acontecer nas campanhas, a ação acaba envolvendo família e amigos dos voluntários. Certa vez, o diretor-geral da TGestiona, Clóvis Azeredo Travassos Filho,



"Duas razões e um sentimento me trazem aqui hoje: agradecer, por parte do Governo de São Paulo, e destacar o espírito de solidariedade dos voluntários e da Telefônica como um todo, sempre envolvida com o tema responsabilidade social; e o sentimento de satisfação por concluir a Campanha do Agasalho com números tão expressivos, com a ajuda de todos."

Vicente de Paula Oliveira, secretário-adjunto da Secretaria Estadual de Assistência e Desenvolvimento Social, na entrega da premiação da Gincana do Agasalho de 2010

“Em 2008, escolhi uma carta em que uma menina de oito anos pedia, para ela e para uma prima da mesma idade, uma mala de rodinhas e um par de tênis para ir à escola. A criança contava que a família passava por dificuldades, que o pai havia deixado o trabalho por um problema de saúde e a mãe era empregada doméstica. Descobri que a menina morava em Guarulhos, que é também a cidade onde eu vivo. Resolvi visitá-la pessoalmente.

Ao chegar à casa, só venci a desconfiança da mãe depois de mostrar a carta de sua filha. Emocionada, ela me contou que os avós da menina estavam internados em hospitais públicos da cidade, o marido continuava afastado do trabalho de motoboy, por causa de um acidente, e que ela, sozinha, havia assumido a manutenção da casa. Percebi que era uma família amorosa, bem estruturada, mas que passava por um momento difícil.

Quando a mãe me contou que havia alertado a filha que provavelmente a carta não teria resposta, porque eram milhares os pedidos enviados ao Papai Noel, decidi oferecer àquela família um Natal diferente. Conversei com meus familiares e decidimos substituir nossa troca de presentes por uma arrecadação para aquela família. Demos roupas, brinquedos, material escolar e itens para que eles realizassem uma ceia de Natal.

No dia 24 de dezembro, me vesti de Papai Noel e fui com minha cunhada e sobrinhos, vestidos de ajudantes do “bom velhinho”, entregar os presentes. Fomos recebidos com muita alegria, a menina até gaguejava de emoção e a gritaria das crianças era empolgante, sem contar as lágrimas de emoção da família. Compartilhamos um momento com uma família que teve seus momentos bons e, naquela época, passava por uma situação difícil. Acredito que este é o espírito de Natal. Quando a gente menos espera, o milagre acontece.”

Maurício Ranieri,
gerente de Negócios da Diretoria GT

encontrou uma carta em que a criança pedia um tratamento dentário para sua mãe. Ele não hesitou em levar o pedido a sua esposa, dentista, que aderiu à ação solidária. Em 2008, uma história polêmica acabou despertando o voluntariado no pai de uma criança. Os Correios não fazem nenhum tipo de triagem das cartas recebidas e os empregados discutiam o risco de mandar presentes para crianças que não seriam carentes. A hipótese se transformou em realidade. Um menino de cinco anos, de classe alta, residente no bairro do Morumbi, escreveu uma cartinha para o Papai Noel e a colocou em uma caixa de correio em um shopping de São Paulo, sem que os pais soubessem. Quando o funcionário dos Correios apareceu na casa para fazer a entrega, formou-se um alvoroço, porque a mãe não entendia o que estava acontecendo. Foi quando o menino apareceu na janela e disse “Papai Noel existe!”. O pai chegou do trabalho enquanto a criança ainda corria e gritava de felicidade. A situação tocou tanto a família que, desde então, os pais passaram a retirar uma coleção de cartas nos Correios, para retribuir a alegria do filho.

Campanhas e ações fora do horário de expediente

Depois de consolidadas algumas experiências, a coordenação do Programa Voluntários entendeu que seria possível incrementar a mobilização dos empregados, convidando-os para campanhas e ações fora do horário de expediente. A ideia é reunir voluntários em iniciativas realizadas em parceria com instituições variadas, à noite ou nos finais de semana, dando um passo a mais no compromisso com a cidadania. As atividades deste gênero ainda são poucas, mas têm gerado acúmulo de informações para conhecer melhor o perfil do empregado que pode aderir a essa proposta, que deve se ampliar cada vez mais.

Uma das pioneiras foi a que começou com o nome de Cônego ComVida, em 2007. Os empregados do prédio da T Gestiona na Rua Cônego Vicente Miguel Marino, na Barra Funda, na capital paulista, se queixavam muito da situação do entorno e uma equipe decidiu iniciar uma mobilização para melhorar o ambiente de trabalho – tanto no sentido de clima interno quanto no que se refere ao espaço físico. O primeiro passo foi revisar o layout do escritório e, em seguida, começaram atividades em parceria com a comunidade. Vieram alguns eventos de final de semana. Um mutirão, em um sábado, reuniu 90 voluntários e outras tantas pessoas do bairro, para fazer a limpeza de uma espécie de quadrilátero desenhado sobre as quadras ao redor do prédio da empresa. Já nessa experiência, veio um aprendizado. Muitos moradores da região trabalham aos sábados, principalmente no comércio, o que prejudicou a articulação com a comunidade. Para o empregado, esse se mostrou também um dia menos promissor, porque muitas pessoas usam o sábado para resolver demandas particulares.

O evento seguinte foi realizado, então, no domingo e se chamou Te Encontro na Praça. A adesão foi mais expressiva, tanto de

empregados voluntários como de moradores da região. Na atividade, realizada em parceria com a Subprefeitura da Sé, foram promovidas diversas ações educativas e de prestação de serviços. Dentro da iniciativa, foi implantado também um sistema de coleta seletiva de lixo no prédio da T Gestiona, o que incluiu a instalação de recipientes adequados também do lado de fora do edifício, para uso da comunidade. Hoje, o projeto, que passou a se chamar Nossa Barra, não faz mais parte do Programa Voluntários e funciona com aportes da Lei Rouanet, ainda com participação de empregados da Telefônica. As ações estão conectadas ao projeto Plataformas Urbanas do Unicef e envolvem, inclusive, mobilizações para influenciar políticas públicas com foco na região.

Em 2009, o Programa Voluntários promoveu uma iniciativa em parceria com a organização não-governamental Banco de Alimentos. Essa instituição recolhe alimentos que não chegaram a ser distribuídos para consumo em restaurantes, supermercados e indústrias, e os repassa a organizações da sociedade civil que oferecem refeições para populações carentes. Os empregados da Telefônica participaram de uma mobilização ao final da feira dos supermercadistas de São Paulo. Tudo o que não havia sido distribuído nas promoções dos estandes foi doado e o Banco de Alimentos precisava de apoio para coletar os alimentos. A divulgação feita pelos meios de comunicação interna da empresa atraiu 50 pessoas para os trabalhos que foram feitos durante a noite. Para Marcos Paulo, esse tipo de proposta atinge um perfil diferente de voluntários, que são os que preferem ou têm mais facilidade para participar de ações fora do horário de trabalho.

Em 2010, outras duas propostas levaram os Voluntários Telefônica às ruas. O Programa Pró-Menino da Fundação Telefônica os convidou a participar de uma ampla campanha, alinhada com a OIT (Organização Internacional do Trabalho) e com os Fóruns Nacional e Paulista de Prevenção e Erradicação do Trabalho Infantil. A resposta foi imediata. Entre 10 e 14 de junho, semana do Dia Internacional de Combate ao Trabalho Infantil, 200 voluntários usaram o mote da Copa do Mundo e distribuíram cartões vermelhos a colegas, familiares, amigos e vizinhos, em um ato simbólico de expulsar o trabalho infantil – os cartões tinham informações de sensibilização, além de um convite para visitar o Portal Pró-Menino e saber mais sobre o tema.



5.284

voluntários
doadores

Mais de 150 mil produtos arrecadados
Mais de 260 mil reais coletados
Mais de 30 toneladas de produtos doados

Em julho do mesmo ano, o Programa Voluntários apoiou uma iniciativa de empregados que se organizaram para fazer um passeio de moto em que o ingresso era um conjunto de materiais escolares. Toda a arrecadação foi doada para as crianças da AME, instituição beneficiada pelo Dia dos Voluntários de São Paulo em 2010. Em situações como essa, a principal ação é de divulgação nos veículos internos da Telefônica e de estímulo por meio dos membros do comitê.

Dia Semear

A Semear – Associação para Integração e Apoio aos Portadores de Deficiência, foi criada por empregados da antiga Telesp, em 1989, e mantida por voluntários depois da chegada da Telefônica ao Brasil. Seu objetivo é promover a vida da pessoa portadora de deficiência e seu desenvolvimento, respeitando-a, valorizando seu potencial, integrando-a na sociedade, e desenvolver ações de prevenção à deficiência. A mobilização nasceu de um programa que era oferecido pelo serviço social da empresa para dar apoio a pais de filhos portadores de qualquer tipo de deficiência. Em 2009, a associação passou a contar com o apoio do Programa Voluntários Telefônica.

Os membros do comitê trabalham como embaixadores da iniciativa, estimulando que os empregados contribuam financeiramente para a manutenção das atividades da Semear. Desde 2009, em uma ação anual, chamada Dia Semear, eles sensibilizam e recrutam novos sócio-mantenedores para a instituição entre os colegas da empresa, familiares e amigos. Usam, para isso, os veículos de comunicação interna que, além de motivar o apoio, procuram informar as pessoas sobre os serviços disponíveis. Em 2010, pouco mais de mil empregados faziam contribuições mensais à Semear. Entre eles, 250 se associaram por motivação das campanhas realizadas pelo Programa Voluntários. Além disso, a T Gestiona destina recursos obtidos com a venda do lixo reciclável recolhido em seu prédio diretamente para a Semear.



Incentivo Criança

Histórico e Objetivos

A campanha Incentivo Criança foi realizada pela primeira vez em 2004, na T Gestiona e na Telefônica Empresas (hoje, Segmento Empresas), com o nome de Medida Legal. A iniciativa estimula os empregados a doar dinheiro para os Fundos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente, com a possibilidade de utilizar um benefício fiscal de dedução do Imposto de Renda, para quem opta pela declaração completa. O piloto mobilizou 6% dos empregados dessas duas empresas e arrecadou cerca de 15 mil reais. Considerando a novidade da proposta e a duração do esforço de mobilização, que teve apenas duas semanas, o resultado foi considerado positivo. O eixo foi incorporado ao Programa Voluntários em 2005 e mantido entre suas ações desde então.

Esta campanha tem foco em um perfil específico de voluntário, que é aquele que prefere doar dinheiro, porque tem pouco tempo disponível ou porque não tem afinidade pessoal com a intervenção direta em um projeto. Ela se dirige também aos executivos da empresa, que estão nas faixas salariais sujeitas ao pagamento de mais Imposto de Renda. Nestes casos, o empregado consegue fazer uma destinação de parte de seu imposto para o apoio a instituições cadastradas nos Conselhos dos Direitos da Criança e do Adolescente. Outra vantagem é a aproximação às ações da Fundação Telefônica, pois a campanha esclarece e valoriza um dos eixos prioritários do investimento

social da empresa, que envolve a defesa e a promoção dos direitos da criança. Independente de fazer a doação, os empregados têm acesso a informações sobre o funcionamento dos Conselhos, as prioridades para a atenção a crianças e adolescentes nas cidades, entre outros assuntos relacionados.

Como funciona

Desde o piloto, a campanha Incentivo Criança mantém o mesmo mecanismo de funcionamento, que passa pela identificação da organização de atendimento a crianças e/ou adolescentes que será beneficiada, divulgação do projeto e do sistema de doação aos empregados, e informação posterior sobre a destinação do recurso. Na primeira etapa, os Conselhos Municipais indicam instituições cadastradas que têm projetos definidos como prioritários pelas cidades e, portanto, já fazem parte de seu plano de ação local. Equipes de voluntários visitam algumas dessas organizações, previamente selecionadas pela Fundação Telefônica. Depois, avaliam as necessidades apresentadas por elas e elegem o projeto que receberá as arrecadações de todos os empregados. Já nessa fase, o envolvimento dos voluntários é muito importante, porque eles se inserem na decisão sobre a organização que será beneficiada e conhecem um pouco mais sobre o funcionamento dos Conselhos Municipais dos Direitos da Criança e do Adolescente.

As doações podem ser deduzidas na declaração de Imposto de Renda. Os empregados que têm imposto devido podem destinar até 6% desse valor ao projeto escolhido. Quem está abaixo da faixa que precisa pagar imposto também pode doar, mas nesse caso, não utiliza o benefício fiscal. As contribuições são feitas com desconto em folha de pagamento, de uma a quatro parcelas. Esse mecanismo foi confirmado como preferido pelos doadores em uma consulta realizada pela coordenação do Programa Voluntários, em 2010. O Grupo Telefônica também participa da coleta, fazendo uma contrapartida de um real adicional para cada real doado pelos funcionários – em 2009, essa contrapartida passava a valer depois que as doações dos empregados ultrapassassem os 100 mil reais, como mais uma forma de estimular a adesão dos voluntários.

Em todo o processo, há um suporte importante da área de Comunicação Interna, que envolve a produção de peças especiais e a manutenção da informação em canais informativos diversos. Outras estratégias de mobilização, como exposição em reuniões e estímulo direto entre os executivos, também são cada vez mais utilizadas. O ano de 2009 teve uma das arrecadações mais expressivas do histórico do Incentivo Criança. Marcos Paulo dos Reis, coordenador do Programa Voluntários Telefônica, acredita que esse resultado foi fruto, em grande parte, do apoio dado por Luis Malvido, então diretor-geral da Telefônica SP. Ele enviou cartas e mensagens diretas aos colegas executivos e abordou o tema em muitas reuniões em que participava.

Durante toda a campanha, os empregados conhecem a instituição que será beneficiada pela arrecadação e também o que será feito com o recurso. As organizações indicadas pela Fundação Telefônica para a seleção dos voluntários apresentam projetos sobre o que as ajudaria no desenvolvimento de sua missão. As propostas podem envolver compra de equipamentos, capacitação de equipes e ampliação de estruturas, entre outras possibilidades. Depois de feita a doação, os empregados recebem informações que mostram a aplicação dos recursos. No ano de 2008, um grupo de voluntários participou da inauguração das instalações que foram construídas com os recursos doados pela campanha Incentivo Criança à SHD (Sociedade Humana Despertar), em Sumaré-SP.

Resultados e Aprendizagens

Durante a estruturação da campanha Incentivo Criança, a área de Recursos Humanos forneceu informações sobre as faixas salariais da Telefônica para o cálculo do potencial de arrecadação com utilização do benefício fiscal. Depois de sete edições realizadas, a mobilização ainda está longe de alcançar as expectativas.

Em uma avaliação inicial, a equipe de coordenação do Programa Voluntários suspeitou que as áreas de atuação das instituições beneficiadas fossem pouco conhecidas pelos empregados.

Uma das primeiras organizações apoiadas pela campanha Incentivo Criança foi o Projeto Gaia, de Guarulhos-SP, que trabalha com adolescentes e jovens em cumprimento de medidas socioeducativas em meio aberto – Liberdade Assistida e Prestação de Serviços à Comunidade. O tema é um dos eixos de trabalho da Fundação Telefônica, mas ainda sofre resistência de algumas pessoas. Porém, a suspeita de que a linha de atuação fosse a razão da baixa adesão não se confirmou, porque a oscilação dos valores arrecadados entre um ano e outro não guarda relação direta com os temas. Nem sempre os assuntos menos aceitos são os que receberam menos contribuições.

Ainda que a doação em dinheiro seja preferida por uma parte dos empregados, a outra hipótese considerada pela coordenação do programa é que a maior parte dos voluntários se sintam mais motivada a doar tempo e trabalho. Faz parte do esforço de esclarecimento das ações de voluntariado corporativo ampliar essa compreensão e, com isso, melhorar os resultados da campanha Incentivo Criança.

Os benefícios para as instituições apoiadas são muito concretos. O Projeto Gaia, que recebeu as doações de dois anos da campanha, adquiriu um imóvel para a realização de suas atividades. A Sociedade Humana Despertar ampliou e qualificou os serviços oferecidos a crianças, jovens e suas famílias. Os cursos profissionalizantes oferecidos pela instituição ganharam novos e modernos equipamentos, que permitiram adequar muitos dos cursos às demandas do mercado local. Desde então, mais de 250 pessoas foram capacitadas e mais de 100 delas conseguiram emprego ou montaram negócios próprios.

“Eu tenho vontade de ajudar nas campanhas do Programa Voluntários Telefônica, mas pela falta de tempo – constantes viagens a trabalho – e, às vezes, pela dificuldade de encontrar uma ação com a qual eu me identifique, a doação financeira é a maneira que eu encontro de fazer a minha parte. O benefício secundário é que o dinheiro doado é abatido do Imposto de Renda. Além disso, eu prefiro que esse recurso vá para uma instituição em que tenho a garantia que o dinheiro será bem utilizado e que me dá a possibilidade de acompanhar e verificar os resultados das ações.

Eu valorizo muito que o Programa Voluntários Telefônica ofereça a opção da doação em dinheiro. Cada um doa da forma que mais lhe agrada e da maneira como pode. Existem pessoas que não gostam de participar em ações in loco, mas se sentem bem contribuindo a distância. O importante, para mim, é que a pessoa que precisa ser ajudada receba a ajuda.”

Leandro Gaunszer, gerente de Estratégia e Marketing, Mídia Networks



Capacitação

Histórico e Objetivos

Desde sua estruturação, a coordenação do Programa Voluntários Telefônica tinha clareza de que desenvolver ações de capacitação seria uma das missões essenciais da iniciativa. Alinhar a prática do voluntariado na empresa com sua filosofia de investimento social privado significava oferecer aos empregados oportunidades de introdução ou de amadurecimento na compreensão e no exercício da cidadania. Os vizinhos argentinos já haviam consolidado um plano de formação, que ajudava principalmente a integrar os empregados sem experiência voluntária ao programa corporativo, algo que despertava o interesse da equipe brasileira. Inicialmente, no Brasil, a ideia foi adaptada para ciclos de palestras sobre Voluntariado e Responsabilidade Social Corporativa. Quem participou avaliou bem a programação, mas a adesão ficou abaixo das expectativas. A equipe estudou os resultados e pôs-se a repensar metodologias e propostas.

Desde então, cada vez mais, a capacitação se tornou uma espécie de eixo de serviço, que aprofunda, sustenta, auxilia o desenvolvimento de todas as demais ações do Programa Voluntários. Progressivamente, se oferecem mais e melhores

oportunidades de capacitação dentro do escopo do Concurso de Projetos, do Dia dos Voluntários, etc. A proposta das palestras permaneceu, mas elas também passaram a estar atreladas a temas relacionados ao voluntariado na empresa ou com assuntos destacados na agenda da sociedade. É o que acontece, por exemplo, na Semana do Meio Ambiente que, desde 2008, ganhou agenda fixa no calendário do Programa Voluntários e oferece, todos os anos, momentos de reflexão e ação relacionados ao tema ambiental.

Outro aspecto valorizado pelo programa é a capacitação dos membros do comitê de voluntários. Já no começo das atividades, havia uma preocupação em formar um time bem preparado para participar ativamente da gestão do voluntariado na empresa. Regularmente, os membros do comitê são convidados a participar de cursos, palestras e congressos, o que inclui a inscrição de seis pessoas por ano no curso de Responsabilidade Social e Terceiro Setor oferecido pelo CEATS (Centro de Empreendedorismo Social e Administração em Terceiro Setor) – FIA (Fundação Instituto de Administração) da USP (Universidade de São Paulo). De fato, essa política consolidou

uma equipe altamente qualificada no suporte às práticas sociais dos empregados da Telefônica. Zilda Casagrande da Silva e Tony Silva integram o comitê desde sua instalação e se preocupam com a reciclagem desse grupo, porque o investimento em sua capacitação é alto e eles podem deixar essa atividade ou mesmo a empresa, o que geraria a necessidade de reiniciar o processo de formação. Para Marcos Paulo dos Reis, coordenador do Programa Voluntários Telefônica, esse risco existe, mas o que mais importa é que, enquanto estão no comitê, a contribuição desses voluntários é muito efetiva.

No marco dos cinco anos do programa, a intenção é avançar nesse processo e retomar a ideia de oferecer capacitação continuada para os voluntários. Marcos Paulo acredita que há muitos recursos para explorar nos meios eletrônicos, especialmente a partir da implantação do novo site do programa. Seu sonho é que todos os voluntários da empresa passem por, pelo menos, uma capacitação básica usando alguma plataforma e-learning e, de acordo com seu envolvimento ao voluntariado, avancem também em outros níveis de formação. O projeto, que começou a ser desenhado em 2010, envolve três etapas, essa básica, que deve ser oferecida a todos os empregados cadastrados no Programa Voluntários; um segundo nível, para quem já passou pelo primeiro e quer conhecer mais; e uma terceira fase, esta presencial, oferecida aos que concluíram os níveis anteriores e estão envolvidos a práticas voluntárias regulares na empresa ou fora dela.

O Programa Voluntários também está interessado em fortalecer a capacitação em parceria com outras organizações da sociedade civil. Desde 2009, a Associação Viva e Deixe Viver vem realizando oficinas de formação em prédios da Telefônica. A instituição forma voluntários para contar histórias em hospitais infantis em várias regiões do Brasil. O exercício conjunto favorece a aproximação da organização com um público já sensibilizado para o voluntariado e, ao mesmo tempo, oferece ao empregado a oportunidade de, em seu próprio local de trabalho, receber instruções e qualificação para realizar uma prática social. A coordenação do Programa Voluntários pretende estabelecer outras parcerias semelhantes a esta, o que deve ampliar as oportunidades de capacitação e de temas para a dedicação voluntária dos empregados.



Como funciona

À medida que se integra mais aos demais eixos do Programa Voluntários, a capacitação adapta seu funcionamento à metodologia de cada uma das atividades. No Dia dos Voluntários, por exemplo, ela tem uma face muito prática no desenvolvimento das habilidades necessárias para a execução das reformas e outra mais profunda oferecida à instituição beneficiada, de acordo com o que ela precisa. Por sua vez, no Concurso de Projetos, a capacitação tem o caráter de qualificar os empregados da Telefônica e também membros das organizações em que eles são voluntários. Cada caso tem sua dinâmica específica.

As palestras acontecem em horário de expediente regular, nos auditórios dos vários prédios da empresa. O convite é feito pelos meios internos de comunicação e, normalmente, também envolve esforços dos membros do comitê de voluntários no estímulo à participação dos colegas. Fóruns eletrônicos ainda estão em fase de teste na Telefônica, por causa de restrições tecnológicas de segurança. As atividades oferecidas por organizações parceiras são divulgadas também por meio da comunicação interna da empresa. Todas as inscrições são feitas por meio do site do Programa Voluntários. As capacitações oferecidas aos membros do comitê têm uma mecânica particular porque envolvem o convite direto aos interessados. Todas essas atividades são custeadas pelo Programa Voluntários.

“Acredito no trabalho da Fundação Telefônica e quando vi as imagens da ação realizada no final do ano passado [Dia dos Voluntários], senti um orgulho muito grande de participar dessa empresa. Isto não é demagogia; é, sim, um sentimento de tornar-se útil diante das diferenças de nossa sociedade, já que estamos em uma situação privilegiada. Quanto ao que compartilhamos com o Gilberto Dimenstein, foi um pouco do que cada um de nós pode fazer com ações simples, que estão ao nosso alcance, e que podem transformar pessoas.”

Andréia de Lima Costa Kusaba, Diretoria de Vendas e Atenção ao Cliente – Telefônica SP

“Todo esforço é válido, pois temos filhos ainda pequenos e queremos garantir a qualidade de vida de todos.

Por isso, estou fazendo a minha parte e, se todos tiverem consciência, cada um fazendo uma pequenina economia de água, nosso planeta, se Deus quiser, será salvo. A leitura do artigo foi muito esclarecedora.”

Leila da Silva – RGP1
Semana do Meio Ambiente 2009



Aprendizagens e resultados

Cerca de mil pessoas já passaram por atividades de capacitação promovidas pelo Programa Voluntários Telefônica. Para Françoise Trapenard, diretora-executiva de Recursos Humanos, considerando sua agenda específica e sua inserção nas demais atividades do programa, esse eixo corresponde ao segundo maior resultado do voluntariado corporativo na empresa. “Trata-se de uma contribuição importante para o desenvolvimento do empreendedorismo social dentro e fora da Telefônica”, diz. A capacitação é um benefício que fica com o voluntário e que ele pode levar para casa, compartilhar e aplicar em todas as suas atividades pessoais e profissionais. Faz parte, portanto, do conceito fundamental do Programa Voluntários, que busca tornar as pessoas melhores como cidadãos, em sua atuação na sociedade.

Além de confirmar a importância da capacitação, a experiência dos primeiros cinco anos do Programa Voluntários neste eixo ensinou que seus melhores resultados vêm de sua estreita conexão com a aplicação ao voluntariado. Uma palestra isolada pode chamar a atenção pelo tema ou pela notoriedade do expositor, mas ela será mais bem aproveitada à medida que puder ser aplicada em alguma ação – seja ela parte do escopo do próprio programa ou de interesse do empregado, pessoalmente, para o seu aprofundamento na atuação social.



Talvez, você conheça

o Roberto Carlos Félix, gerente de Negócios - Clientes Corporativos, da Superintendência Comercial Cliente Corporativo – GTW. Mas é provável que nem todos conheçam o Roberto Carlos Félix voluntário que, a cada quinze dias, junto com outros colegas, dá palestras sobre higiene básica, eletricidade básica, saúde do homem, entre outros temas, para pais de comunidades carentes na região de Santana. Além desse trabalho, ele também usou seus conhecimentos de informática para montar a página eletrônica da instituição em que é voluntário, ampliando o alcance dessa obra social.

Essa foi a forma que o Roberto encontrou para usar seus talentos e habilidades em favor de um projeto de transformação social. Nos próximos dias, você está convidado a conhecer esta história completa e outros exemplos de empregados da Telefônica que também descobriram maneiras criativas de ajudar a fazer o mundo melhor, começando por sua cidade ou seu bairro, na série Causos dos Voluntários Telefônica.

Trecho do convite para a série de palestras Causos dos Voluntários de 2007, que apresentava cases dos próprios empregados em suas ações solidárias



“Vejam que lindo ficou o meu vaso após plantar as sementes que ganhei no ano passado! (...) Lição aprendida: Quando plantamos coisas bonitas e, em um futuro muito breve, conseguimos apreciá-las, sentimos tal satisfação que queremos compartilhar isto com as pessoas que gostamos e que nos rodeiam. Coisas como estas são presentes de Deus.”

Hildite F. Temple, da área de TI da T Gestiona, mostrando as flores que nasceram do cartão-semente

Semana do Meio Ambiente

A preocupação com as questões ambientais e de sustentabilidade sempre esteve presente no Programa Voluntários Telefônica. Desde sua primeira edição, o Dia dos Voluntários tem lixeiras adequadas para a separação do lixo reciclável e os brindes do programa costumam ser produtos reaproveitáveis e comprados de organizações parceiras, no comércio justo. Em 2007, o tema ganhou agenda fixa. A primeira semana de junho se transformou em um período para incentivar hábitos sustentáveis.

A Semana do Meio Ambiente se apoia, sobretudo, em ações de comunicação. Os veículos internos da Telefônica publicam matérias especiais e o site do Programa Voluntários organiza artigos e reflexões sobre o assunto. A agenda temática pode incluir também alguma sugestão prática. Em 2009, os empregados foram convidados a fazer o teste da Pegada Ecológica e contabilizar quanto de recursos naturais utilizavam. Nesse ano e também em 2010, o Programa Voluntários distribuiu um cartão que, além de dar uma mensagem sobre a importância de proteger o meio ambiente,

era feito em papel-semente, um material que pode ser plantado e cultivado. Gabriella Bighetti, gerente da Fundação Telefônica, diz que esse tipo de iniciativa tem relevância em si mesma, porque dissemina um assunto, mas também se desdobra em outras provocações, como a reflexão sobre a escolha do tipo de brinde que os empregados recebem ou enviam.

Ainda usando os meios eletrônicos, em 2010, a Semana do Meio Ambiente realizou um chat com Beloyanis Monteiro, coordenador de voluntariado da organização SOS Mata Atlântica. A atividade enfrentou dificuldades técnicas de acesso pelos empregados, por causa dos bloqueios de segurança nos computadores da empresa. Mesmo assim, Raquel Cristina de Mello, analista da Telefônica SP e líder do projeto no comitê de voluntários, avaliou bem a aproximação com a organização ambiental, que se dispôs a realizar parcerias para outras ações de sensibilização dos empregados. Palestras também podem fazer parte do programa. Em 2009, os empregados debateram o tema Consumo Consciente com Hélio Mattar, presidente do Instituto Akatu, e em 2010, foi a vez de dialogarem com Miguel Dantas, atualmente gerente da Goodyear e ex-executivo e representante do Banco Real em fóruns internacionais sobre meio ambiente. Nesse ano, o tema foi Desenvolvimento Sustentável.



Concurso de Projetos

Histórico e Objetivos

Antes da criação do Programa Voluntários, muitos empregados da Telefônica procuravam a Fundação porque queriam se envolver em alguma de suas atividades ou porque queriam ajuda para o desenvolvimento de práticas sociais que já faziam. Esse histórico se somou ao resultado do diagnóstico feito pela consultoria, que confirmou que na empresa havia um grupo representativo de pessoas para quem o voluntariado já era uma realidade. O resultado foi a concepção de um eixo de atuação que valoriza e apoia concretamente essas iniciativas espontâneas, o Concurso de Projetos. É, ao mesmo tempo, um grande diferencial em comparação ao que se pratica no mercado. “Normalmente, apoia-se a atividade-fim – o atendimento às crianças propriamente dito, por exemplo – e nós queríamos aproveitar esse potencial dos empregados e apoiar a atividade-meio, que é a forma como um projeto se estrutura e se mantém. Este eixo nasceu com a concepção de qualificar a atuação das organizações nas quais os nossos voluntários já faziam trabalhos”, descreve Patrícia Santin, que era a coordenadora do Programa Voluntários à época de sua criação.

No decorrer dos anos, o Concurso acumula bons resultados, com relatos dos empregados e das lideranças das organizações a respeito dos benefícios na execução de suas atividades. Sandra Cristina Santana, analista de Marketing da Telefônica SP e membro do comitê de voluntários, foi uma das vencedoras da edição de 2008. Ela inscreveu um projeto para estruturação de um modelo de parcerias para a Fundação Lama Gangchen para Cultura de Paz. O recurso financeiro viabilizou um convênio com o Projeto Arrastão, em uma oficina de costura. “Os resultados foram a confecção de uma bolsa retornável em um ciclo de produção todo baseado na sustentabilidade e no comércio justo, o desenho de um modelo de parcerias que pode continuar a ser usado pelas duas organizações e, sobretudo, a aprendizagem de que o voluntariado pode ser mais empreendedor em vez de apenas assistencialista”, afirma.

Segundo Sandra, a bolsa gerou renda, reconhecimento e orgulho para as costureiras do Arrastão, e visibilidade para a Fundação Lama Gangchen, que havia acabado de ser criada. Mais tarde, a peça foi distribuída como brinde durante a Semana do Meio Ambiente da Telefônica e o comitê ganhou mais um membro – até então, Sandra só havia participado do Dia dos Voluntários. Mesmo com os bons resultados, porém, em seu processo de revisão constante, a equipe de coordenação avaliou que era necessário fortalecer ainda mais a capacitação oferecida e ampliar os estímulos ao trabalho voluntário realizado pelos empregados. Desde 2009, o Concurso de Projetos passou a ser uma atividade bienal e incorporou o suporte de uma consultoria que aconselha os autores dos projetos durante um período mais longo de tempo. Já no primeiro ano da mudança, o novo modelo alcançou 100% de aprovação entre os participantes.

Como funciona

O fortalecimento das iniciativas dos empregados voluntários continua sendo o foco central do Concurso de Projetos, mas boa parte da dinâmica mudou. A partir de 2009, os projetos são inscritos por equipes de duas a sete pessoas em vez de individualmente. O tema, que antes deveria ser orientado para a melhoria da gestão institucional, se tornou flexível e as propostas podem tratar de qualquer tipo de necessidade que a instituição beneficiada tenha, porém, os perfis da organização e da proposta precisam ser detalhados já no momento da inscrição. Nesse momento, começa o trabalho da consultoria contratada pelo Programa Voluntários Telefônica, que em 2009, foi o Ficas, organização que tem tradição em capacitação em gestão estratégica de organizações sociais. Os consultores fazem um primeiro ranking com notas para cada projeto apresentado. Essa classificação é discutida com o comitê de voluntários e, em consenso, se estabelece a lista dos premiados.

“Em 2007, minha proposta *Capacitar é Preciso*, na Fraternidade Peregrino da Luz, foi contemplada no Concurso de Projetos. A ajuda foi fundamental para que pudéssemos adquirir equipamentos e fortalecer a equipe de captação de recursos da entidade. Esse foi nosso incentivo para crescer. E, pessoalmente, foi também uma motivação a mais para minha participação em outras iniciativas do Programa Voluntários Telefônica, como o Incentivo Criança.”

Assis Volpi Filho, analista de Telecomunicações II, Curitiba-PR

Cada iniciativa selecionada recebe 10 mil reais, que são pagos em duas parcelas, a primeira no começo da capacitação e a segunda ao final dela. Isso porque, a partir da renovação do Concurso de Projetos, a formação dos premiados ficou mais longa. Antes era um dia; desde 2009, são quatro, realizados em duas sextas-feiras e dois sábados, o que significa dois dias de trabalho liberados pela empresa e dois dias livres dedicados pelo empregado para participar da atividade. Segundo Gil Rodrigues, da equipe do Ficas, todos mantiveram a disposição e o interesse durante todo o tempo e alguns chegaram a dizer que a capacitação era tão valiosa quanto o dinheiro recebido para a execução do projeto.

Na primeira etapa, os participantes – que são os empregados premiados e um representante de cada organização beneficiada – aprendem conceitos gerais sobre como preparar e executar um projeto social. No intervalo até a segunda metade da capacitação, eles têm a tarefa de reformular o projeto originalmente apresentado de acordo com o que aprenderam e contam, para isso, com a ajuda da consultoria. Nos dois últimos dias de capacitação, o tema é a sustentabilidade e a busca de parcerias, por meio da estruturação de projetos. Todo o processo envolve atividades teóricas e práticas. Nesse segundo módulo, por exemplo, os participantes simulam visitas a potenciais patrocinadores e avaliam seu desempenho. Gil descreve que, durante todo o tempo, há muita troca de saberes entre os participantes e vários dos empregados voluntários trazem ferramentas e experiências de seu trabalho profissional para ajudar na busca de soluções para os desafios propostos.

Ao final da aplicação do projeto, o empregado apresenta um relatório à coordenação do Programa Voluntários. A partir desse material, a consultoria faz uma nova avaliação entre os projetos premiados, considerando a participação dos voluntários na capacitação e os benefícios gerados na organização beneficiada. Outro ranking é apresentado ao comitê e três dos projetos premiados recebem um bônus de 10 mil reais cada, em reconhecimento aos resultados alcançados.

Aprendizagens e Resultados

A equipe de coordenação do Programa Voluntários Telefônica já se questionou a respeito dos números do Concurso de Projetos. Em geral, as convocatórias não ultrapassam 50 inscritos e, em média, dez deles são premiados. Marcos Paulo dos Reis, coordenador do programa, fez uma consulta aos empregados e percebeu que vários reclamavam do prazo curto para inscrição das propostas, que sempre foi de uma semana. A edição de 2011 dará um mês para

essa etapa, em uma tentativa de ampliar um pouco a participação. De todas as maneiras, Marcos acredita que esse número não deve mudar muito. Para ele, o Concurso de Projetos atinge um grupo muito específico de empregados, que são os que, além de realizar uma prática voluntária, se preocupam com a gestão e a inovação nas formas de atuação das organizações onde trabalham. “Eles não são a maioria, mas sabemos que devem ser valorizados e incentivados, inclusive porque estimulam os colegas ao seu redor”, avalia.

Gil complementa que não se trata de maturidade do voluntário, mas de seu histórico de relacionamento com a organização beneficiada. Para ele, os premiados do Concurso de Projetos em 2009 tinham em comum uma relação estabelecida com as instituições e a vontade compartilhada de aprender mais e aplicar os novos conhecimentos na ação social. O consultor reforça o aspecto de fortalecimento proporcionado por esse eixo do Programa Voluntários Telefônica. “Os participantes saem fortalecidos como pessoas e como profissionais; as organizações são fortalecidas porque esse novo conhecimento se multiplica em suas equipes”, explica. Sobretudo, ele destaca que o processo amadurece, no voluntário, a perspectiva de que ele não faz algo PARA a organização, mas constrói COM ela um projeto.

Sandra concorda. Ela viu na prática os resultados na Fundação Lama Gangchen e no Projeto Arrastão. “A maior necessidade de muitas dessas organizações é a sustentabilidade e a capacitação oferecida ensina a como fazer um projeto em um modelo que pode ser reproduzido em outras parcerias e contextos”, relata. Para ela, o Concurso de Projetos traz também um grande benefício para a Telefônica. “Essa iniciativa amplia a atuação do Programa Voluntários e da própria Fundação, porque, por meio da capacitação, expande sua filosofia de atuação social e, pelo apoio financeiro, atinge mais organizações além daquelas beneficiadas pelos projetos próprios, valorizando ainda mais a imagem da Fundação e da empresa”, argumenta.

51 organizações beneficiadas

Cerca de 500 mil reais investidos em projetos dos voluntários



Solidariedade nas Férias

Histórico e Objetivos

O objetivo do projeto Solidariedade nas Férias é estabelecer e/ou fortalecer o vínculo entre os empregados de todas as empresas do Grupo Telefônica e a ação social por ele priorizada, o combate ao trabalho infantil na América Latina. A iniciativa começou a ser aplicada pelo Programa Voluntários Internacional em 2005 e, hoje, envolve os 19 países onde a empresa opera. No Brasil, a primeira experiência aconteceu em 2009, quando sete voluntários estrangeiros e dois brasileiros passaram suas férias em Diadema, na região metropolitana de São Paulo, realizando uma série de atividades na ACER (Associação de Apoio à Criança em Risco). No ano seguinte, outros 12 empregados, vindos de oito países, passaram três semanas em Santos, desenvolvendo trabalhos voluntários nas três organizações beneficiadas pelo Programa Pró-Menino na cidade, a Proeco, a Proviver e a Poiesis.

Este eixo é uma das quatro linhas comuns do voluntariado corporativo da Telefônica no mundo. Lucila Ballarino, coordenadora internacional do Programa Voluntários, diz que a intenção é criar uma rede de empregados voluntários que querem dedicar seu tempo e seus conhecimentos a ações de

solidariedade, em linha com os objetivos do investimento social privado da Telefônica. "Os empregados se tornam, assim, os verdadeiros protagonistas da intervenção social da empresa", destaca. A iniciativa busca, ainda, estreitar os laços entre a Telefônica e a comunidade e incentivar, nos empregados, a importância do trabalho conjunto em busca de benefícios comuns.

Como funciona

O projeto Solidariedade nas Férias é uma experiência vivencial, em que os empregados doam seu período de férias para realizar três semanas de trabalhos voluntários em organizações que combatem o trabalho infantil na América Latina e já são parceiras da Fundação Telefônica no Programa Pró-Menino. Durante esse período, eles participam de uma agenda intensa de atividades que vão desde reformas nas instituições acolhedoras até encontros com as crianças para recreação, exposições e partilha de conhecimentos. A Telefônica cobre todas as despesas de transporte, hospedagem e alimentação dos voluntários durante a atividade.

O projeto é anual e os empregados se inscrevem diretamente com a equipe gestora do Programa Voluntários Telefônica do país onde trabalham, indicando para onde gostariam de ir, a partir de uma lista divulgada pela coordenação internacional. Os participantes são selecionados por sua experiência anterior com trabalho social. Depois da etapa de recrutamento, eles recebem treinamento e orientações sobre as atividades que vão desenvolver. Enquanto isso, a coordenação do voluntariado nos países acolhedores recebe as listas dos voluntários e inicia os preparativos da agenda, em parceria com a instituição beneficiada. Ao chegar ao destino, os voluntários passam por uma etapa de ambientação, em que conhecem as atividades sociais realizadas pela Fundação Telefônica e outros voluntários locais e, em seguida, partem para o trabalho na comunidade.

Aprendizagens e Resultados

Os dois primeiros anos da experiência no Brasil confirmaram que o projeto realmente aproxima os empregados do Programa Pró-Menino. Durante a imersão, eles conhecem a realidade vivida pelas crianças e pelas organizações beneficiadas e podem perceber, na prática, os efeitos do apoio da Fundação Telefônica no combate ao trabalho infantil. Marcos Paulo dos Reis, coordenador do Programa Voluntários no Brasil, avalia que a iniciativa gera também outras vantagens. Para ele, a vinda dos voluntários de outros países serve como exemplo e estímulo para o empregado local aderir ao voluntariado, quando ainda não o fez. E há, ainda, o benefício para as crianças que entram em contato com os voluntários estrangeiros. "Recebemos comentários de que as crianças das organizações acolhedoras buscaram mais informações sobre geografia, história e mesmo economia, depois da visita. Os voluntários contam a elas como é a vida em outros lugares do mundo e isso desperta muita curiosidade", explica Marcos.

A equipe coordenadora avalia, porém, que ainda é necessário melhorar muitos aspectos da logística do projeto Solidariedade nas Férias. Gestores e participantes da iniciativa consideram que uma melhora na etapa de preparativos para a viagem pode tornar a experiência mais produtiva. Na edição brasileira de 2010, a avaliação geral alcançou índice excelente na maioria dos aspectos e para a maioria dos participantes. Os voluntários realizaram atividades variadas, como produção de materiais institucionais, aulas de idioma e informática, ajuda em reformas e em tarefas administrativas, além de jogos com as crianças e adolescentes. Praticamente todos eles, porém, consideraram que seria importante receber mais informações sobre as necessidades das organizações beneficiadas antes de chegar ao Brasil, com o objetivo de ampliar a efetividade da prática voluntária.

"Muitas das crianças atendidas pela Poiesis vivem em contextos difíceis. Mas o que realmente me tocou nessas crianças foi como elas são felizes nas atividades da organização. É um espaço fantástico onde elas podem brincar, dançar, rir, aprender, comer bem. Os professores e técnicos são excelentes no cumprimento de suas funções e as crianças realmente gostam muito deles. Todos foram muito acolhedores conosco e se esforçaram para nos incluir em todas as atividades, além de estarem sempre abertos a ouvir nossas sugestões sobre práticas que poderiam ser realizadas com as crianças. Sinto que nós, voluntários, oferecemos algo diferente nessas três semanas em que estivemos ali. Nós tínhamos aparência diferente, nós dançamos, contamos piadas, participamos de seus jogos, ensinamos inglês e um pouco sobre nossos países e as fizemos rir. E elas também nos fizeram rir. Eu aprendi os cumprimentos secretos com as mãos e as gírias locais. E entendi porque o Brasil será sempre melhor do que a Irlanda no futebol.

No último dia, nós fomos conhecer um projeto público de construção de apartamentos populares, que deve beneficiar mais de 60 famílias da região. (...) O aspecto mais interessante é que todo o prédio está sendo construído em mutirão, com a participação dos futuros moradores. Mulheres e homens de todas as idades estavam trabalhando na obra. Lá, encontramos uma das crianças que conhecemos na Poiesis e sua mãe. Essa e muitas outras famílias atendidas pela organização viverão lá. Foi uma maneira muito positiva para concluir nossas três semanas de trabalho em Santos – pudemos ver um futuro brilhando para muitas das crianças de cujas vidas nós tomamos parte durante essa fantástica experiência."

Walter Costa Coimbra,
Solidariedade nas Férias – Proeco

Diarmuid Cullen, voluntário irlandês

Resultados



“Quando o pessoal que estava aqui dentro [do Projeto Anchieta] viu os ônibus das crianças chegando, eles foram formando duas filas e deixaram um corredor no meio. Nesse momento, eu não sei quem era mais feliz, se quem estava chegando ou quem estava entregando o presente. Havia um espaço transformado, com adultos que tinham trabalhado pra caramba para aquilo acontecer. E havia as crianças que vinham de um lugar lindo, com muita coisa para contar sobre o que tinham feito, mas que se surpreenderam novamente ao encontrar tudo novo. Quem estava ofertando tinha uma satisfação muito grande e quem estava recebendo quase não acreditava no que via. Essa troca de presentes foi um momento mágico.”

Leda Maria da Silva, Projeto Anchieta, São Paulo

O valor de transformar a sociedade



Multiplicado pela mágica da solidariedade, cada real investido pela Telefônica no voluntariado vem se transformando em benefícios que teimam em não se adequar aos formatos de uma planilha. A cada ano, juntam-se os números de voluntários participantes das ações, de organizações e de pessoas diretamente beneficiadas, o volume de produtos e recursos recolhidos em campanhas diversas. E tudo isso é muito significativo. “Mas, dá pra mensurar o sorriso das crianças ou o resultado geral da ação? Tem como mensurar o que ficou?”, pergunta Osni Santos Gomes, da Sociedade Santos Mártires, beneficiada pelo Dia dos Voluntários em 2006. Para ele, “o que a Telefônica proporcionou foi qualidade de vida e isso não tem preço”.

E só para ficar no exemplo do Dia dos Voluntários, além de corroborar a impressão de Osni, coordenadores do Projeto Anchieta, beneficiado em 2007, acrescentam ainda os resultados que se desdobram depois da intervenção. José Augusto Terra, diretor da escola, e Leda Maria da Silva, coordenadora pedagógica, contam que, à época, atendiam cerca de 200 crianças e corriam o risco de desativar a organização, por causa da debilidade das estruturas. Hoje, aproximadamente 800 crianças e adolescentes frequentam o espaço diariamente e, por um novo convênio firmado com o Serviço Social da Prefeitura de São Paulo, cerca de 1.200 famílias participam de atividades variadas no projeto. Mais do que números, porém, os dois reconhecem outros benefícios.

São novas parcerias, a motivação e a confiança da equipe, a legitimidade para atuar e influenciar decisões relacionadas à vida no bairro. “O mais importante é o que vem depois da ação, porque o apoio da Telefônica melhora a auto-estima e nos dá força para correr para a briga, porque aí a gente tem o que mostrar. Muitas organizações vizinhas passaram a nos procurar para pensar junto em soluções, os órgãos públicos nos consideram mais na discussão dos projetos”, orgulha-se Terra. “Quem ganhou com isso, na verdade, foi toda a comunidade do Grajaú”, completa Leda.

E essa história se repete a cada ano. Os membros do comitê, em todas as cidades onde as ações são desenvolvidas, emendam narrativas de instituições que estavam condenadas a fechar as portas ou que passavam por sérias dificuldades e tiveram o destino mudado pela mobilização do voluntariado corporativo da Telefônica. Em outras, a atuação se amplia significativamente. Na SHD (Sociedade Humana Despertar), em Sumaré, a contribuição da campanha Incentivo Criança de 2007 serviu para equipar as oficinas de costura, modelagem, um laboratório de informática, contratar professores e adquirir a matéria-prima necessária para oferecer cursos profissionalizantes. A doação ajudou também a concretizar um convênio com o SENAI-SP, o que garantiu maior aceitação dos certificados na região, reconhecida como

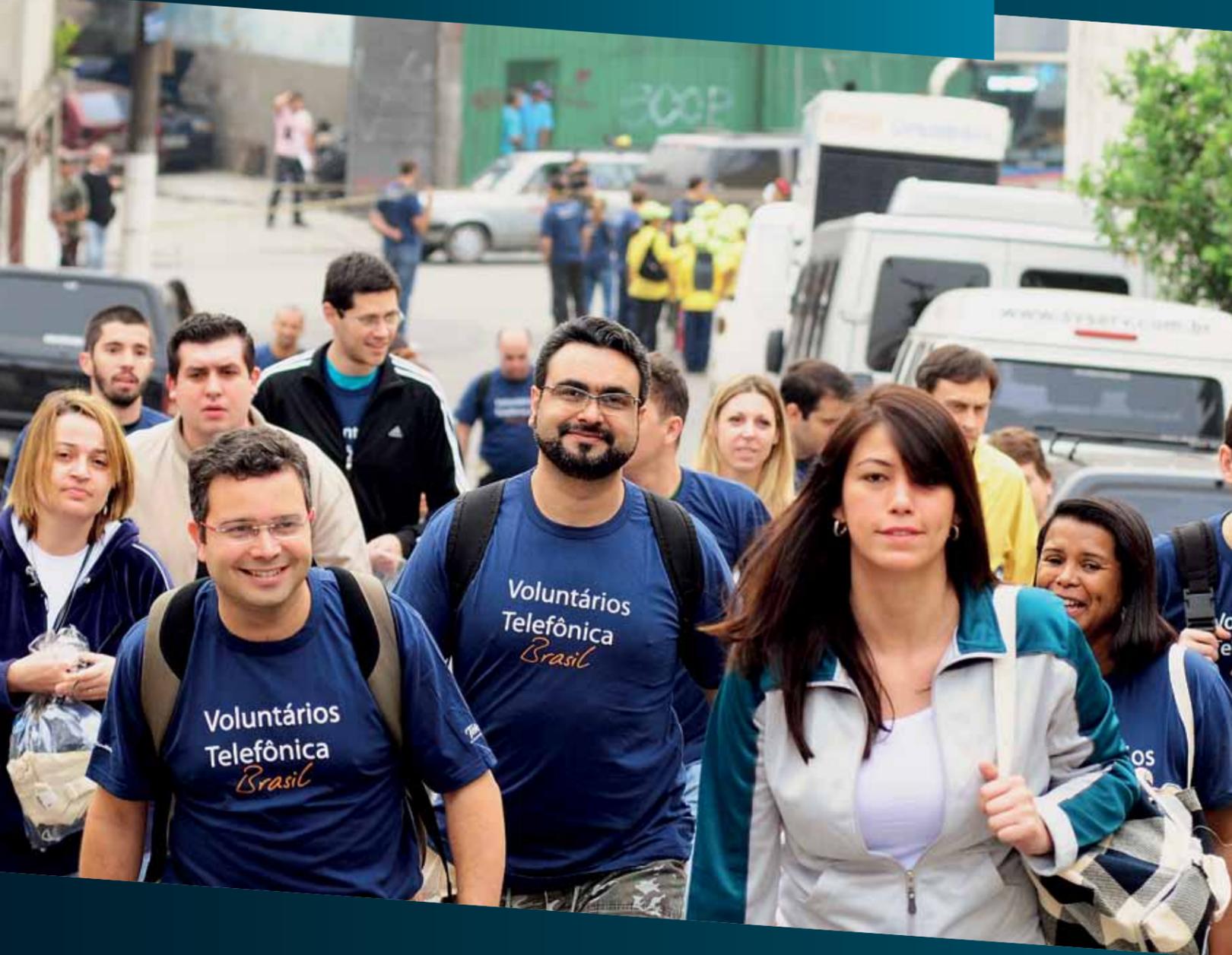
um importante polo têxtil paulista. Desde então, cerca de 250 pessoas foram capacitadas e mais de 100 delas conseguiram trabalho ou montaram negócios próprios. Segundo Terezinha Ongaro Monteiro de Barros, presidente da organização, o projeto beneficia diretamente as famílias das crianças que participam do programa de combate ao trabalho infantil e desenvolve toda a comunidade. “Hoje, a SHD sonha com a entrada no mercado de um produto feito internamente, com marca própria, o que deve favorecer a sustentabilidade da instituição”, projeta.

Mas, ainda que a cidadania e a ação social estejam entre suas prioridades, não é só do lado de fora da empresa que os resultados são visíveis. Há efeitos diretos para as pessoas que participam deles. “É uma descoberta – ou redescoberta – da generosidade, que muitas vezes está amortecida pela vida urbana, que nos distancia da realidade”, explica Françoise Trapenard, diretora-executiva de Recursos Humanos da Telefônica. Para Emanuel Neri, diretor de Comunicação Corporativa da Telefônica, o Programa Voluntários é uma oportunidade de desenvolver a sensibilidade da responsabilidade com o outro, de descobrir que a experiência e os conhecimentos que cada um tem podem ajudar a resolver as necessidades do outro. “Você olha para um projeto desses, que tem as carências, e se sente capaz. E é aí que essas iniciativas deixam de ser um programa e se transformam em uma cultura disseminada na empresa”, completa.

	Voluntários - Participações	Pessoas beneficiadas	Organizações beneficiadas	Investimento Telefônica	Doações - produtos	Doações - peso (ton)	Doações - dinheiro	Ações	Horas dedicadas
2005	466	1.273	7	320.000,00				4	2.864
2006	2.159	6.010	41	693.018,00	17.718		276.232,00	14	13.302
2007	4.171	2.480	29	1.171.000,00	6.482	20	163.000,00	17	30.026
2008	2.533	3.343	77	1.100.000,00	16.000	0,3	69.000,00	14	18.284
2009	2.591	2.040	37	1.239.000,00	17.000		139.000,00	14	24.580
2010*	3.457	2.712	33	1.200.000,00	103.000		279.884,01	17	19.612
Total	15.377	17.858	224	5.723.018,00	160.200	20,3	927.116,01	80	108.668

* números parciais

O valor de desenvolver pessoas



Françoise sempre esteve segura da importância do voluntariado para o desenvolvimento de pessoas e, em 2006, teve uma evidência concreta dessa hipótese. Naquele ano, do processo de planejamento estratégico, veio a decisão de investir e estimular jovens talentos com foco em inovação e, para começar esse trabalho, era preciso identificar 200 empreendedores. Françoise não teve dúvida em garantir para o comitê de direção que a Telefônica tinha, sim, um grupo com esse perfil. “Eu trouxe essa certeza de duas evidências, dos programas que estimulam os empregados a criar projetos e dar ideias para novos produtos e serviços, e do Programa Voluntários”, revela. Ao cruzar as listas de participantes de todas essas iniciativas, lá estavam os profissionais com o perfil que a direção buscava e que, então, participaram de um programa chamado Trilha do Empreendedor. “Essa, para mim, foi mais uma evidência de que nós temos empreendedores na empresa e que teremos cada vez mais, na medida em que fizermos com que as pessoas entrem em contato com seus talentos e habilidades naturais, o que inclui o voluntariado”, conclui.

As pesquisas de satisfação feitas depois das atividades e os comentários feitos nos canais de comunicação ligados ao programa estão repletos de depoimentos de empregados que se declaram como os maiores beneficiados de todo esse processo. A gerente de Negócios e Relacionamento e coordenadora do comitê de voluntários no Rio de Janeiro, Eliane Domingos Bezerra, relata que a experiência pessoal é muito transformadora. “Em cada organização por onde a gente passa, se sente feliz pelo que fez por esse lugar. Mas, no fundo, são essas ações que fazem algo na nossa vida. Eu tenho três filhas e pensava que só a maternidade era capaz de transformar, mas quando se realiza uma ação dessas, é quase tão transformador quanto ser mãe. O sentimento na hora e dias depois, quando você lembra o que fez, é muito gratificante”, relata. Eliane aponta também ganhos profissionais como a troca de conhecimentos e a motivação para o trabalho.

Ruth Goldberg, da GCA – Consultoria em Responsabilidade Socioambiental e Voluntariado, diz que esses resultados revelam, ao mesmo tempo, um compromisso verdadeiro da empresa com a Responsabilidade Social e um investimento concreto em seu capital humano. Para ela, este é um dos maiores ganhos que se pode ter com um programa de voluntariado corporativo porque, mais do que ampliar resultados de mercado, essas ações beneficiam a gestão e a fidelização de pessoas, o clima interno. A avaliação se confirma. Entre os diversos benefícios enumerados pela gestora de Recursos Humanos da área de Clima e Engajamento da Telefônica, Regina Silvestre, estão a melhoria no relacionamento entre as áreas, o desenvolvimento de competências principalmente entre os líderes de atividades, a ampliação da habilidade de trabalhar em equipe, o rompimento da hierarquia, o aumento da capacidade individual de negociação e articulação.

Ainda que repletos de exemplos práticos, estes são aspectos difíceis de medir. “Existem dimensões do trabalho que são intangíveis e é bom que elas permaneçam assim mesmo”, comenta Françoise. Atualmente, alguns dos resultados internos do programa são medidos em metas que integram objetivos estratégicos da área de Recursos Humanos, globalmente. Lucila Ballarino, coordenadora internacional do Programa Voluntários, destaca que a iniciativa dialoga diretamente com o índice de clima e compromisso do Grupo Telefônica. “Nós estamos convencidos de que os empregados que participam de atividades voluntárias contribuem para melhorar esse indicador”, afirma. Sandra Cristina Santana, analista de Marketing da Telefônica SP e membro do comitê de voluntários, comprova a aposta. Ela considera um privilégio estar em uma empresa que dá a possibilidade de conciliar o trabalho profissional com a prática da cidadania. “Muita gente pode ter interesse pelas ações sociais, mas nem sempre as empresas apoiam ou oferecem oportunidades concretas de envolvimento. O Programa Voluntários Telefônica permite isso, o que me entusiasma muito”, celebra.

Para Lucila, porém, ainda há um esforço importante a ser feito para que todos os gestores compreendam o potencial dessa ferramenta. No Brasil, Regina Silvestre destaca o engajamento consolidado para a realização do Dia dos Voluntários, em que, além dos empregados, todos os níveis de gestão se envolvem com alguma responsabilidade, seja participando pessoalmente, seja dando apoio e suporte para os colegas e membros da equipe que vão à comunidade. Ela observa, porém, que as outras ações são absorvidas de forma diferente pelos gestores e empregados, geralmente com menos intensidade. Marcos Paulo dos Reis, coordenador do Programa Voluntários Telefônica no Brasil, considera natural essa variação do nível de envolvimento, por causa da variedade do perfil das atividades e das pessoas, que faz parte da complexidade dos programas de voluntariado.

Para Gabriella Bighetti, gerente da Fundação Telefônica, ainda há um caminho a ser feito junto às lideranças, mas muitos gestores já compreendem qual é o seu papel no programa. Fábio Bruggioni, diretor-executivo do Segmento Residencial da Telefônica, avalia que há efeitos diretos da prática voluntária nos resultados gerais do negócio. “Ela possibilita construir um sentimento mais forte de equipe, que será aplicado diretamente na atividade core da área”, explica. Para ele, trata-se de um elemento aglutinador, que gera coesão.

“É claro que as pessoas trabalham pelo salário, mas eu creio que o que move as pessoas, o que dá a elas razão para buscar melhores performances ou para se engajar mais é o orgulho. E eu acredito que a gente consegue tocar o orgulho de forma muito eficiente a partir do sentimento provocado por ser voluntário”, reforça. “O voluntariado transforma as pessoas em equipes com objetivos comuns, conseguimos resultados fantásticos e levamos este espírito de resultado e equipe para o trabalho”, corrobora Ivonete Corrêa, que trabalha na Gerência de Materiais e é voluntária em várias ações do programa em São Paulo.

O valor de conhecer a realidade



Muitas pessoas lembram-se

de Sérgio Mindlin, diretor-presidente da Fundação Telefônica, dizendo que o voluntariado constrói uma ponte entre os jardins, jogando com as palavras para referir-se aos bairros Jardins e Jardim Ângela e revelando a conexão que essas iniciativas provocam entre zonas mais estruturadas e a periferia da cidade de São Paulo. O Jardim Ângela propriamente dito tornou-se uma espécie de paradigma do Programa Voluntários Telefônica, depois da primeira edição do Dia dos Voluntários. Era de lá, à época, que vinham muitas das notícias sobre pobreza e violência na capital paulista. "Durante os preparativos, ouvíamos algumas pessoas, assustadas, perguntando se o Jardim Ângela era perigoso", recorda Patrícia Santin, que era coordenadora do Programa Voluntários à época. Mas isso não foi empecilho e as inscrições para a atividade se esgotaram rapidamente. O que mudou?

Patrícia mesma ajuda

a responder essa pergunta. Para ela, em todas as ações do programa, o que mais se faz é distribuir informações. "Eu lembro que, antes de ir para o Jardim Ângela, nós passamos um bom tempo divulgando matérias como 'você conhece o Jardim Ângela?', 'você sabia que a criminalidade tem diminuído a partir do trabalho social que o Padre Jaime faz naquela região?'. É por meio da informação que buscamos disseminar outra cultura", define. César Rua, gerente de Comunicação Interna da Telefônica, concorda que a comunicação tem um papel importante em mostrar essa outra realidade que, ainda que já conhecida das pessoas, normalmente vem associada a ideias negativas. Considerando a

variedade de perfis e estratos sociais de uma empresa do tamanho da Telefônica, pode-se avaliar que esse efeito se multiplica. César comenta que é comum encontrar empregados que tiveram seu primeiro contato com zonas periféricas da cidade por meio do Programa Voluntários. E é mais frequente ainda o perfil de quem sabe que a desigualdade existe mas, diante de todas as demandas particulares e do trabalho, acaba tendo pouca oportunidade de compreender o que está acontecendo nesse contexto distante de seu cotidiano. "Por meio das informações que distribuimos, o empregado estabelece uma relação positiva com aquela realidade, sem a conotação da violência. Nós o levamos para um ambiente de relação com pessoas iguais a ele, que querem vencer na vida, mas tiveram menos oportunidades iniciais. E, com isso, conseguimos mudar um pouco a visão das pessoas sobre a periferia", relata.

A estratégia Junciona.

Uma das memórias mais marcantes de Leda é que ela se sentiu entre iguais durante o Dia dos Voluntários realizado no Projeto Anchieta, no Grajaú. Ela lamenta que, muitas vezes, ao participar de outros eventos, chegou a sentir-se mal ao perceber que as crianças eram observadas como se estivessem em um aquário. Ao contrário, em meio aos 1.200 voluntários do Grupo Telefônica, ela se sentiu em casa, entre vizinhos, compartilhando um mesmo ideal. A aposta de Leda é que, se existia uma pessoa mais resistente em meio àquele mutirão, no decorrer do dia, ela se transformou: "Quando os voluntários estavam deixando a instituição, a gente via no rosto de cada um a satisfação de estar ali

e esse é um sentimento que não dá pra fingir". A definição de Terra para a boa energia daquele momento é que "não se tratava de um trabalho de caridade, mas de uma ação solidária e recíproca entre os que deram e os que receberam a ajuda".

Essa mudança no modo

de ver a cidade traz, ainda, resultados práticos para o negócio. Bruggioni destaca que, ao conhecer melhor a realidade, o empregado, automaticamente, passa a entender melhor o seu cliente e as suas demandas. "A Telefônica é uma prestadora de serviço público e a principal empresa de inclusão digital do estado de São Paulo. É quase impossível tomar as decisões certas ou fazer as coisas certas sem de fato conhecer para quem você está trabalhando", afirma o executivo, lembrando que uma parcela significativa dos clientes da empresa está na periferia das cidades. Ele conta que, cada vez que vai ao Dia dos Voluntários, por exemplo, procura conversar com as pessoas da comunidade, visita algumas casas, para saber como o telefone está funcionando, que serviços são usados. E diz que muitos colegas fazem o mesmo. Seja para avançar no amadurecimento da prática da cidadania, seja para conhecer melhor o público com quem a empresa dialoga, o Programa Voluntários têm contribuído para gerar o efeito que Gabriella resgata em uma reflexão do padre Jaime Crowe, novamente valorizando as heranças do Jardim Ângela: "a cabeça pensa de acordo com o chão em que o pé pisa. Se você nunca pisar lá, você nunca será capaz de ter outro tipo de reflexão, outro tipo de pensamento".

O valor do trabalho em equipe



Existe outra transformação

provocada pelo Programa Voluntários Telefônica, que está em pleno curso e é frequentemente mencionada por qualquer pessoa a quem se pergunte sobre os ganhos gerados por essa iniciativa. Rompimento da hierarquia. César explica que o Grupo Telefônica é muito grande, segmentado e hierárquico. As pessoas estão em vários prédios, em várias cidades e, pela organização natural do trabalho, se dividem entre quem é da operação, quem é do segmento de negócios, quem é da área de staff, etc. Nas ações voluntárias, porém, essa lógica desaparece e todo mundo fica igual. "Ninguém pergunta de onde você é e, se o faz, é mais para se integrar, como curiosidade, porque o cargo e a origem não importam. No Dia dos Voluntários, em que isso é mais emblemático, muitas vezes, o líder da atividade é um analista júnior, por exemplo, e o presidente da empresa está trabalhando como seu subordinado", ilustra. Para César, essa é a maior lição do programa.

Na verdade, essa

dinâmica não é uma regra, mas se tornou rotina. Há muitos gestores envolvidos ao programa, entretanto, a liderança dos projetos e das ações, geralmente, é feita por empregados que estão fora dos postos gerenciais da empresa. "O voluntariado é uma oportunidade de nós nos encontrarmos como as pessoas que somos, despidas dos nossos cargos. E, nessa condição, o trabalho em equipe acontece naturalmente, independentemente da posição relativa que cada um de nós ocupa na organização", afirma Françoise. Nesse ambiente, em que a liderança se organiza mais pelo conhecimento do que pelo poder, desenvolvem-se capacidades, o senso de produção coletiva e de busca de objetivos comuns. "No dia dos Voluntários, não existe hierarquia,

apenas uma multidão de bom coração trabalhando para o mesmo ideal, a alegria das crianças e da sociedade", descreve Maurício Ranieri, gerente de Negócios da Diretoria GT e voluntário.

O benefício atinge

o Grupo como um todo e multiplica-se no ambiente interno de cada empresa que faz parte dele. Joseane Santana Gonçalves Rossetti, analista financeira sênior do Terra e uma das líderes do comitê de Porto Alegre, diz que o Dia dos Voluntários é o mais importante momento de integração da equipe. "O Terra já tem um ambiente de trabalho dinâmico e aberto, mas é no voluntariado que nos integramos de verdade. É um momento especial para conhecer as pessoas quando elas estão fazendo o bem, felizes com a atividade e querendo fazer mais", descreve. Ainda que também haja consenso de que esse ganho pode evoluir muito na transferência de sua prática para o ambiente corporativo, muitas pessoas já conseguem observar as evidências da transformação na relação entre as diversas áreas e mesmo entre chefes e subordinados.

Nira Ribeiro, gestora

de Recursos Humanos da Telefônica, é uma das que acredita que já se pode dizer que há uma Telefônica antes e outra depois do Programa Voluntários, e um dos aspectos que ela aponta como indicador disso é a melhoria nas relações internas. Assim como muitas pessoas quebraram o mito sobre a periferia, houve também um rompimento do mito que envolvia a imagem dos chefes. "Desde que começamos com o piloto do programa, eu ouvi muitas pessoas surpresas ao ver um diretor ou seu próprio gestor empurrando um carrinho de mão ou lixando uma parede e, mais do que isso, eu as vi se olhando com outros olhos. As pessoas se humanizaram, se

aproximaram e passaram a se respeitar mais", conta. Joseane concorda. Uma das suas memórias mais marcantes aconteceu no Dia dos Voluntários de 2009, quando um executivo considerado fechado e de difícil aproximação com a equipe foi para a comunidade. "No fim da tarde, eu o vi sentado em um canto, observando toda a obra construída e chorando. Naquele momento, eu comecei a vê-lo de outra maneira", revela. Sérgio observa que esse processo tende a gerar benefícios também para o Plano de Desenvolvimento de Lideranças da Telefônica, um projeto de capacitação de líderes que vem sendo feito há dois anos. Uma das metas desse plano é conduzir a empresa a uma cultura mais horizontal e diminuir as distâncias entre as hierarquias.

A própria participação

nas atividades do Programa Voluntários se torna um elemento de aprendizagem de negociação e articulação. O sucesso de uma ação como o Dia dos Voluntários, por exemplo, depende do equilíbrio entre as pessoas que vão para a comunidade e as outras que ficam no escritório, mantendo a rotina do negócio. A participação nas ofertas de capacitação, a adesão à liderança e à gestão das diversas atividades envolvem negociação com chefes e com a equipe para a administração do tempo e a organização dos compromissos em cada área. Há vários relatos de voluntários que, interessados em participar do programa, convenceram seus chefes e desempenharam um papel fundamental na sensibilização e na mobilização de suas equipes para a causa. Para Sérgio, todo o Programa Voluntários se sustenta sobre esse processo contínuo de encontrar os caminhos para, por um lado, mexer com o coração das pessoas e, por outro, dar a elas a visão de realização do resultado concreto produzido pelo esforço coletivo.

O valor fortalecido da marca



A literatura da área

reitera que o voluntariado corporativo é um grande amigo da gestão interna, mas há controvérsia sobre os benefícios gerados para a marca junto ao público externo. Ruth Goldberg lembra que, no diagnóstico realizado para a implantação do Programa Voluntários na Telefônica, alguns gestores demonstravam expectativas de que a iniciativa ajudasse a melhorar a imagem pública da empresa. Esse tipo de objetivo pode ser incorporado à estratégia dos programas de voluntariado, mas só funciona se for sustentado por uma intenção genuína de incentivar o engajamento social e o fortalecimento da cidadania entre os empregados, o que se traduz em investimentos concretos, constância das ações, seleção criteriosa e coerente dos projetos, e apoio para a formação e a participação nas atividades. "Então, a empresa opera como uma facilitadora desse movimento porque entende que isso faz parte do seu posicionamento de fortalecimento de cidadania, de relacionamento com vários stakeholders; e o empregado constata e valoriza a legitimidade da iniciativa corporativa", descreve Ruth. É nessa conjunção que se constrói a multiplicação do valor da marca. O empregado se sente mais forte para atuar como cidadão no contexto de uma intervenção coletiva e a empresa tem um ganho de imagem positiva pelo que produz no conjunto de suas práticas sociais compartilhadas com seus empregados.

O Grupo Telefônica

tem um alto compromisso com a sociedade e faz parte de sua missão ajudar no desenvolvimento dos lugares onde atua. Isso é feito por meio da Fundação Telefônica, mas há um desejo crescente de que os empregados sejam protagonistas de ações sociais, porque isso multiplica o impacto do investimento social. Lucila explica que esse é um dos objetivos da coordenação internacional do Programa Voluntários. "Trata-se de uma iniciativa que ganha muita força à medida que mais gente participa e

se contagia. A soma do que é realizado pelos empregados em todo o mundo amplia a consistência desse impacto, melhora a reputação da empresa e gera mais visibilidade para o que os voluntários estão fazendo em nível local e internacional", diz. O voluntário Antonio Gomes Jardim Junior, gerente da Gerência de Engenharia e Implantação de NGN e Comutação, concorda. "A Telefônica tem presença no mundo todo e, em todos os problemas que enfrentamos, o poder de mobilização dos empregados já foi amplamente demonstrado", destaca. Para ele, esse é um potencial que pode ser muito aproveitado pela empresa.

Ercy Paschoal coordena

o Programa Comviver, na área de Engajamento e Clima, em Recursos Humanos. Faz parte desse programa a Gincana do Agasalho, uma das mobilizações históricas do Grupo Telefônica, que vem superando recordes ano a ano. Nessa mobilização, chama a atenção o espírito coletivo dos empregados, que concentram suas contribuições nas caixas disponibilizadas pela empresa. "Há caixas coletoras espalhadas por toda a cidade, mas o empregado traz o seu agasalho aqui porque, quando ele se juntar às contribuições dos demais, esse conjunto vai sair com a marca Telefônica. E isso gera o orgulho de pertencer a uma empresa que está mobilizada, que incentiva a participação", comemora Ercy.

Pesam, ainda, nesse

sentimento de soma-transferência recíproca de poder, os resultados concretos dos trabalhos realizados nas comunidades. Seja no Dia dos Voluntários, em que os empregados participam diretamente da intervenção, seja no apoio a projetos e campanhas, a confiança na idoneidade da Fundação Telefônica e da empresa ao selecionar os beneficiados e ao garantir que a ajuda chegue efetivamente até eles faz com que o empregado sinta que está, de fato, fazendo a diferença. "Quando chega uma proposta do Programa Voluntários, a gente relaciona com a Fundação

Telefônica e sabe que é uma coisa séria, que vale a pena ajudar", confirma Débora Moreira Matos, analista de Assuntos Corporativos e líder do comitê de Campinas. "Esse é o sentimento de poder ajudar o próximo, com a empresa incentivando", define Sidney Barboza, técnico em Telecomunicações e líder do comitê de São José do Rio Preto. É o que Ruth define como a segurança que o voluntário tem para fazer o seu trabalho a partir do apoio de uma empresa com um projeto estruturado. "Isso está claro para a Telefônica. Toda ação tem a parte da atuação, da contribuição individual de cada voluntário, e tem também a responsabilidade corporativa de oferecer uma contrapartida e toda a estrutura necessária para a realização da prática social", afirma Neri.

Em todas essas situações,

a marca Telefônica se valoriza internamente, no aumento do orgulho de seus empregados, e externamente, na imagem positiva de uma empresa que pratica seu compromisso social. Os membros do comitê de voluntários são unânimes ao valorizar o impacto de imagem gerado nas comunidades onde os projetos são realizados. "Nós aprendemos que, realmente, você faz a diferença como pessoa e percebemos a força da empresa e da Fundação", relata Carlos Alberto Toniolli Domench, engenheiro e líder do comitê de Ribeirão Preto. Por outro lado, "a comunidade vê que a Telefônica está envolvida em ações sociais e isso é muito importante", completa Sidney. Vê e comenta. Líderes dos projetos beneficiados pelo Dia dos Voluntários, por exemplo, relatam que não apenas suas equipes, mas também os moradores dos bairros onde ficam as organizações passam muito tempo falando sobre a intervenção realizada. "A imagem que fica é de uma empresa socialmente correta, que acredita no ser humano. Uma empresa que, claro, busca seu resultado financeiro, mas que, ao mesmo tempo, mostra que é possível fazer a diferença na vida de muita gente sendo Telefônica", resume Osni.

O valor da apropriação da ação social



O mapeamento realizado pela consultoria durante a estruturação do Programa Voluntários indicou que os empregados não conheciam ou conheciam muito pouco a Fundação Telefônica. Vários membros do comitê de voluntários confirmam a estatística. Eles dizem que, antes de se envolver com o voluntariado, sabiam que a Fundação existia, mas não tinham clareza sobre que tipo de projetos desenvolvia. Promover essa aproximação se tornou um dos objetivos do Programa Voluntários. Mais do que isso, “uma das atribuições da Fundação, na gestão compartilhada do Programa Voluntários, é mantê-lo profundamente conectado com o investimento social do Grupo”, enuncia Sérgio.

A Fundação Telefônica tem uma missão relacionada à transformação estrutural da sociedade, com muitos projetos que buscam fortalecer organizações – entidades de atenção direta a crianças e adolescentes, escolas, conselhos municipais, entre outras – e estimulam processos de incidência em políticas públicas e articulação entre os diversos atores sociais. Estes são um conceito e uma forma de atuação difíceis de compreender. Mas, desde o começo, havia sintonia desse princípio com o que a área de Recursos Humanos queria do Programa Voluntários. “Construímos juntos um conjunto de ações que combina doação de sangue, contribuições a conselhos, apoio direto a instituições, capacitação e outras ferramentas de incentivo à cidadania. A parceria com a Fundação nos ajudou a colocar os pés no chão e a estabelecer um programa e não apenas uma ação de intervenção”, destaca Françaize.

Os gestores relembram que um dos maiores desafios da comunicação do Programa Voluntários Telefônica era transformar todo esse conceito em uma mensagem que conquistasse o coração do empregado. Deu certo. Pesquisas internas indicam que, hoje, a maioria sabe que a Fundação existe e um volume expressivo é capaz de citar quais são seus programas e principais causas. César observa que

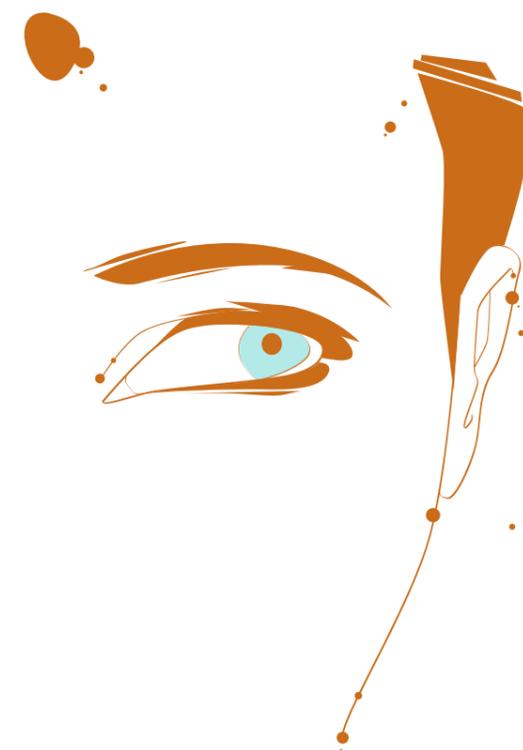
se estabeleceu uma compreensão de que as ações sociais da Telefônica estão diretamente relacionadas com o Programa Voluntários e com a Fundação Telefônica, mesmo que, no cotidiano, não se faça muita distinção entre o que é atribuição específica de cada um. Sérgio e Gabriella compreendem que a imagem do voluntariado seja mais evidente para o empregado, porque é dessa iniciativa que ele pode participar diretamente. “Esse movimento estimula o empregado a legitimar a existência de uma fundação, porque ele se sente parte do trabalho que ela realiza, inclusive abrindo caminho para que conheça e se envolva a seus demais projetos”, diz ele.

Gabriella acredita que essa aproximação já está gerando frutos. “O empregado passou a saber quais são as linhas de atuação da Fundação, respeita e confia no trabalho que ela faz e, por estar mais sensível aos temas com que ela atua – que também fazem parte dos fundamentos do Programa Voluntários –, acaba se interessando e desenvolvendo novas posturas”, descreve. Ela lembra, ainda, que toda a agenda do voluntariado é permeada pela cultura da transformação. “Ainda que uma ação busque resolver uma necessidade pontual, emergencial, procuramos dar a ela um sentido mais amplo”, completa. As campanhas de doação de sangue, por exemplo, acontecem propositalmente nos períodos em que os hemocentros têm mais dificuldade em encontrar doadores, como nas férias e feriados de carnaval. E todas essas justificativas são informadas aos empregados. “As ações do Programa Voluntários produzem a conscientização de que muitas das nossas atitudes no dia-a-dia podem mudar para melhor o nosso meio”, avalia a voluntária Ivonete. Ela já participou do Dia dos Voluntários, da Gincana do Agasalho e, em junho de 2010, tomou parte na mobilização de combate ao trabalho infantil, em parceria com o Programa Pró-Menino, da Fundação Telefônica.

Por outro lado, mesmo que pouco conhecido no princípio, a Fundação sempre teve um papel importante na consolidação do Programa Voluntários, porque seu envolvimento na seleção dos projetos beneficiados deu a credibilidade necessária para a convocação do empregado. Bruggioni destaca que esse é um argumento fundamental em seus esforços de incentivo à equipe. “Eu digo para as pessoas que nós temos a chance de ajudar no lugar certo porque, se a Fundação participa da organização da atividade, existe a garantia de que tem gente especializada, pensando de forma sustentável, para que a ação não seja simplesmente assistencialista”, conta. Ruth explica que os programas de voluntariado corporativo ganham muito quando envolvem a fundação ou o instituto ligado à empresa, exatamente porque trazem esse conhecimento da realidade e transmitem ao empregado a confiança de que seu esforço será corretamente destinado.

A equipe gestora do Programa Voluntários Telefônica sabe que o desenvolvimento da cidadania é um processo lento, porque envolve transformação cultural. Segundo estatísticas, cerca de 50 milhões de brasileiros praticam alguma ação voluntária no Brasil, o que é um índice pequeno em comparação ao de alguns outros países do mundo. Ainda existem muitos dilemas conceituais, temas importantes que são rejeitados pela população, falta de informação adequada e mesmo desconfiança com relação a algumas estruturas. Ainda que o povo brasileiro seja reconhecido por sua solidariedade, todo esse contexto influencia na decisão das pessoas em se envolver a uma causa ou ação solidária. Ruth afirma que as empresas dão um apoio importante ao estruturar programas de voluntariado, porque estabelecem um clima de confiança e segurança para a prática da cidadania. A disseminação de informações, o convite ao trabalho a serviço da comunidade, a oferta de qualificação da ação voluntária são os passos que o Grupo Telefônica escolheu para fazer a sua contribuição.

Gestão



“Eu já fazia muitas atividades voluntárias no Centro Budista e me integrei à Fundação Lama Gangchen logo que ela foi criada. A capacitação do Concurso de Projetos me deu uma nova compreensão sobre o voluntariado, me colocou no caminho certo do empreendedorismo em vez da prática assistencialista. O meu projeto era para o fortalecimento de parcerias, o que foi aplicado em uma ação conjunta com a ONG Arrastão, em uma oficina de costura. Decidimos fazer uma bolsa retornável e pensamos juntos em todo o processo. O design foi feito por outra voluntária da Lama Gangchen e procuramos matéria-prima em fornecedores do comércio justo. Ao final, as costureiras imprimiram suas mãos em algumas bolsas. Dava para ver o orgulho delas por aquele resultado; no evento de lançamento, em um restaurante nos Jardins, elas eram verdadeiras celebridades. Na Lama Gangchen, a iniciativa teve muita repercussão e ajudou a fortalecer a instituição recém-criada. O próprio Lama Michel fez uma visita à oficina de costura. O resultado concreto no projeto, o potencial de aplicação do que aprendemos no futuro da organização e a motivação dos gestores do Programa Voluntários e de meus gerentes se transformaram em estímulo para eu me dedicar ainda mais e, logo depois, me tornei membro do comitê de voluntários da Telefônica.”

Sandra Cristina Santana,
analista de Marketing da Telefônica SP



Gestão: a soma de competências

O sucesso do Programa Voluntários

está diretamente relacionado com a parceria entre Comunicação, Recursos Humanos e Fundação Telefônica. Desde a concepção da iniciativa, essas áreas estiveram juntas, somando habilidades e conhecimentos para o desenvolvimento de cada estratégia e para a mobilização da empresa, em todos os seus setores. Para Ruth Goldberg, consultora que acompanhou a estruturação do programa, em 2005, isso foi um importante facilitador de todo o processo, porque estavam ali as áreas de relacionamento e de sensibilização do empregado, e de gestão da ação social da Telefônica. O modelo de governança escolhido envolve, ainda, a participação direta dos empregados, por meio do chamado comitê de voluntários, que atua na coordenação e execução das ações, assim como na renovação das práticas e objetivos do voluntariado corporativo.

A “coordenação tripartite”, como os membros a apelidaram, funciona como uma espécie de fórum, em que as linhas gerais do Programa Voluntários são desenhadas e cada área contribui estrategicamente, a partir de suas competências. A experiência mostrou que era fundamental contar com uma secretaria executiva e, para Sérgio Mindlin, diretor-presidente da Fundação

Telefônica, essa passou a ser uma responsabilidade especial da Fundação. “Mais que garantir a realização da rotina das atividades, essa secretaria tem a missão de favorecer que o voluntariado seja absorvido como prioridade em meio à agenda de todo o Grupo”, define. Nestes cinco anos, o formato dessa estrutura também se modificou bastante. Patrícia Santin foi a primeira coordenadora do programa, mas essa não era sua única função; simultaneamente, ela cuidava de outros projetos. A densidade e a complexidade foram se ampliando rapidamente, o que levou a Fundação, em 2008, a incorporar mais um membro em sua equipe. Marcos Paulo dos Reis veio para a coordenação do programa, trazendo a bagagem de vários anos como empregado da Telefônica e de participação ativa no comitê de voluntários desde a expansão da iniciativa.

De cara, a dedicação exclusiva trouxe a possibilidade de dar um pouco mais de atenção aos comitês que ficam fora da capital paulista. Esses times foram formados espontaneamente por empregados que se interessaram em replicar em suas cidades o que estava acontecendo em São Paulo. São autônomos, mas seguem o cronograma e as propostas sugeridas pela coordenação geral do programa. Eliane Domingos Bezerra é gerente de

Negócios e Relacionamento da Diretoria Comercial Novos Mercados e coordenadora do comitê do Rio de Janeiro. Ela conta que as equipes locais foram reproduzindo as atividades a partir de materiais escritos que recebiam, das informações publicadas nos veículos internos e de alguns contatos. “A possibilidade de fazer reuniões periódicas com o Marcos ajuda na organização das estratégias e ações”, diz. Coordenar um único projeto também trouxe a possibilidade de explorar mais a estrutura que a empresa pode colocar a serviço do voluntariado. Pode parecer lógico e simples, mas descobrir boas oportunidades exige dedicação a conhecer a rotina do negócio. Por exemplo, depois de algumas experiências pontuais, foi uma conquista conseguir que a área de Patrimônio colocasse um carro à disposição da gestão do programa e, para Marcos, ainda há muito a explorar em recursos e serviços que a empresa tem e que poderia disponibilizar.

Gabriella Bighetti, gerente da Fundação Telefônica, avança nesse raciocínio. Em uma avaliação do histórico do Programa Voluntários, um dos pontos que ela acredita que pode ser melhorado é a conexão dessa iniciativa com a empresa, extrapolando o negócio em si e observando tudo o que ele significa. “O Grupo Telefônica é mais que um gigante

de telecomunicações, é uma enorme rede de clientes, de fornecedores, uma fonte muito rica de talentos e conhecimentos das pessoas que fazem parte dele”, explica. É todo esse potencial que a equipe quer explorar para colocar a serviço dos objetivos do programa. “A Telefônica deve aproveitar sua força e abraçar mais e mais causas para melhorar a vida das pessoas, seja na prestação do serviço de telecomunicações, que por si só já promove o avanço da sociedade, como também em causas humanitárias”, corrobora Antonio Gomes Jardim Junior, gerente de Engenharia e Implantação de NGN e Comutação e voluntário. Esse ganha-ganha, essa soma de forças entre os empregados voluntários e os recursos que a empresa pode aportar, bem como as portas que ela pode abrir à ação social, é isso tudo que Gabriella aponta como o diferencial do voluntariado corporativo.

Os fins orientam os meios

Em seus primeiros cinco anos, a gestão do Programa Voluntários Telefônica passou por muitos ajustes para se tornar mais efetiva, mais ágil e, principalmente, para favorecer o alcance dos objetivos propostos. O desenho do programa, feito durante a consultoria e em seu primeiro ano de aplicação, manteve-se praticamente o mesmo. Os eixos se consolidaram, o que confirma a importância e



Já viu cansaço e sacrifício

darem prazer? É isso, dá prazer, alegria, sentimento de pertencer, solidariedade, etc., etc., etc. Espero que o aconteceu lá gere muitos e muitos frutos à AME e que tudo de muito bacana passe a acontecer com aquelas crianças, que este “impulso” seja uma porta de entrada para o futuro delas.

**Carmem Lucia de Souza Vassão -
Telefônica - São Paulo**

Gostaria de agradecer o

empenho da Telefônica por um projeto tão lindo. Tenho um filho na AME e fui até o local para constatar tamanha dedicação e amor e carinho pela ação. Parabéns a todos por esse gesto tão lindo. Foi emocionante tudo... até mesmo com a chuva... foi sinal das bênçãos de Deus na vida de cada um que dedicou o seu dia para esse projeto. Valeuuuuu Voluntáriossss.

Rosana Fernandes - São Paulo

o papel de cada um na estratégia global, mas as ações seguem se adaptando a partir da avaliação dos resultados alcançados e com foco na renovação e qualificação das propostas.

Zilda Casagrande da Silva, secretária da Diretoria Geral na T Gestiona e membro do comitê, dá um exemplo relacionado ao Dia dos Voluntários. Ela conta que, na primeira edição do mutirão, escolheu trabalhar na limpeza e montou um time devidamente paramentado: rodos, vassouras, baldes e tudo mais. A primeira coisa que foi parar na lixeira foi o plano originalmente traçado. “Chegamos lá e ficamos parados, olhando. Não dava para limpar nada porque as outras pessoas estavam trabalhando”, descreve. Os voluntários dessa equipe acabaram se juntando a outras tarefas, mas Zilda reconhece que houve um pouco de frustração no primeiro momento. Nada que comprometesse a motivação, porque os erros foram tomados como experiências e, além de se integrar a outros grupos e orientar a limpeza ao final do dia, eles já saíram do Jardim Ângela pensando em como melhorar a estratégia para o ano seguinte. Dito e feito. Em 2007, cada voluntário ficou responsável por limpar o próprio espaço onde trabalhou.

Zilda e Tony Silva, engenheiro da Gerência de Plataformas e Tarifação e também membro do comitê, relatam que a primeira edição inteira do Dia dos Voluntários foi assim, cheia de tentativas, erros, ajustes, acertos e muita reflexão sobre como melhorar. “Os erros não nos abatiam. Imediatamente, nós já pensávamos nas correções, visualizando a continuidade do projeto”, diz Tony. O próprio eixo de Capacitação acabou ganhando um novo sentido dentro das revisões estratégicas do Dia dos Voluntários. Em 2006, muito material foi desperdiçado porque a maioria das pessoas não sabia como usar os equipamentos. Muita gente nunca tinha pintado uma parede em toda a vida. “Houve um ano em que as pessoas da pintura estavam usando a luva para capinar, enquanto a equipe de limpeza do terreno vestia a luva para pintar”, lembra Zilda. O problema foi resolvido com formação e orientação para cada equipe. Os voluntários inscritos na pintura, por exemplo, aprenderam a misturar tinta, a diferenciar e usar os pincéis mais adequados

para cada situação. E o processo segue assim, com ajustes que vão dos mais simples detalhes até a mais complexa estratégia, sempre tendo em vista os objetivos de cada eixo.

Nesse movimento de melhoria constante da gestão, desde meados de 2008, Marcos Paulo vem aumentando as consultas aos voluntários e considerando mais aspectos do contexto na formatação de cada atividade. O Concurso de Projetos já mudou por causa disso. A edição de 2011 dará ao empregado mais tempo para a inscrição de sua proposta; em vez de uma semana, um mês. Isso provocou ajustes em todo o cronograma, mas o objetivo é que mais pessoas possam participar. Por outro lado, a campanha de doação de sangue de 2009 teve uma queda na adesão dos voluntários. Neste caso, em vez de ajustar o processo, a equipe analisou o contexto. “Nós tínhamos a impressão que a epidemia de gripe podia ter inibido os voluntários. Ao consultá-los, isso se confirmou”, explica. Não era o caso, portanto, de promover mudanças.



Comitê de Voluntários

Uma figura importante em todo

esse processo de evolução da gestão do Programa Voluntários Telefônica é o comitê de voluntários. Fazem parte de suas funções primordiais auxiliar a coordenação geral na escolha da forma de atuação, na operação das ações e na mobilização de voluntários em toda a empresa. Para Gabriella, a concepção desta instância foi uma das grandes contribuições da consultoria realizada para estruturar o programa. "A Ruth reforçava que um programa de voluntariado corporativo deve ser feito pelos próprios empregados e que, portanto, era essencial ter um comitê que realmente se envolvesse com a execução das atividades e com a definição das estratégias", lembra.

No piloto, já havia uma pequena estrutura, restrita a empregados da Telefônica Empresas (hoje, Segmento Empresas) que estavam diretamente relacionados com a coordenação das primeiras experiências. A expansão, em 2006, exigiu a primeira adequação, para incorporação de representantes das várias empresas do Grupo, indicados por seus diretores. Zilda, Tony e o próprio Marcos Paulo estavam entre os 40 pioneiros. A primeira reunião desse time é uma das memórias mais marcantes que Marcos tem dessa história. "Foi no auditório do prédio da Telefônica na Faria Lima e, depois de conhecer como funcionava um programa de

voluntariado corporativo e os resultados do piloto que acabara de ser realizado, nós fomos convidados a tomar parte do comitê", recorda. Naquele momento, ele teve certeza que o projeto daria certo. Por intuição e também pela presença de líderes de áreas importantes da empresa que estavam ali, pessoalmente, dando sustentação à ideia.

Marcos revela que, quando foi convidado por seu diretor para ir à reunião de formação do comitê, nem seu chefe sabia muito bem de que se tratava. A informação era que seria algo relacionado a voluntariado. Ele aceitou na hora. Zilda também. Seu chefe sabia que ela era voluntária em uma organização e se preocupava muito com as questões ambientais.

Foi o primeiro nome que lhe veio à cabeça quando lhe pediram para indicar alguém para representar a TGestiona. "Aquilo para mim foi ótimo. Era tudo o que eu mais queria", diz. Zilda acreditava que um projeto estruturado, com apoio, recursos e a força institucional da empresa, seria ainda melhor do que a experiência pessoal que ela já tinha. Para ela, participar da ação social corporativa é algo desafiador, que envolve sempre coisas novas e exige perseverança, porque os resultados demoram a se concretizar. "Essa é uma das minhas principais motivações para continuar trabalhando na Telefônica", destaca.

Seguindo o princípio de adequar a gestão à missão do Programa Voluntários, o comitê mesmo também passou por muitas reformas. Uma delas está relacionada exatamente com a motivação para fazer parte desse time. A experiência ensinou que a indicação não era o melhor caminho para o recrutamento de seus membros. "Descobrimos que trabalhar com a disponibilidade e com a vontade das pessoas tende a funcionar melhor", conta Gabriella. Mais tarde, essa reflexão avançou para a subdivisão interna do comitê, distribuindo as pessoas entre as que querem estar mais diretamente vinculadas à gestão e à coordenação das atividades e outras, que gostam muito do tema, mas preferem dar apoio às primeiras. Essa distribuição é também importante para auxiliar no cumprimento de outra função dos membros do comitê, que é mobilizar colegas em suas respectivas áreas.

Amadurecimento da equipe

No começo, as reuniões do comitê eram quinzenais, porque havia muitos temas para entender, definir, alinhar em conceitos comuns. Desde 2009, os encontros passaram a ser mensais, com pauta pré-definida focada especialmente na tomada de decisão, a partir de um planejamento anual compartilhado pelo grupo. Na reunião de junho de 2010, por exemplo, os 13 participantes presentes avaliaram o resultado de ações como a Semana do Meio

Ambiente e a campanha de combate ao trabalho infantil. Em quase metade do tempo, dedicaram-se a combinar encaminhamentos para a organização do Dia dos Voluntários. Depois de uma reunião como essa, cada membro ou conjunto de membros sai com suas tarefas para executar o que foi acordado, o que pode envolver a mobilização também do time de apoio. Para Gabriella, essa forma de trabalho é possível graças a um amadurecimento evidente dos membros do comitê. E o Programa Voluntários sempre se dedicou a ajudar neste processo. Além de terem acesso às ofertas internas de capacitação, a cada ano eles são convidados a participar de cursos externos sobre terceiro setor, investimento social privado, entre outros temas correlatos.

A experiência e a apropriação crescente têm ajudado, ainda, a enfrentar os desafios desse modelo de trabalho. Os empregados que participam do comitê são também voluntários, dedicando um tempo expressivo às atividades do programa, parte em horário de expediente e parte em suas horas livres. Para Zilda, os membros atuais já chegaram a um nível de maturidade em que sabem equilibrar as responsabilidades da função que ocupam na empresa com as demandas do voluntariado. Depois de cinco anos, a equipe de coordenação também passou a conhecer melhor seus perfis, o que favorece a delegação de tarefas de acordo com os



conhecimentos, as preferências e as possibilidades de cada um. Nesse equilíbrio, falta ainda aperfeiçoar a relação com os gestores para que eles facilitem o trabalho dos empregados que fazem parte desse grupo. Já houve casos de voluntários que deixaram o time porque não conseguiam participar das reuniões ou se dedicar à liderança dos projetos.

Para Gabriella, esse desafio faz parte da natureza do voluntariado corporativo, que sempre terá que lidar com simultaneidade entre as prioridades do negócio e a agenda das ações de cidadania. Tony e Zilda defendem que uma maior sensibilização dos gestores e uma política formal que orientasse o tempo dedicado ao programa ajudariam a resolver gargalos, mas ambos também concordam que se trata de uma equação difícil de resolver. Ao mesmo tempo em que uma determinação da carga horária reduziria dissonâncias, não se sabe ao certo o quanto ela afetaria o próprio espírito de dedicação voluntária dos empregados. E ainda há o aspecto da negociação, que a área de Recursos Humanos destaca como um dos resultados do Programa Voluntários. Criar espaços para o voluntariado na agenda das atividades de cada área funciona como aprendizado de competência e produz, também, o efeito de conquistar e convencer mais gestores para o apoio ao programa.

A formação atual do comitê tem 26 membros, incluindo representantes de cidades do interior de São Paulo e de outros estados. Fora da capital, eles também estabelecem comitês locais dedicados principalmente à mobilização dos colegas e à execução das atividades do programa. Débora Moreira Matos, analista de Assuntos Corporativos e coordenadora do comitê de Campinas, conta que o espírito de solidariedade já estava presente na equipe e se materializava em campanhas no Natal e mobilizações pontuais para ajudar em alguma emergência. O programa de voluntariado corporativo era a oportunidade de organizar essas ações e dar a elas mais corpo. "Manter uma agenda compartilhada torna o resultado mais robusto e lhe dá mais visibilidade do que se uma ação fosse feita isoladamente", avalia.

Acompanhar as práticas fora da capital paulista é, também, um dos desafios atuais da gestão do Programa Voluntários. Marcos comenta que a regra é que a gestão local seja feita pelos próprios empregados de cada cidade, mas tem tentado estar mais próximo deles. Em 2009, ele visitou todos os comitês locais, o que considera ter sido importante para conhecer as equipes e também para apresentar a elas toda a agenda do programa, porque muitas desenvolvem apenas o Dia dos Voluntários. "Ao pedir às cidades que sigam o nosso calendário para atuar em

bloco, eu sei que preciso dar mais apoio, mas há limitações e é fundamental que os comitês locais desenvolvam sua capacidade de articulação", pondera. Carlos Alberto Tonioli Domench, engenheiro e coordenador do comitê de Ribeirão Preto, interpreta esse cenário como um sinal de confiança da coordenação com relação às equipes locais. Lá, o time vem aprimorando sua forma de gestão, revendo o formato das reuniões para torná-las mais produtivas e convocando os voluntários para alguns encontros fora do horário de expediente. Domench destaca, ainda, o apoio incondicional de seu gerente que, além de liberar horas para a execução das ações, acompanha de perto o andamento e os resultados de cada uma delas.

Lucila Ballarino, coordenadora internacional do Programa Voluntários, relata que, em muitos países, há empregados voluntários que colaboram com a gestão das atividades, mas o formato é bastante variado. Na Argentina, por exemplo, há lideranças por área da empresa e seu papel é mobilizar os colegas para o voluntariado. No Peru, há um coordenador por prédio, que agrega à função de mobilização um trabalho de recolher sugestões dos empregados para levá-las à coordenação geral. "O grande diferencial do modelo brasileiro é que o comitê tem

mais autonomia e compartilha a gestão do programa com sua coordenação geral", comenta. Lucila conta que a equipe internacional vem estudando os vários modelos existentes com a intenção de lançar propostas sobre como aprimorar a aplicação deste recurso e facilitar o andamento de suas atividades.

Para Sérgio, o amadurecimento e a formação do comitê são um resultado que deve ser reconhecido na gestão do voluntariado na Telefônica no Brasil. "São eles que realmente conduzem esse programa. Eles são os protagonistas", afirma, lembrando-se do contraste em relação ao começo da iniciativa, quando participava de reuniões, definindo conceitos, articulando com as várias áreas. "Hoje, o comitê traz as propostas, aponta caminhos, faz questionamentos e nós funcionamos como um apoio a esse exercício", completa. Essa é também a aposta de Françoise Trapenard, diretora-executiva de Recursos Humanos da Telefônica. Para ela, depois de cinco anos, chega o momento em que o Programa Voluntários pode começar a desenhar a sua segunda onda e a inovação deve vir dos membros do comitê. "Ouvir a demanda e o desejo do empregado está na essência de nossa experiência. Liberar o poder empreendedor das pessoas e desse grupo em particular é o segredo para a renovação do programa", define.



O papel do gestor

Sérgio diz que o voluntariado foi

absorvido pelos executivos da empresa como uma responsabilidade, como algo que tem que ser feito. Esse apoio, entretanto, não é uniforme. Há uma variação de acordo com o nível hierárquico e com o perfil da atividade proposta. O Dia dos Voluntários facilmente mobiliza executivos dos vários segmentos e níveis, tanto para sua participação pessoal quanto para o apoio à adesão de suas equipes. Por outro lado, a campanha Incentivo Criança ainda não se consolidou e atinge apenas uma pequena parte de seu potencial. E existe ainda o aspecto da liberação do tempo dos empregados para participação nas ações. O Programa Voluntários Telefônica realiza suas atividades dentro do horário de expediente regular da empresa. Trata-se de uma contrapartida bastante apreciada pelos empregados e significativa no conceito geral do programa, mas muitos ainda encontram alguma dificuldade de negociação com seus chefes para conseguir esse espaço.

A comunicação do programa busca favorecer essa relação, dirigindo algumas mensagens para as lideranças. A tentativa é estimular que o gestor facilite a adesão de suas

equipes, ainda que ele próprio não participe da atividade. Para Gabriella, o equilíbrio vem da soma entre o bom senso do empregado e o apoio do gestor. Fábio Bruggioni, diretor-executivo do Segmento Residencial, acredita que é importante facilitar a ação social na rotina diária e dá o exemplo da Gincana do Agasalho. No momento em que um empregado consegue negociar cobertores por um preço mais baixo com um fornecedor, toda a equipe se anima, porque a participação é facilitada. O resultado, além de ampliar a arrecadação, é o desenvolvimento da criatividade para equacionar os problemas. A fórmula se repete. Domench diz que, com o apoio do gerente local, ele e outros colegas que fazem trabalho nas ruas aproveitam os deslocamentos externos para as visitas à organização durante os preparativos para o Dia dos Voluntários.

Para Mariano De Beer, diretor-geral da Telefônica SP, o envolvimento gradativo dos executivos faz parte do processo de amadurecimento e aprendizagem do Programa Voluntários. "Os gestores são regularmente cobrados pelos resultados de negócio. Um programa de voluntariado corporativo os provoca a pensar a partir de uma nova lógica, fortalecendo o potencial da empresa e

de seus empregados como agentes de transformação social, e encontrando formas de aproveitar os benefícios dessa mudança de atitude na rotina do trabalho", pondera. Joseane Santana Gonçalves Rossetti, analista financeira sênior do Terra e uma das líderes do comitê de Porto Alegre, confirma essa reflexão. Ela resgata que a direção do Terra sempre valorizou o voluntariado, mas que esse apoio foi crescendo junto com o programa, à medida que as lideranças observavam os efeitos produtivos para a equipe e também para a sociedade. "Até 2009, boa parte do planejamento e da logística do Dia dos Voluntários era feita fora do horário de expediente. Agora, essa tarefa se integrou à nossa rotina do trabalho regular, porque a empresa quer colaborar mais e percebe que isso motiva os empregados", observa.

Bruggioni estabeleceu indicadores e metas de peso semelhante para os resultados de negócio e para os que se referem à ação social. "A cada dois meses, eu me reúno com toda a minha equipe e prestamos conta do que fizemos em quatro eixos, que são acionista, funcionário, cliente e sociedade", descreve. Para ele, o executivo não precisa se preocupar com a concorrência entre as metas do negócio e as atividades voluntárias. "Toda a rotina do

trabalho, as reuniões, os relatórios, as bonificações, tudo isso orienta o foco do empregado para o negócio naturalmente. O meu papel, na verdade, é estimular ao máximo o eixo sociedade para que ele ganhe um pouco de atenção em meio a toda a agenda", define.

Gabriella reforça que não há fórmulas ou regras definitivas, "quanto mais o gestor conhece e se envolve ao Programa Voluntários, mais fácil será a negociação entre chefes e equipes, e melhor será o equilíbrio entre vida profissional e atividade voluntária". Sandra Cristina Santana, analista de Marketing da Telefônica SP e membro do comitê, vive isso na prática. Ela relata que, quando participou do Concurso de Projetos, contou com o apoio e o estímulo de seu gerente, que liberava tempo para as atividades e se interessava em saber os resultados do processo. Mais tarde, uma colega foi promovida a gerente da área e, pelo histórico de participação da equipe no programa, o apoio continuou, inclusive para suas tarefas então como membro do comitê. "As ações de voluntariado também são compreendidas como algo importante para os gestores e isso motiva ainda mais a participação", afirma.



O site Voluntários Telefônica: um eixo comum

Envolvidos com o desafio de criar

ferramentas de gestão para o Programa Voluntários, já de início, os gestores da iniciativa consideraram importante estabelecer um ponto de encontro para os empregados interessados pelo assunto. Nesse momento, o modelo argentino foi também apoio para a equipe brasileira, pois no país vizinho havia uma página eletrônica, chamada e-voluntarios, que acabou sendo reproduzida aqui. A intenção desse espaço sempre foi prover os empregados com as informações sobre o programa, divulgar a agenda das atividades, concentrar o registro geral dos voluntários e viabilizar as inscrições para as ações específicas, realizar pesquisas e consultas junto aos participantes, além de funcionar também como uma vitrine para o público externo.

Ao longo dos anos, o site (www.fundacaotelefonica.org.br/voluntarios) recebeu muita atenção da equipe coordenadora e foi amadurecendo. "Sempre foi claro para nós que, em uma empresa deste tamanho, não seria possível gerir processos de inscrição por meio de fichas ou por telefone", exemplifica Gabriella. Além disso, a página eletrônica foi concebida como um espaço para gerenciamento das informações sobre os voluntários, como seu perfil, além de sugestões, críticas e avaliações sobre as práticas realizadas. Ao se cadastrar no programa, por meio do site, o empregado responde a algumas perguntas que orientam o direcionamento das ações. Do mesmo modo, os participantes das atividades sempre são convidados a responder pequenos questionários de avaliação sobre o que vivenciaram. Para ela, a página é central no processo de gestão do Programa Voluntários e também se incorpora à estratégia de comunicação da iniciativa.

Marcos Paulo considera o site como um canal de comunicação direta com a gestão do programa, que permite e incentiva o voluntário a ser ainda mais protagonista na formatação e mesmo na inovação das atividades. Ele dá um exemplo relacionado ao Dia dos Voluntários. "Na avaliação eletrônica da edição de 2008, apareceu uma sugestão para melhorar a distribuição da refeição durante o evento", conta. Até então, algumas pessoas entravam na fila duas vezes para pegar seu lanche, enquanto outras ainda não tinham comido. Na edição de 2009, a ideia proposta foi acatada e os voluntários receberam um cupom para alimentação. As pessoas continuaram podendo repetir a refeição, mas a partir de então, isso foi organizado para que o segundo turno só acontecesse depois que todos estivessem alimentados. Além de questões práticas como essa, conhecer mais o voluntário ajuda a dimensionar melhor as ações. Marcos cita indicadores importantes que ele já vem observando, como a faixa etária que tem preferência por doar dinheiro e a parcela de voluntários que têm medo de doar sangue, mesmo que estejam convencidos de que isso é importante. "É fundamental entender esse comportamento para melhorar a gestão do programa", completa.

César Rua, gerente de Comunicação Interna da Telefônica, avalia que, como ferramenta de comunicação, a página precisa melhorar muito. "A intranet e o informativo interno, chamado 'Bom dia, Telefônica', evoluíram muito e acabaram ganhando a preferência dos empregados como fonte de informação", diz. O empregado recebe o informativo em seu email todas as manhãs e acha mais fácil buscar as informações na rede interna da empresa, que já usa também para outras atividades do trabalho. Porém, ele concorda que o site facilita o acesso dos empregados às informações

gerais sobre o Programa Voluntários, especialmente porque eles estão distribuídos em empresas, prédios, cidades e até estados diferentes. Para César, um ponto forte do site é o registro histórico e institucional de todos os eixos de trabalho. O visitante da página encontra ali informações sobre como o programa funciona, fotos das atividades realizadas e depoimentos dos participantes.

Em 2010, o site do Programa Voluntários Telefônica entrou em processo de revisão e criação de novas ferramentas para estabelecer uma espécie de comunidade virtual do voluntariado. Nela, cada empregado terá sua página pessoal, em que fará o registro de seu histórico como voluntário, acessará um menu com todas as opções de iniciativas a que possa se engajar, além de receber informações atualizadas e contextualizadas de acordo com a região ou empresa onde trabalha. Considerando que, no futuro, essa plataforma deve dialogar com os sites do Programa Voluntários em outros países, os empregados terão acesso a informações da rede internacional de voluntários da Telefônica, podendo aproveitar oportunidades divulgadas nela, mas continuarão a ser motivados para as ações das quais podem participar localmente.

A equipe de coordenação do Programa Voluntários sonha com um ambiente em que os membros do comitê possam, entre outras coisas, postar notícias e motivar grupos segmentados por área geográfica ou tema de interesse. Esse tipo de gestão deve auxiliar, também, na identificação dos projetos que mais motivam os

diferentes perfis de voluntário que existem na empresa e melhorar o foco das ações propostas. A revisão inclui, ainda, estudos para a inserção de plataformas e-learning, para que os empregados tenham acesso a capacitações virtuais em vários níveis de aprofundamento. A ideia é que, a partir do momento em que se cadastram, todos os voluntários da Telefônica recebam pelo menos uma formação em voluntariado e/ou cidadania, que favoreça e qualifique ainda mais a sua atuação. "Todo o projeto vem sendo desenhado para que o voluntário possa, cada vez mais, opinar e participar da gestão do programa, informar quando e como ele pratica solidariedade, e indicar o que o motivaria mais", conta Marcos.

A reestruturação do site prevê também o desenvolvimento de um sistema para reconhecimento dos voluntários mais engajados, aqueles que aderem a muitas propostas e multiplicam o espírito do programa por meio de suas iniciativas. Hoje, a única prática formal de reconhecimento a voluntários é feita aos membros do comitê, que são convidados para um almoço de confraternização com a equipe gestora, ao final de cada ano, para celebrar as conquistas do período. Com o novo espaço virtual, em sua página pessoal, o próprio empregado vai registrar e acompanhar suas atividades no decorrer do ano. Mais que premiar os destaques – inclusive porque os troféus serão ser simbólicos –, a metodologia deve melhorar a contabilidade das ações voluntárias dos empregados e, assim, evidenciar de maneira mais concreta o produto de tudo o que é feito por esse coletivo de solidariedade.



Investimento

Em cinco anos de atividades,

o Grupo Telefônica investiu cerca de seis milhões de reais para organização e realização de mais de 80 atividades coordenadas pelo Programa Voluntários. Isso sem mensurar o valor das mais de 100 mil horas dedicadas pelos voluntários às atividades, considerando que a maioria delas é realizada em horário regular de expediente. Para Ruth, essa foi uma compreensão fundamental da equipe na montagem da iniciativa. Ela comenta que muitas pessoas relacionam a ideia de voluntariado com a perspectiva de não gastar nada e reforça que isso é um equívoco, pois o voluntariado corporativo exige investimentos em capacitação, comunicação e execução das atividades. "Na Telefônica, os gestores tiveram energia, sabiam da importância de fazer bem a comunicação e investiram recursos para isso", destaca.

O orçamento é compartilhado entre as áreas de Recursos Humanos, Comunicação Interna e a Fundação Telefônica e, para algumas ações, outras áreas da empresa complementam o financiamento das atividades. Há contribuições em dinheiro e também em serviços. Um dos grandes resultados neste

aspecto é que toda a empresa está convencida da importância desse investimento. "Vencida a batalha política, o programa ganhou amparo e relevância institucional, o que lhe garantiu uma progressão contínua. À medida que o voluntariado se solidificou, as burocracias se reduziram, a visibilidade aumentou e o exercício seguinte foi apenas garantir a manutenção desse processo", resume Françoise.

Para Patrícia, o custo-benefício é altamente positivo. "O orçamento médio de um milhão de reais por ano é pouco para tudo que o Programa Voluntários Telefônica produz em resultados. O benefício é incalculável!", avalia. O número de voluntários mobilizados e capacitados é um dos indicadores que ela aponta – há mais de 4.500 voluntários cadastrados no programa e cerca de mil deles passaram por ações de capacitação. Olhando para os ganhos internos, na empresa, Regina Silvestre, da gerência de Clima e Engajamento da área de Recursos Humanos, diz que um programa de voluntariado corporativo não consegue resolver sozinho questões de gestão de pessoas ou de clima interno, mas contribui efetivamente para isso. Ela menciona o exemplo de Tony para ilustrar esse

raciocínio. "Ele é um técnico em sua área e, como voluntário, é um líder. Isso mostra que, independente da função do empregado, ele pode liderar uma equipe ou um projeto desse tamanho", descreve. Para Regina, o Programa Voluntários é uma das ferramentas que a Telefônica tem disponível para o amadurecimento de competências como liderança, posicionamento em grupo, trabalho em equipe, relacionamento com os variados níveis independente da hierarquia, entre outras. "Ganha a empresa como instituição, ganha o RH pelo desenvolvimento de capital humano, e ganha o empregado, que vê seu trabalho voluntário somado ao aporte da empresa a serviço da melhoria da sociedade", completa.

Gabriella recupera os depoimentos das lideranças das organizações que receberam o Dia dos Voluntários. "Na festa de encerramento do evento, eu disse que aquilo era a realização de um sonho, porque foram 10 anos em um dia, tamanha a grandiosidade do que a Telefônica havia nos oferecido", relembra Osni Santos Gomes, da Sociedade Santos Mártires, organização que recebeu a primeira edição do Dia dos Voluntários, em 2006. "A coisa mais bonita que eu vi no Tabor, nos 24 anos em que

trabalhei lá, foi o Dia dos Voluntários Telefônica", avalia a Irmã Yara Passos, que dirigia a organização beneficiada em 2008, em São Paulo. Para a estrutura das organizações, é um benefício imenso e, para as crianças, é a realização de um sonho. "Basta olhar para a expressão de felicidade no rosto das crianças quando elas chegam ao espaço reformado", exemplifica Patrícia. Do ponto de vista do empregado, ela também considera o ganho expressivo e difícil de calcular, porque não é possível valorar o que significa a decisão de uma pessoa em adotar uma criança ou se tornar voluntária regular em um projeto, depois de receber o estímulo no ambiente de trabalho. "Muitas pessoas nem sabem como é ser voluntário, quantos sentimentos bons isso provoca. A empresa onde trabalhamos pode nos ajudar a despertar para isso", declara Ivonete Corrêa, que trabalha na Gerência de Materiais da Telefônica SP e é voluntária de várias ações do programa. E a Telefônica ainda ganha em imagem, porque outras companhias já a procuram para conhecer sua prática de voluntariado corporativo. Se todos esses ganhos pudessem ser colocados em uma calculadora, seria possível observar que o retorno do investimento é grandioso e que o orçamento poderia ser até maior do que já é.



A força da comunicação

Os especialistas são unânimes em

reconhecer que a comunicação tem um papel fundamental no voluntariado corporativo. Ela está relacionada com a mobilização dos empregados, com a distribuição da informação para os inscritos nas ações e para os que ainda não aderiram, com a motivação para manutenção da adesão, com a divulgação dos resultados alcançados, com o reconhecimento ao esforço dos voluntários, com o estabelecimento da cultura de voluntariado, entre outros temas. Por cumprir essas metas e estar sempre em busca de inovação, a estratégia de comunicação do Programa Voluntários Telefônica no Brasil é considerada um caso de sucesso pela coordenação internacional da iniciativa. "A integração da comunicação do programa à estratégia geral de comunicação da empresa é um diferencial brasileiro, que torna a proposta atrativa para os empregados", avalia Lucila.

A Comunicação Interna faz parte da coordenação geral do programa, junto com a área de Recursos Humanos e a Fundação Telefônica. "O Programa Voluntários não é um cliente da Comunicação Interna, nós construímos isso juntos", destaca César. E sempre foi assim. Regina Bernardi, que era a gestora de Comunicação Interna na Telefônica Empresas quando tudo começou, atribui o sucesso do piloto e da expansão do projeto ao planejamento e ao trabalho compartilhado entre as áreas

gestoras. "Nós sabíamos que nenhuma das áreas sozinha tinha todas as competências para fazer um trabalho de mobilização dos empregados. Não bastava produzir um folheto bonito; era fundamental conhecer a pulsação do empregado e propor uma ação social consistente", diz.

César mantém uma pessoa de sua equipe acompanhando todas as atividades do programa durante o ano inteiro, o que inclui participação no comitê de voluntários. "Para comunicar bem, é necessário sentir o calor do que está acontecendo. Essa proximidade é um dos motivos do sucesso da estratégia", completa. É também o que faz as pessoas terem a impressão de que o Programa Voluntários está em todo lugar. O 'Bom dia, Telefônica', informativo interno da empresa, publica notícias sobre as ações voluntárias pelo menos uma vez por semana. Durante boa parte do ano, a proteção de tela dos computadores exibe imagens do Dia dos Voluntários em toda a rede corporativa. Para Lucila, habituar o empregado a essas mensagens é um reforço importante para a motivação e o apoio ao programa. Tony concorda. Ele se lembra de Françoise em 2006, contando ao comitê que a empresa inteira estava falando sobre o Dia dos Voluntários, que tinha acabado de acontecer. Para ele, só o fato de falar

já é bom. "Esse é o nosso trabalho de formiguinha, falar, comunicar às pessoas que elas podem doar sangue, que existem carências e que existe um trabalho social feito pela própria empresa. A intenção não é só aumentar o número de participantes em uma determinada ação, mas despertar a consciência para o voluntariado e dar visibilidade às possibilidades de todas as coisas que cada um pode fazer", reflete.

Esse é o momento em que o trabalho de comunicação do Programa Voluntários também se funde ao cumprimento da missão da Fundação Telefônica, ao reforçar o princípio de estímulo à cidadania. "Faz parte do objetivo do Programa Voluntários que as pessoas passem, naturalmente, a valorizar as ações voluntárias, de cidadania, e exerçam seu papel na sociedade", define Patricia. Gabriella afirma que esses resultados já se expressam na Telefônica e que a comunicação interna tem um papel determinante nisso. "Cada vez que distribuimos um material que respeita a natureza ou valoriza os direitos das crianças, informamos sobre nossas motivações. Isso provoca reflexão e, aos poucos, pode mudar comportamentos. Já ouvimos pessoas fazendo críticas a outros brindes que receberam, que não eram úteis e tampouco reaproveitáveis", exemplifica.

Ela ainda menciona a influência que isso gera na rede de negócios da Telefônica, porque já houve quem relatou à Fundação ter acrescentado novas exigências para a contratação de serviços e fornecedores. A equipe da Sobmedida, agência de eventos que organizou o Dia dos Voluntários entre 2007 e 2009, relata ter aprendido muito nesse processo. "O mais importante é proporcionar o máximo de conforto aos voluntários, com criatividade na busca de soluções simples, com o menor custo possível, para que se possa reverter maior investimento do projeto para a comunidade beneficiada. É um raciocínio diferente, uma nova equação de custo-benefício", relata Elaine Alves, gestora da agência, junto a seus colegas.

Emanuel Neri, diretor de Comunicação Corporativa, enfatiza que o Programa Voluntários Telefônica é uma das prioridades da área, em um esforço que extrapola a divulgação da agenda. "A comunicação está comprometida para que, permanentemente, os valores e a cultura do voluntariado sejam transmitidos dentro da empresa", destaca. Além de regulares, as comunicações são variadas e envolvem a utilização de todas as ferramentas disponíveis, sejam campanhas, informativos ou outros recursos. O resultado se revela em uma adesão concreta à prática voluntária que perpassa todos os níveis hierárquicos e setores do Grupo.



Inovação, criatividade e compromisso

Nos veículos de comunicação

interna da Telefônica, as notícias sobre o Programa Voluntários têm a mesma importância que outras diretamente relacionadas ao negócio. Elas acompanham todo o cronograma de atividades do voluntariado. Isso não significa que não haja concorrência com outros temas, pois as demais áreas da empresa estão desenvolvendo seu trabalho simultaneamente. A solução encontrada foi diferenciar as abordagens. A equipe de comunicação procura observar os variados perfis e entender que tipo de peça é mais motivadora para cada grupo. Para alguns, pode ser um informativo interno, para outros, um vídeo, e assim por diante. O tipo e o volume de informação também variam de acordo com cada momento das ações, como recrutamento, acompanhamento ou prestação de contas. Isso leva a uma inovação constante nas ferramentas utilizadas. "Todo ano, nós pensamos em alguma forma nova para fazer a comunicação do programa", destaca César.

Foi assim que surgiu, em 2009, a ideia de conectar os empregados que estavam nos escritórios com os que foram à comunidade para o Dia dos Voluntários em São Paulo. Muitos dos que ficam também gostariam de ter ido, mas não o fizeram por causa de algum compromisso do negócio. Outros não

têm o perfil para estar lá, mas apoiam seus colegas dando cobertura nas tarefas da área naquele dia. Com a instalação de totens com computadores e o uso de uma ferramenta semelhante ao Twitter, os voluntários puderam enviar notícias sobre o que estava acontecendo no Lar Altair Martins e seus colegas interagiram com mensagens de motivação para o mutirão. Mais de 300 textos foram postados desde a chegada dos voluntários ao local até os dias posteriores, quando se comentavam os resultados alcançados. Nesse mesmo ano, todo o dia de atividades foi transmitido ao vivo pelo Terra TV – o canal de televisão web do Portal Terra, ampliando o acesso e a repercussão da iniciativa. Para César, as ferramentas eletrônicas devem ser cada vez mais exploradas, porque elas permitem mais interatividade com o voluntário. O programa mescla a utilização de recursos como a intranet da empresa, os informativos eletrônicos internos, o próprio site do Programa Voluntários, um blog e tem estado cada vez mais presente nas redes sociais.

Mas as inovações também podem aparecer em formatos originais. Em 2007, o Dia dos Voluntários de São Paulo foi realizado no Projeto Anchieta, que utiliza, entre suas ferramentas pedagógicas, a arte-educação. Uma das lideranças do projeto, a artista Nair Kremer, orientou o trabalho dos empregados que foram

voluntários na grafiteagem dos muros da instituição. A tarefa é uma das memórias mais marcantes de Neri no voluntariado, pela experiência que viveu e pela forma como a ação social despertou também a criatividade dos empregados. "O muro de cerca de um quilômetro de extensão, antes sujo e cinzento, se tornou uma obra, toda colorida, que chama a atenção de quem passa por ali", relembra. O resultado se transformou em uma exposição fotográfica itinerante dos grafites, instalada em alguns prédios da Telefônica e realizada com a curadoria da própria artista. O evento gerou uma nova onda de comunicação a respeito da intervenção realizada na comunidade.

Um aspecto peculiar é que, na comunicação do Programa Voluntários, a Telefônica tem a cara do empregado. A empresa deixa de lado a sua sisudez para usar bandana e camiseta colorida no desenvolvimento de uma atividade. Os empregados aparecem nos veículos de comunicação como os protagonistas das ações. Os executivos da alta direção podem ganhar evidência nas publicações, sobretudo para reforçar o exemplo e o rompimento da hierarquia presente no voluntariado. E, ainda assim, normalmente, são apresentados no conjunto com os demais participantes. Somado a isso, todos os canais de comunicação

prevêem a possibilidade de comentários e reações dos voluntários; durante todo o tempo, eles são convidados a contar suas histórias no site do programa ou em seu blog, por exemplo.

Valoriza-se muito o esforço feito pelo empregado. Para César, o resultado de cada ação é importante, mas a comunicação procura destacar o gesto de solidariedade. É o que acontece nas campanhas de arrecadação de dinheiro, por exemplo. "Quantas pessoas aderem é mais importante do que quanto se arrecada, porque isso significa que cada um está ajudando como pode", pondera. Neste sentido, a preocupação com a prestação de contas também é constante. Ele reforça que, assim como motivar o empregado a ajudar, é fundamental informar que os dez reais que ele aplicou, somados à contribuição dos colegas e à contrapartida da empresa, se transformaram em uma caminhonete para a Cruz Vermelha, como foi o caso da campanha de ajuda às vítimas das enchentes em Niterói, no Rio de Janeiro, em 2010. "Para mim, a garantia que o dinheiro será bem utilizado e a possibilidade de acompanhar e verificar os resultados das ações são algumas das grandes vantagens de doar em campanhas organizadas pela empresa", avalia Leandro Gaunszer, gerente de Estratégia e Marketing da Telefônica Internacional e voluntário.



“Pra mim, foi uma alegria, porque eu entrei aqui com dois anos. Praticamente nasci aqui dentro. No dia da reforma, nós fomos todos pra fazenda: éramos mais de 350 pessoas! Foi muito legal porque eu conheci bichos que eu nunca tinha visto na vida, aprendi coisas novas, brinquei muito. A chegada ao Projeto Anchieta foi muito emocionante. Fomos recebidos com passarela com voluntários dos dois lados. Eram mais ou menos 1.500 voluntários da Telefônica e eles trataram todos nós com muito carinho.”

Larissa dos Santos, Dia dos Voluntários – Projeto Anchieta

Outro papel estratégico da comunicação é auxiliar na uniformização e na agregação de tudo o que é feito no escopo do Programa Voluntários nas diversas cidades onde ele é aplicado. Os coordenadores dos comitês locais são unânimes em apontar o 'Bom dia, Telefônica' como seu principal canal de informação a respeito das atividades programadas. Sidney Barboza, técnico em Telecomunicações e coordenador do comitê de São José do Rio Preto, diz que esse informativo auxilia muito na mobilização dos empregados. “A informação publicada ali valoriza a iniciativa e motiva a adesão das pessoas”, afirma. Ele também reconhece que, sendo um material que circula na empresa toda, a divulgação das atividades realizadas em uma cidade pode inspirar sua multiplicação em outros lugares.

De certa maneira, foi o que aconteceu com o Dia dos Voluntários. Débora conta que as notícias que chegaram sobre o evento realizado em São Paulo foram uma das maiores fontes de motivação para a organização da ação local. Para ela, a experiência de quem já participou e a divulgação de um

empregado para o outro são as melhores ferramentas de comunicação para motivar as equipes, mas as peças prontas são também bastante úteis na articulação e na mobilização dos voluntários. Nem tudo o que é feito na capital São Paulo é produzido também para as outras cidades, por causa da proporção do número de empregados. A regra geral é que, como a gestão em cada cidade deve ser feita pelas equipes locais, as ações de comunicação sejam também conduzidas dessa maneira. Marcos Paulo explica que a coordenação do programa tem feito um esforço para incluir todas as cidades em algumas das campanhas, como foram os casos da distribuição de ecobags, na Semana do Meio Ambiente de 2008, e do cartão em papel-semente, nas edições da Semana em 2009 e 2010, mas que, por enquanto, cada comitê continuará organizando sua comunicação localmente.

Na prática, todo esse processo envolve um planejamento anual, que determina os momentos em que a comunicação deve se intensificar e outros em que ela vai funcionar como reforço

para a manutenção do tema na conversa das pessoas. Há um compromisso significativo em investimentos na comunicação do Programa Voluntários. As campanhas exclusivas custam, em média, 200 mil reais anualmente, isso sem considerar o aproveitamento de espaços em outras ferramentas de comunicação já desenvolvidas pela empresa. Todo esse esforço, hoje, tem uma finalidade diferente da que existia no começo do programa. Se antes o objetivo era apresentar a proposta, explicar as ações disponíveis e motivar a adesão, atualmente esse desafio está superado. Para César, a participação já está consolidada, os empregados se planejam naturalmente para se envolver com alguma das atividades. A comunicação atual busca dar um passo a mais, provocando as pessoas a levarem os conceitos que fundamentam o voluntariado para suas vidas cotidianas. No conjunto, a comunicação do Programa Voluntários Telefônica colabora para a consolidação da imagem interna da empresa, pois mostra ao empregado, constantemente, que ele trabalha em uma corporação que está comprometida com a transformação social, com o desenvolvimento da sociedade.



Voluntário, eu sou

A área de Comunicação Interna

participa também, com a coordenação do Programa Voluntários, da definição e formatação de mensagens para a mobilização dos empregados. A cada ano, se produz uma campanha que tem um argumento definido para permear todas as peças de divulgação. Essa linha-mestra utiliza sempre textos curtos e fotografias dos próprios voluntários, em imagens coletadas em atividades já realizadas ou em produções feitas especialmente para algum material. De modo geral, o objetivo é reforçar os conceitos fundamentais do voluntariado e manter acesa a chama da solidariedade entre os empregados.

A primeira dessas campanhas foi realizada em 2006, no momento de expansão do programa para todo o Grupo. Ela foi elaborada, em um primeiro momento, como uma medida prática para organizar a identidade visual das peças de divulgação do primeiro Dia dos Voluntários. Regina Bernardi lembra que a equipe pensava, originalmente, em uma mensagem como "sou voluntário", com a proposta de que o empregado que usasse uma camiseta, por exemplo, fizesse uma declaração pública de seu engajamento e, com isso, estimulasse a participação de seus colegas. "A expressão 'sou voluntário', para nós, deveria representar o orgulho de cada empregado em participar do

programa", conta. O slogan acabou ficando como "Voluntário, eu sou" e fez um enorme sucesso entre os empregados.

Para a produção das peças, eles foram convidados a posar para fotógrafos segurando uma plaquinha com a frase "Eu sou" e esse material se espalhou nas mais variadas formas. Regina destaca o impacto da campanha no descanso de tela dos computadores da empresa. Ali, as fotografias dos empregados se alternavam, estampando o texto: Fulano de tal, eu sou voluntário. "Eu sou, eu sou, eu sou. Olha quanta gente é voluntária! Era o que ficava na cabeça das pessoas", revive. Desde então, as campanhas foram se renovando a cada ano, com mensagens que procuram representar a evolução do próprio Programa Voluntários Telefônica.

Uma vez identificados quem eram os empregados voluntários, em 2007, a campanha buscou revelar o que caracteriza essas pessoas. O slogan escolhido foi "Mostre que você tem atitude. Seja voluntário". Uma peça, em especial, se tornou o ícone das ações de comunicação desse ano: a bandana do voluntário, que simbolizava o quanto o empregado estava seguro da opção pelo voluntariado. Para a segunda edição do Dia dos Voluntários, foi criada uma mensagem especial, que era

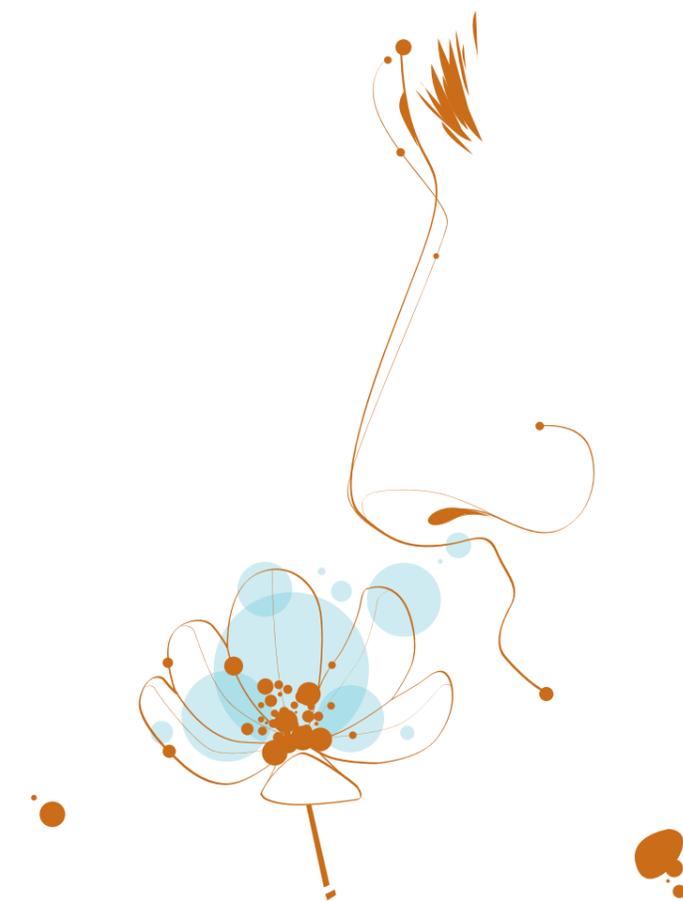
"Se você foi em 2006, vai adorar 2007". César explica que ainda havia uma preocupação se a adesão expressiva do ano anterior estava relacionada com a novidade da proposta. A comunicação garantia ao empregado que valia a pena repetir a participação e a resposta foi contundente, com um número ainda maior de voluntários inscritos na atividade.

Em 2008, a campanha convocou o empregado a ser agente de contaminação. O lema era "Contagie todos com essa iniciativa" e o objetivo era estimular que quem já havia experimentado se responsabilizasse por convencer alguém mais sobre a importância e a satisfação de fazer parte do Programa Voluntários. Em uma das inovações da campanha, 20 voluntários gravaram depoimentos em vídeo, em formato Youtube, contando suas experiências. O material foi enviado por eles mesmos aos colegas de suas áreas de trabalho, em uma ação viral, com o objetivo de gerar conversas sobre a prática do voluntariado. Ao final da campanha, todos os depoimentos foram disponibilizados em um hotsite e o material ficou acessível também a amigos e familiares, fora da empresa.

No ano seguinte, a coordenação optou por uma comunicação provocante. Uma pesquisa havia procurado conhecer as razões porque uma parte dos empregados não participava do programa. A resposta da maioria foi a falta de tempo. A equipe, então, escolheu o mote "O tempo pode ficar mais valioso se você ajudar alguém". As peças faziam comparações entre o tempo gasto em atividades como ir ao shopping ou comer pizza e convidavam o empregado a avaliar quanto desse tempo poderia ser aplicado no voluntariado. Em toda a série, essa foi a campanha que mais recebeu críticas dos empregados.

Em 2010, o Programa Voluntários se alinhou com o slogan da Telefônica para o ano. "É no desejo de fazer o bem que a gente se encontra. Melhorar sempre. Esse é o nosso desejo" foi a mensagem escolhida para comunicar que a empresa quer aperfeiçoar seus resultados igualmente no negócio e na ação cidadã. As peças acompanharam a unidade visual da campanha corporativa e mostraram, por exemplo, quebra-cabeças que reforçavam a ideia de que o todo é formado pela soma de muitos.

Futuro



“Eu vinha me sentindo muito desanimada na vida, cheguei até a ter depressão. Foi quando me incentivaram a fazer o curso de costura grátis na Sociedade Humana Despertar. Foi a realização de um sonho e, ao mesmo tempo, a cura para mim. Eu costurava algumas coisas em casa, mas todas tortas. Durante o curso, cada peça nova que eu fazia era um estímulo. Os professores e os colegas comentavam. O pessoal da organização ajudava e animava sempre. E eu comecei a pensar que, se eu sou capaz de fazer algo bonito assim, é porque eu também sou bonita. Hoje, eu reconheço a minha capacidade, me olho no espelho e me vejo alguém. Não preciso mais me esconder nas ruas, porque eu tenho valor. Meu marido e as outras pessoas também vêem essa nova pessoa em que me transformei. Tenho uma amiga que já conseguiu trabalho e está muito feliz. Eu já me inscrevi no próximo curso de modelagem e agradeço a Deus porque eu não precisei pagar nada para aprender o que eu mais queria fazer.”

Djane Amâncio da Silva, 42 anos, aluna do curso de costura da Sociedade Humana Despertar

Renovação e inovação



Voluntários
Telefônica
Brasil



“No Programa Voluntários Telefônica, a única certeza que podemos ter é que sempre haverá mudança e que isso é bom”, diz Marcos Paulo dos Reis, coordenador do programa no Brasil. Essa parece ser uma máxima da iniciativa. Coordenadores, membros dos comitês e os próprios voluntários vivem uma rotina em que cada ação pode ser melhorada a cada momento. E, para Gabriella Bighetti, gerente da Fundação, depois de cinco anos de experiência, há conhecimento e dados acumulados que permitem observar o que deu certo e o que precisa ser aperfeiçoado. A equipe considera que muitas barreiras foram vencidas: o voluntariado já é uma ação conhecida dos empregados, o orçamento é aprovado a cada ano sem a necessidade de novas articulações políticas e negociações, o comitê de voluntários está institucionalizado, a coordenação compartilhada está estabelecida, o empregado já se convenceu de que não se trata de uma ação de promoção da empresa, a alta direção do Grupo entende o programa como uma atividade estratégica. Porém, mesmo nessas conquistas e em outros tantos campos, há espaço para avanços e muito crescimento.

A conexão entre o voluntariado e o negócio é um dos temas mais frequentes quando se discute o futuro. O próprio potencial da empresa ainda é pouco explorado, tanto no que se refere ao uso dos recursos disponíveis quanto na sensibilização de toda a cadeia envolvida na operação do Grupo. Patrícia Santin, ex-coordenadora do programa, lembra as terceirizadas e seus empregados que estão a serviço da Telefônica. Gabriella menciona os fornecedores. Marcos Paulo aponta os conhecimentos técnicos das várias áreas internas de toda a empresa. E, falando do potencial de benefícios que podem ser incorporados pela Telefônica, há uma série de outros fatores que podem ser mais bem explorados. Françoise Trapenard,

diretora-executiva de Recursos Humanos, destaca o potencial empreendedor dos próprios empregados. César Rua, gerente de Comunicação Interna, pensa na contabilização da satisfação gerada pelo programa nas pesquisas de clima e na retenção de talentos. Regina Silvestre, gestora de Recursos Humanos na área de Clima e Engajamento, reflete sobre o amadurecimento dos empregados quanto a temas de cidadania. Todos esses são pontos sobre os quais a coordenação do Programa Voluntários está debruçada para desenvolver ou revisar estratégias, com a expectativa que os próprios empregados participem ainda mais do processo de evolução da iniciativa.

Sérgio Mindlin, diretor-presidente da Fundação Telefônica, aponta como uma das características mais importantes do Programa Voluntários o fato de ele ter se estruturado a partir de um diagnóstico que mostrava o que o empregado já fazia e o que ele queria fazer. Atualmente, usando outras ferramentas, a equipe gestora retoma esse método para inovar e qualificar sua atuação. “Fomos tomando mais consciência de que a evolução está diretamente relacionada com a nossa capacidade de ouvir o voluntário”, observa Marcos. A coordenação passou a estruturar mais consultas para pedir a opinião do empregado a respeito da experiência realizada, logo depois de cada atividade, e também sobre a expectativa futura, durante o planejamento das ações.

Françoise acredita que o comitê de voluntários terá um papel decisivo nesse processo de transformação do programa, algo que não necessariamente significa a substituição das práticas hoje existentes. Para ela, o olhar desse grupo pode indicar se o voluntariado corporativo da Telefônica está no patamar adequado e, se não, quais são os ajustes necessários para que se alcance esse estágio. Para Marcos Paulo, essa movimentação estratégica envolve também a revisão das próprias atribuições do comitê. Hoje, ele é muito executivo. A pergunta é se, no futuro, ele será mais consultivo e disseminador de conceito para as diversas áreas da empresa. Em todo esse conjunto, a expectativa é que a área de Recursos Humanos desempenhe um papel fundamental.

A rede formada pelo Grupo Telefônica continua sendo uma fonte de conhecimento e troca de experiências para o Programa Voluntários. A partir da criação da coordenação internacional, em 2008, mais informações passaram a ser compartilhadas por meio da produção de materiais, de contatos diretos e de reuniões entre os líderes de cada país. Esse aspecto já seria uma porta aberta para a incorporação de inovações, mas essa coordenação tem também o objetivo de ajudar as equipes nacionais a melhorar sua gestão e auxiliar na incorporação de projetos que devem ser aplicados por todos os membros. Lucila Ballarino, coordenadora internacional do Programa Voluntários, lista essas ações comuns: Escolas Amigas, Solidariedade nas Férias, Dia dos Voluntários e Concurso de Projetos.

O Brasil já desenvolve as três últimas. Na verdade, o Dia dos Voluntários começou aqui e mais tarde, em 2008, foi multiplicado em 13 países. A articulação internacional prevê que, inspirados no modelo brasileiro, todos os 19 países onde a Telefônica atua realizem seu Dia dos Voluntários simultaneamente, no primeiro final de semana de outubro. No caso do Concurso de Projetos, o desejo é que todos os empregados tenham a oportunidade de participar de uma convocatória para o apoio a iniciativas que eles já desenvolvem voluntariamente; a dúvida é se haverá chamadas internacionais ou se cada país desenvolverá seu próprio certame. O projeto Solidariedade nas Férias aportou no Brasil em 2009. Nele, já participam empregados dos 19 países onde a Telefônica opera e, em 2010, além de receber voluntários internacionais, empregados brasileiros começaram a participar do projeto em outros países. Falta ainda ao Brasil incorporar o projeto Escolas Amigas, que envolve os voluntários em atividades de intercâmbio entre escolas latino-americanas e europeias.

Além do apoio ao desenvolvimento das ações em si, a coordenação internacional também procura ajudar os países por meio da estruturação de uma política global de voluntariado corporativo que envolva a área de Recursos Humanos, da unificação do sistema de gestão dos voluntários,

para que todos estejam registrados em uma mesma base de dados, e da padronização da identidade visual da iniciativa. O objetivo é fortalecer o programa globalmente e em cada país em específico. Lucila visitou a equipe brasileira para conhecer de perto a realidade local e avalia que “o Programa Voluntários Telefônica tem, no Brasil, uma de suas melhores práticas”. Como destaque, ela aponta a integração da estratégia de comunicação do programa com as políticas de comunicação da empresa, o Dia dos Voluntários e o Concurso de Projetos. Entre os pontos de melhoria, Lucila indica a possibilidade de ampliar a variedade e a quantidade de oportunidades para a ação voluntária, gerando uma espécie de oferta perene de opções a que o empregado possa se engajar.

A equipe brasileira concorda com essa avaliação e o encaminhamento passa pela definição de um formato de voluntariado adicional ao que já é feito atualmente. Marcos Paulo explica que se trata de estimular a adesão contínua às ações voluntárias, com pessoas que se comprometam a trabalhos regulares, como ir semanalmente a uma instituição contar histórias ou prestar algum serviço mensal a uma organização. O passo envolve uma nova forma de mobilização dos empregados e também a inovação nas ofertas disponibilizadas. César lembra que as atividades organizadas pela empresa têm um limite operacional e temático, relacionado à capacidade de gestão e às bandeiras escolhidas pela Telefônica como prioritárias para seu investimento social, como é o caso dos direitos da criança e do adolescente, por exemplo. Ele pensa que uma espécie de banco de oportunidades, com informações sobre demandas variadas por trabalho voluntário em projetos e organizações, poderia ajudar neste sentido. Ali, sim, caberia uma maior variedade temática, que contemplaria os empregados que são mais sensíveis a temas como meio ambiente, pessoas idosas ou outros.

Gabriella avalia que essa seria uma ampliação interessante do que o Programa Voluntários já faz, favorecendo a conexão entre os empregados já sensibilizados e interessados em ajudar e as necessidades de organizações



parceiras. O site e algumas iniciativas esporádicas procuram estimular que os empregados conheçam as experiências de seus colegas no voluntariado, e a Telefônica também abriu suas portas para a apresentação de instituições que recrutam e capacitam voluntários. Giselle Cruz, que trabalha no Controle e Gestão do Segmento Empresas, se interessou por uma oportunidade que viu no site do programa. Era um convite para dar aulas de inglês, quinzenalmente, para adultos que se inscreveram no Projeto Escola da Família, do Governo do Estado de São Paulo. “Os alunos eram muito interessados, mas já partiam do princípio que inglês era difícil e que não conseguiriam aprender. Era uma felicidade muito grande quando eles mesmos observavam que haviam absorvido algum conhecimento e começava-se a quebrar uma barreira. Para mim, esse tipo de realização é inigualável. A oportunidade de ajudar, a alegria da conquista, o trabalho social, e sentir que a nossa participação ajuda a tornar o mundo um pouquinho melhor”, conta.

A inovação do Programa Voluntários

Telefônica também está relacionada com o estabelecimento de algumas ferramentas para medir o impacto do que já vem sendo realizado. A equipe de coordenação está segura de que se trata de uma iniciativa com muitos pontos intangíveis e subjetivos, e que não seria fácil, talvez tampouco possível, medir a mudança cultural provocada nas pessoas ou o sentimento delas com relação à empresa ou às causas propostas. Mas conhecer melhor o efeito direto das ações faz parte dos objetivos para os próximos anos. Françoise quer saber o que aconteceu com as organizações beneficiadas depois de finalizada a intervenção. “Eu sei que já evoluímos muito no sentido de fazer com que a ajuda seja mais do que uma reforma, mas me interessa saber se o que deixamos favoreceu a sustentabilidade daquelas instituições e, se sim ou se não, o que mais poderíamos fazer nesse sentido”, reflete. No ambiente interno, ainda que não haja método possível para contabilizar mudanças de postura, Gabriella acredita que seria interessante reunir as informações existentes sobre revisões de práticas do negócio que tiveram contribuição do Programa Voluntários. Pode ser a incorporação de novos critérios, mais justos e sustentáveis, para a

compra de brindes ou para a contratação de serviços para a empresa, ou a adesão mais imediata a atividades que envolvem cooperação entre equipes. Para ela, a identificação desses elementos, ainda que de forma não estatística, pode orientar estratégias futuras.

Em ambas as ponderações, o aspecto evidente é que a renovação do Programa Voluntários

Telefônica passa pelo amadurecimento das formas de atuação e da participação do empregado. Sérgio afirma que o programa já alcançou resultados significativos ao olhar para a empresa como impulsora de cidadania entre seus empregados. Ele cita o exemplo da iniciativa espontânea da Área Jurídica, que voltou ao Projeto Anchieta depois do Dia dos Voluntários em 2007, para oferecer por um dia, orientações sobre questões ligadas ao Direito para os moradores da região. Regina Silvestre tem certeza que as ações com resultado imediato, em que o voluntário dedica seu tempo e seu trabalho, estão consolidadas, mas que ainda há desafios com relação às outras. Ela comenta que ainda há barreiras para falar de temas como o apoio ao adolescente em conflito com a lei ou mesmo o trabalho infantil. Para Regina, o próximo passo está relacionado com uma aproximação maior à missão da Fundação, que é o caminho escolhido pela empresa em sua atuação social. “Eu acredito que isso pode ajudar na evolução do comportamento das pessoas”, diz.

É o que Marcos Paulo chama de

voluntário cidadão, aquele que é consciente de seus direitos, de seus deveres e se posiciona com relação ao que acontece na sociedade. Para alcançar esse patamar, a equipe gestora avalia como variar os formatos e ampliar as oportunidades de capacitação, incluindo nas atividades práticas algo mais de reflexão e oferecendo opções de aprofundamento conceitual para quem quer avançar nesse sentido. Novamente, trata-se de uma estratégia de re-conhecer, depois de cinco anos de incentivo e mobilização, os níveis de compreensão e de sensibilidade ao trabalho voluntário e à cidadania, e a partir disso, revitalizar a prática de voluntariado corporativo do Grupo Telefônica no Brasil.

Uma palavra final

“Os seres humanos não vivem apenas de justiça, mas também da gratuidade e da alegria de estarem juntos como humanos, amigos, irmãos e irmãs.”
(Leonardo Boff, no livro A Oração de São Francisco)

Depois de entrevistar dezenas de pessoas e ouvir muitas horas de histórias, comprometimento e satisfação, depois de ler centenas de documentos, depoimentos e avaliações de atividades, supostamente, eu deveria ser capaz de descrever detalhadamente o perfil dos Voluntários Telefônica. Supostamente, porque essa descrição não é tão objetiva nem tampouco é única.

Eles são diferentes e querem ver essa diferença respeitada para poder oferecer o que individualmente têm de melhor – tempo, talentos, habilidades, contatos, conhecimentos, dinheiro. Ao mesmo tempo, eles são iguais e valorizam essa igualdade como a costura que unifica os objetivos e o fermento que multiplica as forças.

Sabem e reconhecem sua capacidade de realização porque repetem vigorosamente ‘olha quanta coisa a gente já fez’, apontando a lista de benfeitorias promovidas e avanços conquistados. Ainda sim, se deixam surpreender pelo milagre da solidariedade quando descobrem talentos que não conheciam ou superam desafios que pareciam, originalmente, além de suas capacidades.

Demonstram confiança nos projetos elaborados ou selecionados pela empresa e pela Fundação Telefônica. Lançam-se neles com a certeza de que terão o suporte necessário para aplicar sua generosidade e de que os resultados serão efetivos. Neste aspecto, parecem funcionar como no sistema financeiro, porque os ganhos conquistados se transformam em mais investimentos e, quanto mais investem, mais exigem oportunidades e resultados.

Amadurecem sempre. Os principiantes no voluntariado declaram ter descoberto o efeito de ajudar – efeito para quem é ajudado e também para quem ajuda. Os veteranos em ações voluntárias afirmam ter aprendido a fazer mais e melhor. E mesmo quem não tem vocação para essa prática, percebe que também contribui ao apoiar quem se dedica a ela. No final, se vêem como um só corpo que trabalha e um só coração que pulsa pelo mesmo objetivo de ver o mundo melhor.

Alguns entrevistados falaram em contágio, contaminação. E é isso o que se percebe. Algo como um tecido em que uma tinta se espalha, encharcando até o fundo das fibras. Cada fio assume outra cor, com variadas nuances, porque nem o tecido é uniforme nem a tinta se distribui da mesma maneira. Mas essa nova cor se torna dominante e dá ao tecido renovadas aplicações.

É nessa hora que o Programa Voluntários Telefônica se converte na evidência de que vale a pena criar e perseguir utopias. Mudar o mundo pode parecer um desafio muito grande, mas o mundo é transformado cada vez que o mundo de alguém se torna melhor: um lugar onde deixar os filhos em segurança, onde comer bem e brincar, onde aprender novos conhecimentos e se capacitar, onde trabalhar e fazer a diferença.

Ana Cristina Suzina



Organizações beneficiadas por ações do Programa Voluntários Telefônica 2005-2010

Abrigo Mário de Almeida

AMIC – Associação Amiga da Criança
Associação Comunitária Jardim dos Coqueiros

AME – Associação das Mulheres pela Educação

**Associação de Apoio à Criança
e ao Adolescente Bom Pastor**

ACER – Associação de Apoio à Criança em Risco

AFAGO - Associação de Apoio à Família,
ao Grupo e à Comunidade

ASAJO - Associação dos Amigos
do Jardim Olympia

**Associação de Integração dos Deficientes
Físicos de Santa Rosa de Viterbo**

**Associação dos Ex-Alunos do
Fernão Dias Paes**

**Associação Grupo ação de Assistência,
Promoção e Integração Social – GAAPIS**

**Associação Internacional para o
Desenvolvimento – Núcleo São Paulo**

Associação Lar Missionário de Amor

Associação Renascer

Associação Santa Clara

Associação Tekoha Bio

Associação Viva e Deixe Viver

Banco de Alimentos

**Caritas Diocesana de Campo Limpo -
Unidade Santa Suzana**

Casa da Sopa

Casa de Amparo ao Idoso Parque Paraíso

Casa de Caridade Pai Benedito de Angola

**Casa de Leyla – Instituição de
Amparo à Infância**

Casa do Cristo Redentor

Casa Vó Benedita

**Centro Comunitário Nossa
Senhora do Nazaré**

**Centro de Assistência e Promoção
Social Nosso Lar**

**Centro de Convivência, Aprendizagem,
Reabilitação e Trabalho**

**Centro de Recuperação e Reabilitação
Thalita Cumi**

Centro Educacional Comunitário Tabor

Centro Espírita Nosso Lar Casas André Luiz

**Centro para Criança e Adolescente
Jardim Boa Vista**

**Conselho Municipal dos Direitos da Criança
e do Adolescente de Embu**

**Conselho Municipal dos Direitos da Criança
e do Adolescente de São Vicente**

Creche Berçário Cruzada dos Pastores de Belém

Creche Comunitária Tia Inês Maria

Creche Esperança do Amanhã

Creche Lar de Fátima

Creche Mãezinha do Céu

Creche Maria de Nazaré

Creche Ninho de Luz

Cruz Vermelha do Rio de Janeiro

Escola de Educação Maria de Nazaré

Escola Evangelho Esperança

Fraternidade Peregrino da Luz

Fundação Bezerra de Menezes

Fundação Lama Gangchen para Cultura de Paz

**Fundo Social de Solidariedade da Secretaria
Estadual de Assistência e Desenvolvimento
Social do Estado de São Paulo**

**Grupo Espírita Assistencial Maria Dolores
Grupo Espírita Manoel Bento**

Instituto Espírita Obreiros do Bem

Ilé Alákétu

Instituto de Reciclagem do Adolescente

Instituto Lygia Jardim

**IHDI – Instituto Humanização
e Desenvolvimento Integral**

Instituto Monsenhor José Benedito Antunes

Instituto Renovo

**Instituto Terra de Inclusão e Disseminação
da Visão Positiva da Deficiência**

Lar Altair Martins

Lar da Mamãe Clory

Lar e Escola Aprendizes do Evangelho

Lar Escola Jêstue Frantz

Lar Esperança

Lar Vicentino São José - Obra Unida SSPV

Larzinho Casa Jesus, Amor e Caridade

Morada da Esperança

Núcleo Assistencial Paulo e Estevão

**Obra Social Santa Clara e São Francisco
de Assis**

Poiesis

Pousada Luz Divina - Lar de Idosos

Proeco – Projeto Educacional
de Conscientização e Orientação

Proepad – Projeto Educacional
Profissionalizante do Adolescente

Programa Social Gotas de Flor com Amor

Projeto Anchieta

Projeto Gaia - Associação Brasileira
de Defesa da Mulher, da Infância e da Juventude

Projeto Medida Legal

Pró-Viver

Semear – Associação para Integração
e Apoio aos Portadores de Deficiência

Sociedade Beneficente Casa da Esperança

**Sociedade Beneficente e Cultural de Religião
Africana Chama de Duas Faces**

**Sociedade Beneficente Santa
Maria Madalena Postel**

SHD – Sociedade Humana Despertar

Sociedade Santos Mártires

Um Teto para meu País

União Espírita Francisco de Assis – UEFA

ISBN 978-85-64058-01-9



9 788564 058019

