

Scris de Laura Sgarçitu
Duminica, 01 Mai 2011 18:50



Din cele mai vechi timpuri până în pragul societății pre-industriale și chiar astăzi în multe țări ale lumii a treia, ajutorarea reciprocă a oamenilor a fost esențială pentru supraviețuirea comunităților. Probabil în secolul '19, odată cu industrializarea și introducerea banilor ca modalitate de schimb, ca urmare a dezvoltării marilor aglomerări urbane care au sporit anonimatul, valori ca solidaritatea și întraajutorarea au pălit.

Arthur Gillette, fost director al diviziei de tineret a UNESCO și ex Secretar General al Comitetului pentru Voluntariat Internațional, povestește într-un material despre resuscitarea acestor valori în vara de după primul război mondial când, ca antidot la oroarea ce tocmai se încheiase, un grup de voluntari austrieci, englezi, francezi, germani și elvețieni (mulți foști soldați în armate inamice), au reconstruit împreună un sat de lângă Verdun, distrus în totalitate în timpul luptei care a costat mai mult de un milion de vieți.

Aceasta a fost, afirmă Gillete, prima tabără de voluntariat internațional din care a început mișcarea modernă de voluntariat. Această organizație, încă activă, este cunoscută sub numele ei francez, Service Civil International. După modelul S.C.I. s-au dezvoltat organizații similare care au luat avânt în anii '20 și '30 și care erau văzute mai degrabă ca prilejuri de împrietenire a tinerilor din diverse țări europene. A fost util în timpul crizei economice din 1929, ca o modalitate de a oferi celor fără serviciu ceva util de făcut în schimbul unei mese calde și a unui pat.

În 1934, S.C.I. a trimis patru voluntari europeni în India, o echipă care a fost precursora Programului Britanic de Voluntariat, Peace Corp-ul american și a altor programe, precursoare, la rândul lor, a Programului de Voluntariat al Națiunilor Unite.

Profilul voluntarului s-a modificat considerabil de-a lungul timpului. La început recrutarea acestuia se făcea în locul în care trăia, pentru o activitate care se desfășura, de regulă, tot acolo. Predomina, demografic vorbind, femeia în vârstă, fără serviciu care lucra în organizația respectivă timp îndelungat, uneori până la vârsta pensiei când se retrăgea primind ca recunoaștere binecunoscutul ceas de aur și petrecerea aferentă. Pregătirea acestui voluntar se făcea de către personalul angajat al organizației specific pe sarcina de îndeplinit, timpul acordat de acesta era în timpul orelor normale de lucru, cu ore fixe. Aprecia că munca plătită vs voluntariat poate eroda standardele etice (Zappala, 2001).

Același autor arată că astăzi recrutarea voluntarului se poate face atât din comunitate cât și din corporație, acesta activează în mai multe locuri și chiar virtual, profilul lui demografic e adultul tânăr, angajat care câștigă bine dar are puțin timp, care se implică în diverse proiecte, nu e necesar să rămână în organizație și nu dezvoltă un atașament special față de aceasta. El își face singur programul și e, de cele mai multe ori, cel care pregătește organizația. Recunoașterea de care are nevoie e dezvoltarea brandului personal, marketingul propriei persoane. În privința voluntariatului vs munca plătită e de părere că voluntarul poate fi mai instruit decât personalul plătit.

Scris de Laura Sgarcitu
Duminica, 01 Mai 2011 18:50

Zappala numește primul profil “voluntariat caritabil”, cel de-al doilea fiind, “antreprenoriat social”.

Astăzi dificultatea nu constă în a găsi voluntari ci în a identifica voluntarii potriviți organizațiilor non-profit tot mai “corporatiste”, care au nevoie de persoane care știu să folosească computerul, să scrie rapoarte, să acceseze fonduri etc.

Voluntariatul a început să devină și la noi o practică, tinerilor fiindu-le utilă dovada acestui tip de implicare socială în găsirea unei slujbe.

La rândul lor, companiile susțin activitatea de voluntariat a angajaților pentru a-i motiva și pentru a stabili o legătură mai strânsă cu comunitatea în care activează.

Prin activități de voluntariat angajații pot dezvolta noi abilități cum ar fi asumarea riscului, gestionarea resurselor, managementul timpului, devin mai atașați de companie și de valorile acesteia și pot interacționa mai direct unii cu alții de pe diverse nivele ierarhice sau din diverse departamente, ceea ce face ca activitatea de voluntariat să îndeplinească și rolul de team-building.

Implicarea în comunitate a angajaților, văzuți ca ambasadori ai organizației, sporește reputația companiei, întărește legătura dintre comunitate și companie și constituie o atracție pentru potențialii angajați.

O cercetare realizată de MORI în 2003 arată că 60% din angajații antrenați în voluntariatul corporatist gândesc mai pozitiv despre angajator, iar o cercetare Points of Light/LGB Associates- 2000 arată că 94% din companiile chestionate consideră că voluntariatul sporește spiritul moral al angajaților.

În condițiile îmbătrânirii populației, voluntariatul în rândul corporațiilor devine tot mai important. Ca orice lucru, implicarea în activități voluntare are nevoie de exercițiu, iar practicarea lui în rândul companiilor azi ar putea asigura peste câteva decenii o masă de voluntari la pensie încă în putere, cu venituri mulțumitoare, cu pregătire superioară, care să asiste cealaltă parte a vârstnicilor cu care, conform previziunilor, în 2050, vor alcătui o treime din populația României.

Laura Sgârcitu, Specialist Relații Publice-Programe Comunitare Coca-Cola HBC România, este absolventă a Facultății de Chimie Industrială Gh. Asachi din Iași și a Academiei Internaționale pentru Studiul Religiiilor, București. Lucrează pentru Coca-Cola HBC România din 2003, ocupându-se succesiv de comunicare internă, relații cu mass-media, relații cu autorități, iar din 2007 de programe destinate comunității.