



Setembro/Outubro 2008

atitude

Revista de Sustentabilidade da Philips América Latina



Sustentabilidade de ponta a ponta

A Philips leva suas boas práticas à rede de fornecedores

PHILIPS



▶ 6 REPORTAGEM DE CAPA

▶▶ Fornecedores sustentáveis

Programa mundial da Philips leva suas melhores práticas à rede de parceiros, como a Nilpel (foto acima)

▶▶ 10 Artigo Memória registrada Philips e Doutores da Alegria estudam história de pacientes



Atitude é uma publicação da área de Sustentabilidade da Philips América Latina. É permitida a reprodução de todo o material desta edição, agradecendo-se a citação da fonte - **JORNALISTA RESPONSÁVEL** Fernanda de Carvalho (Mtb. 17.056) **COORDENAÇÃO DE SUSTENTABILIDADE** Renata Macedo **COORDENAÇÃO EDITORIAL** Ricardo Vicalvi e Elaine Martins **COLABORAÇÃO Brasil:** Marcus Nakagawa e representantes do Comitê de Sustentabilidade **Argentina:** Maria Soledad Barrera e Maria Alejandra Grignani **Chile:** Christianne Rocha e Adriana Guajardo **México:** Félix Ramirez **North LatAm:** Arturo Echeverri **ENDEREÇO PARA CORRESPONDÊNCIA** Rua Verbo Divino, 1 400, 1º andar, CEP: 04719-002, Chácara Santo Antônio, São Paulo, SP - sustentabilidade@philips.com **ENDEREÇO NA INTERNET** www.sustentabilidade.philips.com.br **REDAÇÃO** Totum Excelência Editorial (contato@totumex.com.br) **ARTE E PRODUÇÃO** LPCVisual (lpcvisual@terra.com.br)

▶ II ENCARTE

Consumo do futuro

Veja qual é o impacto que suas decisões de compra provocam no meio ambiente



▶ 15 ÉTICA

Política de presentes

O que fazer quando receber ou precisar presentear alguém

▶▶ 20 EM AÇÃO

Parceria que transforma

Grandes empresas se unem para promover a sustentabilidade no México

▶▶ 21 EM AÇÃO

História exemplar

Cartilha infantil mostra que boas idéias fazem a diferença

▶▶ SEÇÕES

4 Mais Simples

10 Artigo

16 Voto Consciente

17 Panorama

19 Bom Exemplo

22 Funcionário Cidadão

23 Pequenas Atitudes

Entidades, associações parceiras e reconhecimentos:

Instituto ETHOS de Empresas e Responsabilidade Social



Crescimento sustentável

A América Latina vive um momento privilegiado em sua história. A ascensão econômica e a relativa estabilidade política dos países do continente criaram um ambiente positivo para os negócios. Prova disso é a decisão tomada pela cúpula global da Philips, no início de 2006, de incluir a região como área prioritária no bloco dos chamados mercados emergentes, que inclui ainda Rússia, Índia e China.

Os bons ventos que sopram na região, de fato, representam uma ótima oportunidade de crescimento para a companhia. Mas nossa tarefa é ir muito além disso. Não queremos apenas fazer mais negócios. Queremos fazer mais negócios sustentáveis, que levem em conta mais do que seus resultados financeiros. De acordo com essa ótica, o bem-estar das pessoas e a preservação do meio ambiente devem estar na linha de frente de nossas preocupações diárias.

Este número da Atitude, como sempre, traz um rico apanhado de fatos, idéias e soluções gestados e conduzidos sob essa perspectiva. São mais pro-

vas de que a sustentabilidade entrou na nossa vida para ficar.

Gostaria, ainda, de reforçar projetos nessa área que tenham total aderência aos três setores da companhia, e penso que dessa forma estaremos contribuindo ainda mais para o crescimento sustentável.

Quero, também, agradecer a Flávia Moraes, que dedicou uma parte importante dos seus 24 anos na companhia à causa da sustentabilidade, à frente do Departamento de Sustentabilidade da Philips na América Latina. O trabalho que Flávia desenvolveu nesse período serve de exemplo e inspiração para todos nós, que temos a obrigação de avançar na adoção de políticas sustentáveis.

Boa sorte à Flávia e boa leitura!

Daurio Speranzini Jr.

Vice-presidente de Cuidados com a Saúde da Philips na América Latina



Um novo tempo

Tenho o imenso orgulho de ter feito parte da Philips nos últimos 24 anos. No começo de setembro, dei início a uma nova fase de minha vida profissional, agora como consultora da área de sustentabilidade. A equipe que tive a honra e o prazer de gerenciar nos últimos anos, tenho certeza, está plenamente capacitada para aprofundar nossas conquistas e abrir novas fronteiras para a sustentabilidade na companhia. Deixei de viver o dia-a-dia da Philips, mas os laços afetivos e profissionais que me ligam à empresa e sua gente são eternos.

De minha parte, espero poder levar a outras empresas, instituições e organizações um pouco do que aprendi e ajudei a construir na Philips. A satisfação de assistir ao mundo todo despertar para a importância da sustentabilidade é ainda mais intensa do que o prazer de ter ajudado a construir e a adotar inúmeras soluções pioneiras

no decorrer desses anos na companhia.

Deixo um agradecimento especial aos funcionários que participam ou já participaram dos projetos de voluntariado da Philips, pessoas que contribuem para a cultura da cidadania e reafirmam o compromisso ético da companhia com a sociedade. Vocês estão na vanguarda de um novo tempo. Um tempo no qual, segundo o pensador Bernardo Toro, a riqueza econômica terá o mesmo valor de outros tipos de riqueza – social, política, ambiental e cultural.

Um grande abraço a todos e muito obrigada.

Flávia Moraes

Gerente-geral de Sustentabilidade da Philips na América Latina





No topo da ética corporativa

Instituto americano coloca a Philips na lista das líderes globais em sustentabilidade

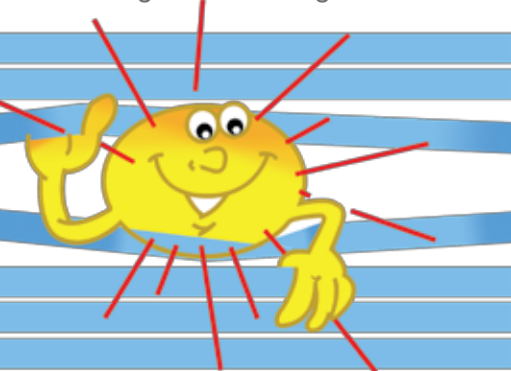
O Ethisphere Institute, dos Estados Unidos, incluiu a Philips no seu respeitado ranking de empresas mais éticas do mundo, o World's Most Ethical Companies Ranking. Renovado anualmente, ele lista as companhias consideradas líderes e inovadoras em itens como governança corporativa, política de preservação do meio ambiente, sistemas internos de controle ético e contribuição para o bem-estar da comunidade. Além disso, o instituto considera o histórico de cinco anos das empresas para formar a lista. Ou seja: só entra

nela quem tem uma estratégia de sustentabilidade consolidada e de longo prazo. Na edição de 2008, apenas 93 dos milhares de empresas inscritas foram selecionadas pelo instituto.

O reconhecimento do Ethisphere Institute é mais um dentre os diversos prêmios obtidos pela Philips na área de sustentabilidade global e regionalmente, o que confirma a seriedade do nosso compromisso com a sociedade e com o meio ambiente. Para saber mais sobre o ranking, visite o site www.ethisphere.com/wme2008/ (disponível apenas em inglês). ■

Todo dia tem a Hora da Terra

Quem entrar no edifício central da empresa de seguros Porto Seguro, em São



Paulo, entre 11h30 e 13h30, vai deparar, diariamente, com todas as luzes dos escritórios apagadas — apenas os computadores e sistemas permanecem ligados. Essa iniciativa de apagar as luzes, chamada internamente de Hora da Terra, foi implantada pela primeira vez no ano passado, como parte das comemorações do Dia da Terra, e acabou incorporada à rotina a pedido dos próprios funcionários. ■



Philips México estimula economia de energia

A Philips do México lançou, no fim de agosto, uma campanha interna de economia de energia. Os funcionários foram convidados a assinar com caneta verde um compromisso público de apoio ao esforço, que ficará exposto no hall de entrada da companhia. A campanha, chamada *GreenPlan*, convoca todos os funcionários à ação, ao oferecer prêmios-surpresa aos grupos e indivíduos que mais se mobilizarem. Os prêmios coletivos serão oferecidos às pessoas que trabalham nos andares que mais economizarem energia no prédio da Philips na Cidade do México. O grupo vencedor, por sua vez, vai apontar quem são os principais responsáveis pela mobilização. Outra ação prevista é a criação de um jornal mural, chamado *Green News*, no qual todos poderão inserir notícias relevantes sobre a questão do aquecimento global. Ainda estão programados conferências e filmes sobre o tema do meio ambiente e atividades de estímulo à reciclagem e ao plantio de mudas de árvores.

Tarde bronzeada

Por Elaine Martins

Objetivos claros e apoio das pessoas queridas. Esta foi a combinação que levou a gaúcha Fernanda Oliveira a conquistar a medalha de bronze (ao lado da carioca Isabel Swan) no iatismo classe 470 nas Olimpíadas de Pequim. A atleta visitou a sede da Philips na América Latina, em São Paulo, no início de setembro, para participar de um bate-papo com funcionárias promovido pela rede LatAm Women Network. Ao compartilhar sua trajetória até a inédita medalha olímpica feminina na vela brasileira, Fernanda mostrou que atrás de uma profissional vencedora existe um enorme trabalho de preparo – o que vale tanto para o esporte quanto para a vida corporativa, pois ambos envolvem uma rotina marcada por organização, comprometimento e disciplina.

Fernanda, hoje com 27 anos, começou na vela ainda criança. Sua primeira conquista importante foi o campeonato europeu, quando ainda era adolescente. Foi a partir daí que ela começou a se preparar para participar de sua primeira olimpíada,

Fernanda Oliveira, com mulheres da Philips: superação para trazer o bronze de Pequim



em 2000, em Sydney. Na segunda experiência olímpica (Atenas 2004), Fernanda enfrentou grandes dificuldades. Ao final da competição, decidiu deixar de ser amadora. Então recém-formada em administração, ela colocou a carreira de executiva na geladeira e fez um planejamento para sua vida de atleta. Na planilha de Fernanda, 2008 era o ano em que os grandes resultados apareceriam. Não deu outra. “Esporte, como qualquer outro trabalho em que há metas, requer muito da gente”, diz Fernanda, que agora se considera uma profissional do iatismo.

Todo planejamento possível,

porém, não evita imprevistos. Logo que chegou a Pequim, Fernanda se machucou e teve dificuldades para dormir. “Nesses momentos, procurava me lembrar dos sacrifícios que havia passado nos últimos quatro anos para conseguir forças”, afirma. Sua única vontade, quase uma obsessão, era atingir seu objetivo: ganhar uma medalha. Nesse momento, Fernanda e Isabel decidiram se entregar completamente à competição. “A certeza de ter dado tudo de si, às vezes, é ainda mais importante que a própria vitória”, diz Fernanda. O final dessa história o mundo todo conhece: medalha de bronze para a brava dupla brasileira. ■

Via de mão dupla

A relação da Philips Chile com as organizações não-governamentais (ONGs) do país ganhou um novo status. Agora, além de a companhia buscar apoio nas entidades especializadas para estruturar seus projetos sociais – como os programas de reciclagem, o concurso Philips Vida e o projeto Ilha de Páscoa –, o contrário também começou a ocorrer. A experiência pioneira aconteceu com a ONG Casa de La Paz, parceira da companhia em várias ocasiões, que

recebeu uma consultoria gratuita na área de recursos humanos prestada por nossos especialistas no setor.

“A idéia é manter um diálogo com essas instituições e ajudá-las naquilo que somos capazes”, diz Christianne Rocha, gerente de Marketing, Comunicação e Sustentabilidade da Philips chilena. Desde que contou com o auxílio da Philips, a Casa de La Paz passou a adotar práticas de remuneração e contratação consagradas no mercado corporativo, o que aumen-

tou a produtividade de seus projetos.

A Casa de La Paz completa 25 anos em 2008. A Philips vai participar das comemorações apoiando o debate sobre aquecimento global – um dos vários programados para ocorrer durante o ano. A participação da Philips se dará no campo da eficiência energética e seus efeitos benéficos para o ambiente. ■



Os fornecedores

Programa de auditoria da Philips coloca na ordem do dia o tema da sustentabilidade para seus parceiros estratégicos



Toda ação tem sua consequência. A idéia de que é muito melhor para o planeta que todos na sua casa, e não só você, tomem banhos mais rápidos e consumam menos água e energia também se aplica quando se pensa em sustentabilidade no mundo corporativo. Até há pouco tempo, ela era praticada quase que exclusivamente por um punhado de empresas de ponta. A crescente complexidade dos negócios, no entanto, provou que não basta ser sustentável internamente. É necessário, vital até, estender a sustentabilidade à cadeia de fornecedores, que constituem

um público cada vez mais estratégico. “De nada adianta uma empresa adotar internamente práticas sustentáveis, se não for acompanhada por seus fornecedores”, diz Márcio Quintino, gerente de Qualidade e Ambiental do setor de Iluminação LatAm. No caso da Philips, o peso dos fornecedores é grande: já em 2003, mais de 80% de sua base de suprimentos era fornecida por terceiros, em parcerias de longa duração, incluídas as atividades e os serviços não relacionados ao produto (NPR, da sigla em inglês), como logística e distribuição, publicidade, viagens, manutenção de fábricas e alimentação, entre outras.

entram em campo

Data daquele ano o lançamento mundial do Programa de Sustentabilidade para Fornecedores, que busca o alinhamento dos parceiros estratégicos às concepções da Philips em áreas como meio ambiente, saúde e segurança e condições de trabalho. Inicialmente, seu principal instrumento foi a Declaração de Sustentabilidade para Fornecedores, firmada pela empresa e por fornecedores com os quais negociamos mais de mil euros por ano. A Declaração foi atualizada em 2006, como resultado da adesão da Philips ao Código de Conduta da Indústria Eletrônica (EICC). Foram incluídos dois novos capítulos, referentes a sistema de gestão e ética.

Com a adesão ao EICC, subscrito por companhias do porte de HP, Sun, Xerox, IBM e Lenovo, entre outras, o Programa de Sustentabilidade para Fornecedores deu um salto de qualidade com a decisão da Philips de auditar 100% dos chamados “fornecedores de risco”, perfil definido segundo um duplo critério: vender acima de 100 mil euros anuais para a Philips e operar em um dos 14 países de uma lista formada por Bielorrússia, Brasil, China, Índia, Coreia, Malásia, México, Paquistão, Filipinas, Rússia, Taiwan, Tailândia, Ucrânia e Vietnã. “São países onde é maior a possibilidade de não-conformidade aos princípios da Declaração de Sustentabilidade em relação a economias mais maduras”, diz Marcos Montanini, chefe

de compras da fábrica de lâmpadas do setor de Iluminação, em Capuava. “Esses países também se encontram num momento de expansão industrial.”

Inicialmente executado por auditores internos da própria Philips, esse trabalho foi confiado à SGS, uma das maiores empresas de auditoria do mundo. “A auditoria externa é mais focada e especializada”, diz Nelson Endrigo, chefe de compras de Produtos de Consumo/Estilo de Vida da fábrica de Varginha. Em dois anos, foram auditados globalmente 98% desse grupo de fornecedores. Na América Latina, o número de fornecedores envolvidos chegou a 72 empresas.

O maior contingente está no Brasil, com 67 auditorias realizadas. As outras cinco foram feitas com fornecedores mexicanos. “Em média, cada auditoria demanda três dias de trabalho”, afirma Rubiana Enz Vitor, gerente da SGS e coordenadora do projeto. Esse tempo é despendido na verificação da conformidade da empresa visitada a uma lista de 83 itens. Mais da metade deles (46) relaciona-se às condições de trabalho, sendo o restante dividido entre itens referentes à saúde e segurança (21) e ambiental (16). “Checamos minuciosamente todas as atividades nessas três áreas, procurando detectar as não-conformidades que necessitam de correção”, diz Rubiana.

Por decisão da Philips, as não-conformidades foram divididas em

Tolerância zero

Itens considerados críticos na auditoria de sustentabilidade

Trabalho

- Uso de qualquer forma de trabalho forçado, incluindo consignado, prisão ou escravo
- Trabalhadores que são forçados a permanecer no emprego em razão de dívidas excessivas contraídas em consignação com a companhia
- Evidência de trabalho infantil (idade inferior a 16 anos, salvo casos de menor aprendiz)
- Rotina de sete dias por semana de trabalho sem um dia de descanso
- Tratamento duro e desumano, incluindo assédio ou abuso sexual, punição corporal, coerção mental e física, abuso verbal dos trabalhadores
- Contratos de trabalhadores encerrados por razões discriminatórias
- Demissão verificada de mulher grávida

- Demissão de trabalhadores do sindicato ou representantes dos empregados sem uma verificação de desempenho apropriada ou malfeita

Saúde e segurança

- Não-cumprimento das obrigações locais/nacionais, criando uma situação de risco à saúde
- Evidência de ameaça séria e imediata e exposição a riscos de saúde e segurança irreversíveis (maquinaria, chamas, produtos e eletricidade expostos, entre outros)

Ambiental

- Evidência de uso de substância proibida na fabricação de produtos Philips





Anderson e Michele: auditoria ajudou a Nilpel a despertar para a importância da sustentabilidade

► três grupos: as de tolerância zero, que aparecem em vermelho, as de tolerância limitada e as de menor risco. No grupo mais sensível, o de tolerância zero, figuram itens como trabalho infantil ou forçado, jornada de sete dias sem descanso semanal, demissão de trabalhadores sindicalizados, não-cumprimento da legislação de saúde e segurança e a utilização de substâncias proibidas na fabricação de produtos da Philips. “Os itens de tolerância zero são prioridade”, diz Rubiana. “Quando verificados, têm de ser comunicados imediatamente à Holanda.”

Os prazos para a correção dos problemas também são rigorosos: um mês para os itens de tolerância zero, três meses para os de tolerância limitada e nove meses para os demais. “Nosso maior problema tem sido o prazo para a correção de não-conformidades críticas, que é de apenas um mês, principalmente quando a solução depende de um alto investimento”, afirma Rosângela Souza, analista da área de Logística LatAm.

Verificadas as infrações, elas são apontadas no relatório que a SGS apresenta às áreas de compras dos setores atendidos pelo fornecedor. É discutido, então, um plano de implementação das melhorias dentro dos prazos estabelecidos. Após correção das não-conformidades (vermelhas, laranjas e amarelas), os fornecedores são necessariamente submetidos a uma nova auditoria da SGS. “Nossa função é ajudar a eliminar os problemas”, diz Endrigo. “Por isso, discutimos com os fornecedores e os ajudamos a ter acesso aos recursos necessários para saná-los.”

Adesão compartilhada

Uma auditoria como a feita pela SGS representa um aprofundamento do vínculo entre o fornecedor e a Philips. Muitas empresas parceiras já estão acostumadas a esse tipo de trabalho, por conta das certificações como as ISO 14000 e SA 8000. Mesmo assim, a utilização de critérios mais rígidos e a abrangência da auditoria trazem benefícios às companhias que se submetem a ela. “Temos a preocupação de mostrar claramente o que a Philips espera e os critérios que vamos utilizar”, afirma Ricardo Mutuzoc, gerente de Excelência do setor de Cuidados com a Saúde LatAm, que se prepara para iniciar a auditoria de um grupo de fornecedores da VMI, de Lagoa Santa (MG), adquirida pela Philips no ano passado.

Os fornecedores são esclarecidos das vantagens do trabalho. Um dos argumentos é que a sustentabilidade é um bem cada vez mais em alta no mundo dos negócios e que pode, também, favorecer a própria gestão da empresa. “Eles poderão utilizar a auditoria como uma vantagem competitiva diante da concorrência”, diz Mutuzoc. “Ao trabalharem com a Philips, os fornecedores alcançarão mais visibilidade no mercado e terão ganhos de imagem perante seus clientes”, reforça Ricardo Silva, chefe de compras da Philips.

Até agora, nenhum fornecedor da Philips na América Latina foi dispensado por se recusar a passar pela auditoria ou por não implantar a correção das não-conformidades registradas. “A receptividade dos fornecedores tem sido grande”, diz Rubiana, da SGS. “Eles estão entendendo que investir em sustentabilidade não é importante apenas para manter um cliente como a

Philips, mas sim para garantir a perenidade do negócio.” Mais do que isso: em alguns casos, os fornecedores até agradecem por terem sido submetidos à auditoria de Sustentabilidade. “Eles acabam identificando melhorias que passavam despercebidas, fazem as correções e melhoram o seu desempenho”, afirma Alfredo Bomilcar Filho, chefe de garantia da qualidade e coordenador de excelência nos negócios da fábrica de Capuava.

Efeito multiplicador

A Nilpel, de Mauá, na Grande São Paulo, responsável pelo fornecimento de 70% das embalagens das lâmpadas produzidas em Capuava, confirma as palavras de Bomilcar Filho. Por conta de um item de tolerância zero encontrado, referente a excesso de horas extras e descanso semanal dos funcionários, a empresa teve de ser submetida a uma segunda rodada de auditoria pela SGS. “As reuniões de *feedback* com a auditoria e com a Philips foram importantes para corrigirmos os problemas”, diz Michele Vasconcelos, responsável pela área de Gestão de Pessoas da Nilpel. “E também serviu para nos obrigar à adoção de providências que, por um motivo ou outro, vinham sendo adiadas.” Foi o que aconteceu, por exemplo, com o problema das horas extras. Aquisições de máquinas programadas foram aceleradas,

equipamentos remanejados e 65 novos funcionários contratados. Resultado: a empresa foi aprovada com louvor na segunda audição.

Ao mesmo tempo, outros avanços foram

ocorrendo. Praticamente inexistente, a relação com o sindicato dos trabalhadores foi construída. Hoje, a empresa mantém uma comissão de funcionários, permitiu a eleição de um representante sindical e contabiliza 150 empregados sindicalizados, de um total de 640. Graças ao foco da auditoria, a empresa despertou também para o tema da sustentabilidade. “Fizemos um curso de capacitação de Balanço Social no Instituto Ethos, para poder elaborar nosso próprio relatório”, diz Anderson da Silva Dalcin, analista da recém-criada área de Relações Institucionais e de Comunicação da Nilpel. Ele aponta o efeito multiplicador da auditoria: a Nilpel passou a incluir questões relativas à sustentabilidade nos contratos com seus próprios fornecedores. “Uma empresa não vai se manter no mercado se não incorporar a sustentabilidade ao seu cotidiano”, afirma Dalcin. “Não se pode ir na contramão dos clientes e da sociedade.” ■

**Fornecedores
podem usar
auditoria como
vantagem
competitiva**

O vínculo que faltava

Projeto leva sustentabilidade para pequenos fornecedores em Recife

Os pequenos fornecedores, sobretudo os que operam nas regiões menos desenvolvidas do país, também são alvo das ações de sustentabilidade da Philips. Para dar conta dessa tarefa, a companhia engajou-se no Projeto Vínculos, uma iniciativa da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (Unctad) e da Agência Alemã de Cooperação Técnica.

A primeira iniciativa aconteceu em Manaus, com a participação de cinco fornecedores. Atualmente, está em andamento uma versão do programa em Recife: ali, a Philips forma, com a Gerdau e a Alcoa, o trio de empresas-âncoras do Vínculos, que reúne 27 fornecedores dos setores metal-mecânico, plásticos, embalagens de madeira e transportes. “O objetivo é ampliar a relação de negócios numa região que sempre teve dificuldades para se desenvolver”, diz Lis de Oliveira, gerente de compras da Philips Eletrônicos do Nordeste (PEN). “Ao desenvolvermos empresas capacitadas, podemos substituir localmente o fornecimento de produtos e serviços que eram importados de outras regiões.”

Nesse sentido, com o apoio de entidades como Sebrae, Senac, Senai e o Instituto Euvaldo Lodi, o Vínculos montou um ambicioso programa de qualificação nas áreas ambiental, de saúde e segurança, responsabilidade social e gestão empresarial. Ao mesmo tempo, consultores enviados pelas entidades parceiras visitaram as empresas, aconselhando-as e acompanhando a implantação dos projetos de melhoria.

Segundo Valter Jakel, articulador local do Vínculos de Recife, o volume mensal de negócios gerados pelos 27 participantes com as empresas-âncoras chega a R\$ 1,5 milhão mensais. Para Jakel, a perspectiva é de que, após o encerramento do ciclo de capacitação, previsto para outubro próximo, eles ganhem musculatura para ampliar ainda mais suas receitas, fornecendo para outros clientes. “Pernambuco está recebendo um volume muito grande de investimentos”, diz Jakel. “Isso significa muitas oportunidades de crescimento para aqueles que estiverem bem preparados.” ■



Memória registrada

Philips e Doutores da Alegria vão estudar a história de vida de quem passou por internação hospitalar

Por Wellington Nogueira *

Lembro-me com orgulho da tarde em que conversava com Morgana Masetti, coordenadora de Pesquisa dos Doutores da Alegria, a respeito dos resultados da pesquisa sobre o impacto do trabalho do besteirologista no hospital. Constatamos, naquele momento, que a voz da criança hospitalizada podia ser ouvida por meio da experiência da alegria – por nós, pelos pais e pelos profissionais de saúde. E como era importante ouvir a voz dessa criança!

E foi, então, que ampliamos nosso campo de visão e nos demos conta de como era importante ouvir a voz do paciente. Uma voz que normalmente é pouco ouvida e estimulada por conta da realidade da internação e da hierarquia dos saberes científicos. O paciente, quando fala, é para dar alguma informação para o tratamento. Mas a voz que traz a experiência, as emoções, os sentimentos, essa fica normalmente restrita ao próprio paciente e a seus acompanhantes.

Quanta riqueza e quanto aprendizado existem nessas vozes e nas histórias que elas nos contam: lições de vida, reflexões, formas de fazer e ser mais eficientes e tudo o mais que se puder extrair delas. Há tanto conhecimento e experiência nessas histórias que não poderíamos restringir esse conhecimento a nós mesmos.

Assim nasceu o projeto Memórias de Pacientes. Dar acesso para que outras histórias venham, inspirem e ensinem mais pessoas a conhecer melhor o desafio do cuidar, do curar e do passar pela doença – esse se tornou nosso objetivo, marcando também um momento de amadurecimento de nosso trabalho. É a possibilidade que temos de contribuir para melhorar o universo do hospital, do paciente e da saúde.

Tarefa ousada, que não se faz sozinho, mas com o apoio dos melhores parceiros. Neste caso, contamos com o Museu da Pessoa, com sua metodologia de tratamento e registro de histórias de vida, e com a Philips, que acredita na relevância do projeto e associa sua marca a ele. Juntos, vamos unir esforços para abrir esse espaço de conhecimento voltado para o enriquecimento da experiência humana. ■

**Wellington Nogueira, o “doutor Zinho”, é fundador e coordenador-geral da ONG Doutores da Alegria, grupo de atores cuja missão é promover a experiência da alegria junto a crianças hospitalizadas, seus pais e profissionais de saúde.*

Doutor Zinho:
personagem
de Wellington
Nogueira leva
alegria aos
hospitais



O que é o projeto

Os Doutores da Alegria acabam de lançar, em parceria com a Philips, o projeto Memórias de Pacientes. O estudo, cuja primeira etapa foi concluída este ano e ouviu 14 pacientes, estimula diferentes abordagens para o tema da saúde ao registrar, divulgar e dialogar com histórias de vida de adultos que passaram pela experiência da internação. O projeto lança um olhar sobre a relação entre profissionais de saúde e pacientes, a percepção do hospital pelo paciente, as expectativas quanto ao tratamento, além de narrar experiências de superação. Nessa nova etapa, a pesquisa será ampliada com outros 20 entrevistados. Para saber mais, visite o site www.doutoresdaalegria.org.br.

Consumo do futuro



Você já deve ter ouvido falar do aquecimento global e de suas terríveis consequências. A elevação da temperatura do planeta, por conta da ação do homem, provoca sérias alterações no clima. O derretimento mais intenso de geleiras, a ocorrência mais frequente de tempestades e de períodos de seca mais prolongados são algumas das mudanças já percebidas pelo mundo afora. E muitos cientistas apostam que essas são apenas as primeiras reações da Terra ao chamado efeito estufa – provocado pela emissão de gases tóxicos, como o dióxido de carbono, na atmosfera.

Para evitar que coisas piores

aconteçam, é preciso agir rápido. Governos, empresas e indivíduos podem (e devem) dar sua contribuição para a resolução do problema. Mas o que fazer para contribuir? Um bom começo é prestar atenção em tudo o que você e sua família consomem. Mais do que isso, procure descobrir de onde as coisas vêm e para onde elas vão: que tipo de recursos naturais são utilizados na fabricação, no transporte e no descarte dos produtos e serviços que você adquire?

Com essas informações em mente, é possível descobrir se há alguma alternativa menos prejudicial ao planeta e à saúde das pessoas. Com auxílio do Instituto Akatu pelo Consumo Consciente, preparamos este encarte com

uma série de informações úteis sobre o impacto que o consumo e o uso indiscriminado de determinados produtos provocam no meio ambiente. Esperamos que, após a leitura, ao menos você saiba exatamente o que está fazendo na hora de trocar de celular ou de se desfazer daquele computador velho. As futuras gerações terão muito a lhe agradecer. ■

Para coleccionar

6

Cartilha do consumo

O que provoca o aquecimento global?

Os dois principais vilões dessa história são o consumo desenfreado dos chamados combustíveis fósseis, como a gasolina e o óleo diesel, e de energia elétrica – principalmente a gerada pela queima de carvão. Sendo assim, todos os produtos ou serviços que consumimos, por mais inofensivos que pareçam, contribuem para agravar o problema. Segundo a Agência Internacional de Energia (AIE), as compras domésticas são responsáveis por 77% das emissões globais de gás carbônico – o principal agente do efeito estufa.

Qual é a solução? Parar de consumir?

Não, até porque isso seria impossível. O que precisamos é adotar uma nova relação com o consumo, passando a levar em conta seu impacto no meio ambiente e o risco que nossas ações representam para as futuras gerações. Antes de qualquer coisa, é preciso estar bem informado sobre o rastro que cada uma de nossas decisões de consumo deixa na atmosfera. Por exemplo: prefira produtos fabricados mais próximos do local onde você vive. Quanto mais ele viaja para chegar até você, mais gases tóxicos foram emitidos para transportá-lo. Na hora de fazer compras, várias decisões desse tipo podem ser tomadas.

Como assim?

Hoje em dia é muito comum, por exemplo, que as pessoas troquem de telefone celular duas ou mais vezes por ano. A tecnologia anda depressa e é sempre bacana estar atualizado com o último modelo. Mas, antes de fazer a troca, é bom saber que no Brasil apenas 3% dos aparelhos chegam à reciclagem. A maior parte das pessoas acaba guardando em casa o celular antigo. O pior é que um em cada dez aparelhos acaba indo parar no lixo comum, o que provoca um sério problema ambiental. Cada telefone carrega mais de 500 substâncias diferentes. Entre elas estão chumbo, estanho, cádmio e mercúrio, todos metais nocivos ao meio ambiente e à saúde das pessoas. Isso sem falar nas baterias e na quantidade de energia despendida para produzir os aparelhos.



O sustentável

Mas será que meu celular é mesmo tão perigoso?

O planeta precisa de atitudes em conjunto. Afinal, como vimos na matéria de capa, nossas boas ações podem ser multiplicadas se conseguirmos envolver outras pessoas nesse círculo virtuoso. Por exemplo: no mundo todo, são 3 bilhões de pessoas que usam celular. E nem todos têm a mesma consciência ambiental e a mesma disposição que você. No fim das contas, muito desse material perigoso vai parar onde não devia. Os danos serão sentidos pelas próximas gerações.

Por que as próximas gerações serão afetadas?

A resposta é simples: porque muitas coisas que são descartadas sem controle levam décadas e até mesmo séculos para ser reabsorvidas pela natureza. Uma simples latinha de refrigerante, por exemplo, tem a vida estimada entre 200 e 500 anos, se não for reciclada. Uma embalagem do tipo longa vida vai permanecer no meio ambiente até 45 anos após ter servido como recipiente de um litro de suco ou de leite. As garrafas plásticas (PET), daquelas que a gente vê boiando no mar, duram pelo menos 100 anos. É fácil imaginar o dano ambiental que milhões e milhões de objetos descartados sem controle podem provocar, ano após ano.

O que mais posso fazer? Onde posso me informar?

Na próxima página, você verá uma série de dicas básicas para o uso de computadores e aparelhos eletrônicos preparada pelo Instituto Akatu. Mas só isso não basta. É preciso estar atento a todo momento, e não apenas na hora de usar o computador ou o celular. Busque mais informações no site do Instituto Akatu (www.akatu.org.br) e saiba como agir em outras situações. Com certeza, você nunca mais vai consumir do mesmo jeito.



Como fazer sua parte?

- Tire os aparelhos da tomada, quando não for utilizá-los por muito tempo. Televisores, por exemplo, permanecem em *stand by* quando desligados. Ou seja: continuam a consumir energia, mesmo que em pouca quantidade.
- Dê preferência a produtos feitos na sua região, quando possível. Muitas das coisas que compramos atravessam o mundo todo para chegar a nossas mãos, e toneladas de combustíveis são consumidas nesse processo.
- Em muitos casos, é possível descobrir alternativas sustentáveis para determinados objetos. Produtos artesanais feitos em comunidades carentes ou cooperativas, por exemplo, são cada vez mais fáceis de encontrar em lojas convencionais.
- Ao comprar um aparelho eletrônico, escolha o de melhor eficiência energética. Uma boa referência na hora da compra é procurar o selo Procel, que aponta o nível de consumo de cada produto e facilita a comparação. Se estiver em dúvida, procure os fabricantes para ajudar na decisão.
- Doe seus aparelhos velhos. Além de ajudar alguém, você estende a vida útil e evita que o eletrônico seja descartado enquanto ainda funciona.
- Na hora de se desfazer de algum aparelho quebrado, entre em contato com o fabricante para saber qual é a melhor forma de descartá-lo.
- Quando for imprimir alguma coisa no computador, pense bem se isso é realmente necessário. Você estará poupando energia, papel e tinta.
- Prefira garrafas de vidro retornáveis às feitas com plástico (PET).
- Pilhas e baterias recarregáveis são uma ótima opção às convencionais. Elas custam um pouco mais caro, mas duram muito mais, podem ser usadas mais vezes e, assim, produzem menos resíduos.
- E não deixe de fazer o básico: sempre apague a luz ao sair.



Presentes legais

A política para presentes ajuda a reforçar a imagem da Philips

O Compliance Officer da Philips na América Latina, Javier Lozada, explica como devem proceder os funcionários em caso de oferta de presentes por parte de terceiros. E também detalha as regras internas para a doação de produtos ou serviços.

Qual é a origem da preocupação da Philips em disciplinar a doação ou o recebimento de presentes?

O intuito da Philips é alinhar a postura ética de seus funcionários aos Princípios Gerais de Negócios (PGN). Os PGN dizem que temos de atuar com ética perante todos os públicos com os quais trabalhamos: o governo, os clientes, os empregados. Daí, criamos uma política que se aplica tanto para dar quanto para receber presentes de terceiros. A política estabelece um valor máximo de um produto ou de um serviço que poderíamos receber sem que nossa conduta ou o relacionamento com o ofertante sejam influenciados. O limite é 50 euros. No entanto, quando recusar um presente acima desse valor parecer descortês, o funcionário pode recebê-lo, mas deve encaminhá-lo ao *compliance officer* para doação.

E quanto a dar presentes a terceiros?

O critério diz que não podemos dar presentes acima de 200 euros, quando se tratar de produtos Philips. Em caso de produtos de outras marcas, o limite máximo é 100 euros.

Desde quando valem esses critérios?

Inicialmente, existiam restrições apenas para o recebimento de presentes. As normas para oferecimento de presentes foram publicadas em janeiro de 2007 e revisadas em agosto de 2008.

Pode haver situações em que o valor do presente supere esses tetos? O que fazer quando isso ocorrer?

Sim, pode haver exceções. Caso isso esteja devidamente justificado e não estiver influenciando de forma indevida a decisão do cliente ou do fornecedor, o funcionário pode oferecer um presente mais caro, desde que aprovado e registrado na base de dados *Gift Registration Tool*.

Lozada:
normas valem
para quem
dá ou recebe
presentes



Qual é o impacto dessas regras para a Philips?

Elas ajudam a criar a imagem de uma empresa ética no mercado, o que, sem dúvida, ajuda no relacionamento com os clientes, porque sabem que não podem esperar da Philips nada que não esteja de acordo com os padrões éticos. As regras também ajudam os funcionários a dormir com a consciência limpa, sabendo que estão sempre trabalhando dentro dos limites éticos.

Se um funcionário souber que um chefe ou um colega recebeu ou deu presentes acima dos limites estabelecidos, o que deve fazer?

Todo funcionário deve informar suas suspeitas diretamente ao próprio *compliance officer*, ou de forma anônima por meio de uma ligação para o One Philips Ethics Line. Tanto num caso como no outro, a pessoa está amparada por nossa política de relatos de violações, que lhe garante total confidencialidade.

A Philips vai adotar alguma postura mais proativa em relação à política de presentes?

Esse assunto está sujeito à revisão do departamento de Auditoria Interna da empresa. Além disso, o cumprimento da política de presentes é parte integral da declaração anual sobre o controle do negócio (*Statement on Business Control*), que deve ser emitida pela administração de cada unidade organizacional. ■

Vote a favor do planeta

Nas eleições municipais do Brasil, a reafirmação da Philips pelas Metas do Milênio

Mais uma vez a Philips reafirma seu compromisso com a democracia e com o exercício da cidadania. Como vem acontecendo desde o ano 2000 na América Latina, a companhia está engajada na campanha do Voto Consciente, promovendo o esclarecimento entre seus funcionários sobre a importância do voto como um instrumento de transformação. Desta vez, a campanha está associada diretamente aos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio, também conhecidos como Metas do Milênio. Subscrito por 191 países, em 2000, trata-se de um conjunto de oito macro-objetivos estabelecidos pela Organização das Nações Unidas (ONU) que resume as principais demandas sociais e ambientais do mundo, a ser atingidas até 2015. “Além da participação da sociedade, é necessário envolver os governantes e ocupantes de cargos públicos em todos os níveis para atingir esses objetivos”, diz Andrea Goldschmidt, diretora da Apopena, consultoria na área de sustentabilidade que assessoria a Philips na campanha.

Segundo Andrea, a ideia é transformar as eleições do dia 5 de outubro, nas quais serão escolhidos vereadores, prefeitos e vice-prefeitos em 5.564 municípios brasileiros, em um instrumento poderoso em favor das Metas do Milênio. “Principalmente nas médias e pequenas cidades, dada a maior proximidade dos eleitores com os candidatos, pode-se cobrar o engajamento deles com cada uma das metas”, afirma Andrea.

A campanha do Voto Consciente começou na Philips Brasil no início de setembro. Num primeiro momento, foi distribuída uma cartilha intitulada as Metas do Milênio e o Voto Cidadão, com 14 páginas. Para estimular a leitura do material, a campanha bolou um quiz com informações tiradas dela. Produtos Philips serão sorteados entre os que acertaram a todas as questões.

Foram produzidos, ainda, cartazes para cada uma das metas e com dados específicos sobre elas, distribuídos durante setembro. O cartaz referente à oitava meta (todo mundo trabalhando pelo desenvolvimento) ficou para ser distribuído após as eleições. Por uma boa razão: “Queremos alertar que a eleição não termina no dia da votação, na verdade, aí é que começa tudo”, diz Andrea. “Por isso é importante verificar se

os eleitos estão cumprindo suas promessas.”

A aprovação interna da campanha tem sido altamente positiva. Pode ser resumida pelas palavras de Débora Cavalcante, estagiária de logística do setor de Cuidados com a Saúde. “Fico satisfeita em perceber que a empresa para a qual eu trabalho está interessada, além dos resultados e metas internos, na maneira como nós encaramos o voto e o votar”, disse Débora. “É desse ato que serão originadas as sementes para um país e para um mundo melhor.” ■

As metas do milênio

- 1) Acabar com a fome e a miséria
- 2) Educação básica de qualidade para todos
- 3) Igualdade entre sexos e valorização da mulher
- 4) Reduzir a mortalidade infantil
- 5) Melhorar a saúde das gestantes
- 6) Combater a aids, a malária e outras doenças
- 7) Qualidade de vida e respeito ao meio ambiente
- 8) Todo mundo trabalhando pelo desenvolvimento



Coração de estudante

Com o projeto “Falando de Coração”, a Philips engaja alunos do Ensino Fundamental na prevenção das doenças cardiovasculares



Educação para a vida: em dois anos, projeto atendeu diretamente 2.243 alunos e 149 professores de 31 escolas públicas de São Paulo

Entre as doenças de natureza não contagiosa, as cardiovasculares são as que mais fazem vítimas nos países em desenvolvimento, como o Brasil. Por isso, as medidas de prevenção são de grande importância, uma vez que 75% das ocorrências são ocasionadas por hábitos de vida pouco saudáveis, como consumo de cigarros, sedentarismo, má alimentação e estresse, entre outros. Atento a essa ameaça, o setor de Cuidados com a Saúde da Philips, por intermédio da área de Sustentabilidade, realiza, desde 2006, o projeto Falando de Coração. Dirigido a estudantes e professores do Ensino Fundamental da rede pública de São Paulo, o projeto tem como objetivo levar informações sobre a saúde do sistema cardiovascular e incentivar a criação de mensagens de utilidade pública, no formato de vinhetas radiofônicas, sobre o tema. “O projeto está alinhado com os objetivos de nossa área de sustentabilidade em relação aos cuidados com a saúde”, diz Marcus Nakagawa, assessor de Sustentabilidade da Philips LatAm.

Entre 2006 e 2007, o Falando de Coração atendeu diretamente 2.243 alunos e 149 professores de 31 escolas públicas. Em 2008, foram incorporadas 30 novas escolas, 100 professores e 2.000 alunos. Ainda neste ano, o projeto passou a contar com o apoio da Secretaria da Educação do Estado de São Paulo, da Coordenadoria de Estudos e Normas Pedagógicas

(Cenp) e do Sistema de Atendimento Móvel de Urgência (Samu).

Segundo Nakagawa, um dos pilares do Falando de Coração é o processo de aprendizagem desenvolvido por meio do uso dos materiais pedagógicos do projeto, dotado de uma linguagem voltada aos estudantes. Essa etapa de formação, que conta também com aulas de primeiros socorros nas escolas, extensiva aos professores, é complementada por pesquisas no site do projeto, em livros didáticos e nas comunidades onde vivem os estudantes.

"Dossiê"

Outro ponto alto do projeto é o estímulo à produção de documentos e vinhetas de rádio. Uma dessas peças é o Dossiê do Coração, um relatório baseado nos resultados da pesquisa feita pelos alunos com a comunidade. As informações obtidas dão origem, ainda, à produção de vinhetas radiofônicas de utilidade pública. As 15 melhores são produzidas por um estúdio profissional. Em uma fase posterior, são escolhidas três equipes vencedoras, premiadas com produtos Philips. “O sucesso do projeto é surpreendente”, diz Nakagawa. “Além da participação dos alunos, tem sido importante a adesão entusiasmada dos professores, que recebem todo o apoio, treinamento e acompanhamento dos agentes de campo do Falando de Coração.” ■

Epilepsia sob ataque

Convênio entre a Philips, USP e Unicamp busca novos tratamentos para a doença



Daurio e o Achieva 3.0T: US\$ 500 mil investidos pela companhia no projeto

Os melhores neurocientistas do país e os mais avançados equipamentos de ressonância magnética do mundo uniram-se, em São Paulo, com o objetivo de estudar a epilepsia e melhorar a qualidade de vida das pessoas que sofrem crises convulsivas – só no Brasil, são 3 milhões de portadores da doença. Especialistas em cérebro da Universidade de São Paulo (USP) e da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) terão à disposição três aparelhos de ressonância Philips Achieva de 3 teslas (unidade que mede a potência do campo magnético) para se aprofundar no estudo da doença, cujas causas e fatores de desencadeamento permanecem um mistério para a ciência.

A Philips vai investir US\$ 500 mil no projeto, batizado de QualiVida e viabilizado graças a um convênio de quatro anos firmado entre a empresa, as universidades e a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp). “O objetivo é descobrir como funciona o cérebro de um portador de epilepsia”, diz Daurio Speranzini Júnior, vice-presidente de Cuidados com a Saúde da Philips para a América Latina. “Entre os resultados que podemos obter estão novas formas de diagnóstico e de tratamento da doença”, afirma o professor Giovanni Cerri, presidente do Conselho do Instituto de Radiologia do Hospital das Clínicas, ligado à USP.

Os aparelhos de ressonância magnética Achieva colocados à disposição do projeto são duas vezes mais potentes do que a média dos aparelhos instalados nos hospitais da América Latina. Além disso, são 60 vezes mais rápidos na obtenção de imagens do corpo, o que torna o exame mais confortável para o paciente. Eles permitem obter imagens



mais nítidas e de regiões mais profundas do cérebro. Além de servir aos pesquisadores, os aparelhos serão colocados à disposição da população nos hospitais das universidades – Hospitais das Clínicas em São Paulo e Ribeirão Preto (ambos da USP) e no Hospital da Unicamp.

O projeto QualiVida pretende também contribuir para a divulgação de informações precisas sobre a doença, que é cercada de mitos e, muitas vezes, mal compreendida, inclusive por familiares de portadores (veja quadro abaixo). “Queremos desmistificar a doença e contribuir para acabar com o preconceito que os pacientes muitas vezes sofrem”, diz Speranzini. ■

Mitos e verdades

- Ter uma convulsão não significa, necessariamente, ter epilepsia. Diversos tipos de distúrbio podem provocá-la.
- Epilepsia não é transmitida pela saliva.
- O estresse desencadeia crises, mas não causa a doença.
- Não se deve tentar segurar a língua da pessoa.
- Não há meios de interromper uma crise. Não jogue água nem bata no rosto da pessoa durante a convulsão.
- Se presenciar uma crise, o principal é manter a calma e procurar tirar de perto da pessoa objetos que possam machucá-la durante os espasmos.
- Proteja especialmente a cabeça do paciente durante uma crise e tente virar seu corpo de lado.
- No final da convulsão, informe-o do ocorrido.
- Se a crise durar mais de dez minutos, procure um médico.

O direito de ser criança

A Fundação Abrinq luta há 18 anos pela preservação da infância no Brasil

Vital Didonet (*)

Parece óbvio que a criança tem direito de ser criança. Qual a relevância, pois, de afirmar esse direito? É combater o trabalho infantil, a exploração sexual de bebês e crianças pequenas, a pressão para viver o que é próprio de fases posteriores, entre muitas outras formas de abuso e negação da infância. O desrespeito às características biológicas, psicológicas, sociais e mentais nessa fase da vida não incide apenas no corpo e na sensibilidade atuais, e sim repercute durante toda a existência do indivíduo.

O número de crianças submetidas a situações que destroem a infância é assombroso, mas não é a quantidade que alarma, e sim a gravidade sobre cada uma das crianças submetidas a essa situação. Uma das marcas históricas da Fundação Abrinq, surgida em 1990 para combater abusos à infância, está expressa em seu nome: nele está resumida a palavra brinquedo. Brincar é o modo típico de viver a infância. Com intensidade e plenitude, com o corpo e a mente, com a sensibilidade e o olhar abertos para o mundo. É o jeito de construir o pensamento, de perceber e organizar os sentimentos, de expressar as emoções, de interagir com o outro. Brincar é a maneira própria, mais eficiente e mais inteligente de se tornar inteligente, de apreender o mundo e de formar a personalidade.

Parece exagerado, mas essas afirmações têm respaldo na experiência pedagógica, na psicologia, na antropologia, na filosofia, na história, na biologia do desenvolvimento. Todas as ciências que se debruçaram sobre o brincar e o desenvolvimento humano são unânimes em afirmar que a criança que não brinca perde oportunidades insubstituíveis de desenvolvimento e é podada em sua infância.

A trajetória da Fundação Abrinq está pontuada de projetos e ações voltados à garantia do direito de ser criança. O Projeto de Brinquedotecas, por exemplo, está presente em centenas de comunidades carentes de brinquedos com espaços públicos em que as crianças podem passar algumas horas do dia se divertindo. Além de cumprir essa função, esses espaços abriram os olhos das comunidades atendidas para o direito negado e que pode ser assegurado por meio de ações tão simples como um lugar para brincar.

Já o programa Nossas Crianças tem o objetivo de garantir o atendimento educacional em creches ou pré-escolas comunitárias, filantrópicas ou confessionais. O Prêmio Criança, por seu turno, estimula entidades privadas sem fins lucrativos a melhorar a qualidade de seus projetos pedagógicos, enquanto o Programa Presidente Amigo da Criança é uma iniciativa inovadora de grande repercussão sobre as políticas públicas voltadas à criança e ao adolescente. Já na sua segunda edição, ele tem servido para organizar e dar visibilidade às ações voltadas às crianças nos diferentes setores da administração pública federal.

A Fundação Abrinq também participou com grande expressão do Movimento Fundeb pra Valer, cuja principal conquista foi assegurar o financiamento de todas as matrículas de creche das redes públicas municipais e conveniadas de todo o país. O mais recente programa lançado pela entidade, A Primeira Infância Vem Primeiro – Creche para Todas as Crianças, constitui uma arrojada iniciativa de mobilização para ampliar as oportunidades educacionais de crianças de até 3 anos de idade. Em comum, todas essas atividades têm o objetivo final de contribuir para a efetivação do direito de a criança ser criança. ■

**Vital Didonet é especialista em Educação Infantil e membro do Conselho Consultivo da Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança e do Adolescente.*



Parceria que transforma

Philips, Unilever, Coca-Cola, Wal-Mart e Natura se unem para promover a causa da sustentabilidade no México



Aliança: Paulo Simas (à esq.) com parceiros do Grupo Transforma

Integrado pelas unidades mexicanas de companhias como Philips, Unilever, Coca-Cola, Wal-Mart e Natura, foi oficialmente lançado na Cidade do México, em agosto, o Grupo Transforma, uma aliança de empresas em favor da sustentabilidade. A nova entidade pretende obter um compromisso entre organizações, sociedade e autoridades para contribuir para causas sociais no México, além de promover a conscientização sobre a situação climática e ambiental no planeta. “Apresentaremos soluções amplas que nos permitam enfrentar esses desafios, apoiem a luta pela redução do aquecimento global e promovam uma melhor utilização dos recursos naturais, economia de energia e água”, diz Paulo Simas, CEO da Philips no país e um dos principais articuladores do projeto.

Durante a cerimônia de lançamento, que contou com a presença de representantes das empresas fundadoras do Transforma e do subsecretário de Política Ambiental do governo mexicano, Fernando Tudela, foi apresentada a primeira iniciativa da nova organização. Trata-se de uma exposição itinerante infantil batizada de *La Neta del Planeta* (*A Verdade do*

Planeta, em português), a primeira do gênero na América Latina, que deverá ser vista por mais de 5 milhões de crianças.

Ocupando uma superfície de 700 metros quadrados, *A Verdade do Planeta* exibirá uma combinação de ciência, arte e recursos tecnológicos desenvolvidos para mostras interativas sobre o tema da sustentabilidade, desenvolvido em parceria com o Museu da Criança Papalote. Ela será apresentada em museus e salas especiais nas principais cidades do México a partir do primeiro semestre de 2009.

O primeiro local a receber a exposição será o Labirinto das Ciências e das Artes, um museu interativo de San Luis Potosí, cidade histórica ligada à mineração da prata. O significado do engajamento das empresas que compõem o Transforma na causa da sustentabilidade foram sintetizados por Simas na cerimônia de lançamento. “O importante é estarmos comprometidos e produzirmos juntos diversas estratégias que favoreçam a tomada de consciência sobre o papel central que as empresas possuem atualmente nos campos econômico, social e ambiental”, afirmou o CEO da Philips México. ■

Os valores do projeto

Missão

Fazer a diferença no estímulo e no fortalecimento da cultura da sustentabilidade, baseada na responsabilidade social, ambiental e econômica das empresas, desenvolvendo planos e ações comuns nos campos da saúde e da educação, orientadas pelos princípios das Metas do Milênio.

Visão

Obter um compromisso entre empresas, organizações da sociedade civil e organismos internacionais para contribuir para a sustentabilidade no México.

Objetivo

Identificar áreas comuns para desenvolver ações de Responsabilidade Social e Ambiental inovadoras, relevantes, amplas e de alto impacto em um processo de longo prazo, enquadradas em um plano estratégico e operacional. ■

Uma história exemplar

Cartilha infantil é a prova de que boas idéias e dedicação coletiva podem fazer a diferença

A cartilha infantil *O Mundo dos Bichos*, do designer Caio Martinelli, tem 16 páginas em papel reciclado com ilustrações para colorir. Seus 4 mil exemplares vão começar a ser distribuídos em 12 de outubro, Dia das Crianças, assim como outros tantos produtos lançados para comemorar a data. O que torna o livrinho especial é a forma como foi produzido e seu público-alvo: as crianças hospitalizadas que os voluntários da Philips engajados no projeto Viva e Deixe Viver visitam para contar histórias semanalmente.

A publicação da cartilha tornou-se possível graças à dedicação de um grupo de voluntários da Philips em São Paulo e à participação atenta do EcoTeam, responsável por organizar a reciclagem de materiais da empresa. Tudo começou quando os voluntários sentiram a necessidade de propor atividades adicionais às crianças visitadas nos hospitais, para aprofundar o vínculo com elas. Uma das idéias, que se provou um sucesso imediato entre as crianças, foi levar desenhos para colorir. “É gratificante quando voltamos na semana seguinte e vemos os desenhos das crianças colados nas paredes”, diz a secretária Silmara Teixeira, voluntária do Viva e Deixe Viver há dois anos.

A intensa movimentação de papéis nas mãos dos voluntários chamou a atenção do chefe de documentação da Philips e membro do EcoTeam, Dilanes Rosolen. Ele decidiu oferecer ao grupo parte da cota de papel reciclado que a Proambiente, a empresa que recolhe o material descartado do edifício, entrega à Philips como compensação. Normalmente, a cota é utilizada na produção de blocos de anotação e envelopes. Dilanes levou a idéia aos voluntários – turma que conhece bem, pois ele próprio já foi voluntário dos projetos Aprendendo com a Natureza e Doe Vida. A idéia foi apro-



vada na hora, já que, além de tornar melhor a rotina das crianças, ela tem o potencial de estimular os funcionários a prestar atenção redobrada na hora de dispensar os papéis (não custa repetir: para destinar papel à reciclagem basta colocá-lo nas caixas que ficam sob as mesas dos escritórios).

A questão do papel estava resolvida, mas faltava ainda encontrar bons desenhos. O problema é que, se o pessoal simplesmente copiasse personagens infantis consagrados,

estaria infringindo direitos autorais. É aí que entra o designer Caio Martinelli, que trabalha no jornal *Valor Econômico*, de São Paulo, e já vinha pensando em colocar seu talento a serviço do público infantil. Uma amiga fez a ponte com os voluntários e, em poucos meses, a primeira leva de desenhos estava pronta. No ano passado, foram produzidas 18 mil folhas soltas em papel reciclado com ilustrações para

colorir. Para 2008, surgiu a idéia de consolidar o trabalho de Martinelli – também voluntário, é claro – em uma cartilha. O Dia das Crianças nos hospitais paulistanos será, literalmente, mais colorido para a moçadinha que está enfrentando uma internação. ■



Valter Gonçalves da Silva, 23 anos, operador de produção da fábrica de Capuava há dois anos, é voluntário do projeto Viva e Deixe Viver desde junho de 2007.

Por que você decidiu ser voluntário do projeto Viva e Deixe Viver?

Por gratidão e amor às pessoas. Tenho prazer em contar histórias e adoro crianças. O que puder fazer para incentivá-las, eu faço.

O que mais o satisfaz como voluntário?

Saber que cada sorriso da criança faz com que ela se recupere mais rapidamente. E também poder mostrar um mundo diferente por meio das histórias que deixam sua imaginação ir longe.

Qual é a recompensa com esse trabalho?

A cada visita que faço, sinto-me diferente e



descubro que as pessoas necessitam do próximo. Sei que, se um dia estiver no lugar deles, vou ter com quem contar. Terei um amigo para os momentos difíceis. Não há recompensa maior do que essa.

O que você diria aos colegas que gostariam de ser voluntários?

Que é muito gratificante poder dar um pouco de si às pessoas, doar um pouco do seu tempo. E, se precisar, sorrir e chorar junto. O verdadeiro voluntário mais recebe do que dá. Recebe

Manuel Torres Moncayo - Comitê para a Democratização da Informática - México Atuo no CDI porque é um projeto muito interessante, por levar o conhecimento de



informática às pessoas de poucos recursos, que, sem a nossa ajuda, teriam dificuldades para ter acesso a essa disciplina básica no mundo moderno. É gratificante observar o progresso dos meus alunos: isso me dá a certeza de que estou fazendo um bom trabalho. ■



experiências, gratidão e, o melhor de tudo, o sorriso de uma criança.

Não há dinheiro no mundo que pague. Eu me orgulho de ser voluntário. ■

Karin Elise Loescher – Aprendendo Com a Natureza – São Paulo

Ser voluntária neste projeto é a oportunidade de abrir uma janela para um horizonte diferente de possibilidades para uma criança. As crianças atendidas pelo projeto têm, na maioria das vezes, pouco acesso a uma explicação mais detalhada sobre consumo consciente e eficiência energética. Fornecemos a elas atividades lúdicas e estamos à disposição para tirar suas dúvidas. É muito gratificante observar nos olhos de uma criança uma luzinha brilhando, quando ela vislumbra algo novo e que faz sentido para ela. Principalmente quando se encaixa no desejo de ser

“maior” e participar do mundo, modificar o mundo. E de uma maneira que ela consegue entender, medir e opinar. Surpreendentemente, algumas horas com as crianças trazem uma sensação de voltar a pensar novamente como elas: no que realmente é importante e simples, remontado de forma criativa. ■



APRENDENDO COM A NATUREZA



É bom ser diferente

Olá, amiguinho

Antes de começar a ler, vá para a frente de um espelho e fique um tempinho se olhando. Pronto? Pois bem: saiba que a figura que você acabou de observar é única. Não há nenhuma outra criança no mundo igual. Nem gêmeos são iguaizinhos, por mais parecidos que sejam. Cada pessoa tem uma aparência e um jeito diferente das outras. Não adianta nem procurar, porque é impossível achar duas pessoas idênticas.

Mas o fato de ser diferente de todas as outras pessoas não faz ninguém melhor ou pior. Cada ser humano, além de único, possui exatamente os mesmos direitos e tem as mesmas obrigações que todos os outros. Não importa se a pessoa

é rica ou pobre, baixa ou alta, branca ou negra, morena ou loira, mulher ou homem... É preciso ter o mesmo respeito e atenção com todos.

E também é preciso gostar de si mesmo, seja lá qual forem suas características físicas ou sua personalidade. Se você não estiver feliz com alguma coisa, não vá ficar chateado. Converse com seu pai, com sua mãe ou com alguma pessoa em quem você confie. Eles vão te explicar direitinho aquilo que você já sabe: que é bom ser diferente.

Um abraço do amigo
Philipinho





Agora que você já sabe como é importante respeitar as diferenças, que tal fazer um desenho sobre isso? Use a imaginação para retratar você e seus coleguinhos. Da mesma forma que você fez no espelho, observe seus amiguinhos por alguns minutos antes de desenhá-los. Você vai perceber que eles, assim como você, são únicos.

Capriche.

Beijos e abraços a todos,
Philipinho.

Large dashed rectangular box for drawing.

Você pode mandar via correio ou, se o seu pai/mãe trabalham na Philips, pode enviar por malote até 15 de novembro.

Nome:Idade:

Endereço:

Cidade/Estado:CEP:

Nome do pai/mãe:Unidade ou empresa:

Envie para:
Philips – Departamento de Sustentabilidade
A/C Renata Macedo
Rua Verbo Divino, 1400 – 1º andar
Chácara Santo Antônio
04719-002 São Paulo (SP)

PHILIPS