

segmentos

A filantropia e o investimento social no Brasil podem ser compreendidos pela atuação de cinco segmentos, compostos por perfis de atores e modos de praticar filantropia e investimento social com características próprias e que, portanto, encontram-se em estágios diferentes de desenvolvimento e têm desafios e prioridades específicos:

- _ promoção da cultura de doação – na sociedade como um todo, incluindo todos os indivíduos e somando e valorizando todas as possibilidades de contribuição;
- _ investimento social familiar – famílias de alta renda que escolhem estruturar a sua contribuição filantrópica, investimento social e ação cidadã por meio de um instituto ou fundação, ainda que não de forma restrita;
- _ investimento social independente – conjunto de organizações com governança independente, não vinculada a uma família ou empresa específica e com fontes/ arquiteturas de mobilização de recursos variadas;
- _ investimento social empresarial – empresas com atuação filantrópica estruturada, compondo a agenda de sustentabilidade, responsabilidade social corporativa e/ou em diálogo com os indicadores ESG, que tem sido cada vez mais presente e importante;
- _ investimento e negócios de impacto – cooperação com todas as possibilidades que permitem que a filantropia possa potencializar esse ecossistema e promover sua ampliação e consolidação.

A seguir, explora-se os temas e prioridades desses cinco segmentos de atuação nos próximos anos.

cultura de doação

Poucos aspectos da sociedade podem ter sido afetados positivamente pela pandemia. Se isso ocorreu, talvez a cultura de doação seja um destaque. A pandemia iluminou a grande capacidade da ação cidadã e da sociedade civil, responsável, talvez, pela maior mobilização de doações da história do país, acompanhada pelo Monitor de Doações Covid-19, iniciativa da ABCR.

Doação virou manchete na mídia, quadro de destaque nos jornais televisivos, tema de conversa entre amigos e familiares. A pandemia contribuiu para acelerar a qualificação da relação da sociedade com a doação.

Em meio a tudo isso, em agosto de 2020, na semana de abertura do Congresso GIFE, o Movimento por um Cultura de Doação lançou o documento de diretrizes "Por um Brasil + doador, sempre" que, construído coletivamente, pauta as direções e prioridades que precisam ser ampliadas e fortalecidas da cultura de doação no Brasil, incluindo estratégias e atores que precisam estar envolvidos.

DADOS DE CONTEXTO



OS MAIS POBRES DOARAM QUATRO VEZES MAIS QUE OS MAIS RICOS

DE ACORDO COM O CAF BRASIL GIVING REPORT 2019, OS MAIS POBRES DOARAM PROPORCIONALMENTE QUATRO VEZES MAIS QUE OS MAIS RICOS (1,2% CONTRA 0,3% DOS RECURSOS).

QUASE A METADE DOS BRASILEIROS DOARAM AO REDOR DE 13 BILHÕES DE REAIS EM 2015, 0,23% DO PIB (VERSUS 1,5% NOS EUA), SEGUNDO A PESQUISA DOAÇÃO BRASIL. A MÉDIA ANUAL DE DOAÇÃO PER CAPITA FOI DE 200 REAIS, SENDO SAÚDE, CRIANÇA E COMBATE À POBREZA AS CAUSAS PREFERIDAS. AS PRINCIPAIS BARREIRAS PARA A PRÁTICA DA DOAÇÃO NO PAÍS RESIDIAM EM QUE (1) AS PESSOAS NÃO ENTENDEM O QUE FAZEM AS ONG E NÃO CONFIAM NELAS; (2) AS PESSOAS NÃO TÊM NOÇÃO DE CAUSA NEM DO PODER TRANSFORMADOR DA DOAÇÃO; (3) AS PESSOAS ACHAM QUE QUEM DOA NÃO DEVE FALAR SOBRE ISSO.



DOS RESPONDENTES DO CENSO GIFE FORAM CLASSIFICADOS COMO ESSENCIALMENTE FINANCIADORES DE TERCEIROS

APENAS 23% DOS RESPONDENTES DO CENSO GIFE 2018 FORAM CLASSIFICADOS COMO ESSENCIALMENTE FINANCIADORES DE TERCEIROS. ISSO SIGNIFICA QUE ESSAS 30 ORGANIZAÇÕES DOARAM MAIS DE 90% DOS SEUS RECURSOS DIRIGIDOS PARA AÇÃO FINALÍSTICA, EXCLUINDO CUSTOS ADMINISTRATIVOS, PARA FINANCIAR PROJETOS DE TERCEIROS.

ENTRE 2016 E 2018, **O VOLUME DE RECURSOS INVESTIDOS VIA ESTRATÉGIAS DE GRANTMAKING DOBROU**, PASSANDO DE 595 MILHÕES PARA 1,1 BILHÃO DE REAIS.

O VOLUME DE RECURSOS INVESTIDOS EM GRANTMAKING **DOBROU**

TEMAS E PRIORIDADES PARA OS PRÓXIMOS ANOS

- A ampliação da confiança, educação e colaboração promovem o avanço e a construção da doação como traço cultural, como ato de transformação e movimento cidadão, desenvolvendo um comportamento doador não vinculado somente a crises, problemas e situações de emergência.
- A importância do terceiro setor e o papel da sociedade civil organizada devem continuar em pauta, porque ainda existe muito desconhecimento e falta de compreensão do que é o tecido social brasileiro, qual o papel das OSC e sua importância nos territórios. Nesse sentido, organizações de filantropia e investimento social têm um papel fundamental.
- A ampliação das doações precisa dar conta, simultaneamente, da emergência e da regeneração do sistema que produz desigualdades extremas e destruição ambiental, trabalhando na raiz das questões estruturais e articulando o ecossistema da cultura de doação para atuar em rede.
- Fomento de maior articulação e ação conjunta por parte de institutos, fundações, empresas e OSC, ao redor de iniciativas bem-sucedidas já existentes e iniciativas de filantropia colaborativa, com arquiteturas de captação que permitam mobilizar recursos de fontes variadas para uma agenda comum.
- O apoio às organizações e iniciativas de infraestrutura do campo da doação no Brasil tem sido um aspecto fundamental para fortalecer o ecossistema e precisa ser ampliado.
- As OSC precisam ser fortalecidas, no sentido de legitimar sua atuação em contraponto à imposição de modelos mentais pré-estabelecidos. Significa ampliar o seu espaço de atuação. Diz respeito ao que cada organização precisa.
- Investimento em projetos de desenvolvimento organizacional das OSC, buscando seu fortalecimento institucional e a ampliação de seu impacto, podem ser concretizados com a doação de 10% a 20% dos recursos financeiros aportados às OSC para aplicação livre em despesas operacionais e desenvolvimento institucional.
- O incentivo à prática de doação recorrente é uma forma de impulsionar mudanças sistêmicas e efetivamente transformadoras. Dar a oportunidade de experimentar o ato de doar para mais pessoas promove a empatia, o sentido e a experiência de pertencimento comunitário.

R\$ 511,3
MILHÕES
**FORAM REPASSADOS
PARA OSC**

DOS 1,1 BILHÕES DE REAIS REPASSADOS PARA TERCEIROS POR INSTITUTOS, FUNDAÇÕES E EMPRESAS, **511,3 MILHÕES (45%) FORAM REPASSADOS PARA OSC**, SEGUNDO O CENSO GIFE 2018.

**PARA ESCOLHER
QUE OSC APOIAR,
DESTACARAM-SE
CRITÉRIOS COMO:**

- **CONFIABILIDADE**
- **TRANSPARÊNCIA**
- **EXPERTISE**

AINDA COM BASE NOS DADOS DO CENSO GIFE 2018, **PARA ESCOLHER QUE OSC APOIAR, DESTACARAM-SE CRITÉRIOS COMO CONFIABILIDADE, TRANSPARÊNCIA E EXPERTISE** EM SUA ÁREA DE ATUAÇÃO, ENQUANTO A AVALIAÇÃO E A MENSURAÇÃO DO IMPACTO DAS INICIATIVAS E A FRAGILIDADE NA GESTÃO DAS OSC FORAM VISTOS COMO PONTOS DE DIFICULDADE.

7 bilhões
em doações

EM POUCO MAIS DE UM ANO, DESDE O INÍCIO DA CRISE PROVOCADA PELA PANDEMIA, O MONITOR DE DOAÇÕES COVID-19 CONTABILIZOU QUASE **7 BILHÕES DE REAIS DOADOS PARA A RESPOSTA EMERGENCIAL**.

- A qualificação de executivos para o investimento social empresarial estratégico e a promoção da cultura de doação no ambiente das empresas podem se tornar exemplos inspiradores para outros. A cultura de doação incentivada pode combinar a doação da empresa e da pessoa física.
- A doação precisa ser valorizada em todos os espaços. Contar mais histórias de doação, tendo o doador como protagonista e depoente, pode ser uma ferramenta poderosa para gerar engajamento. Personagens que possam falar da sua experiência pessoal ao doar podem gerar empatia e conquistar novos doadores.
- A cobertura positiva do trabalho das OSC e de todo o ecossistema impulsionado pelas doações no país pode ser incentivada pela qualificação de profissionais da mídia.
- Um ambiente favorável à doação, com campanhas que conscientizem sobre os incentivos fiscais existentes, cria novas alternativas e novos modelos jurídicos que reflitam as necessidades de inovações.
- Plataformas de informação isentas e com dados confiáveis sobre o campo da doação fomentam a transparência no terceiro setor. A promoção da interlocução entre mecanismos de controle social com novas tecnologias e meios de comunicação assegura a confiabilidade da informação e o acesso dos mais diversos públicos de doadores.
- Esforços permanentes para ampliar a diversidade do ecossistema devem ser feitos, valorizando e estimulando a participação de pessoas de diferentes movimentos sociais – por exemplo, o movimento negro e LGBTQIA+ –, de diferentes regiões do país e de diferentes visões de mundo, em todos os diálogos ou processos decisórios.

PARA SABER MAIS

- ABCR – Associação Brasileira de Captadores de Recursos. Monitor das doações.
- CAF – Charities Aid Foundation. Brasil giving report 2019. 2019.
 - GIFE. Censo GIFE 2018. 2019.
 - GIFE. GrantLab. s.d.
- GIFE. Além da emergência: por um Brasil mais doador, sempre. 11º congresso GIFE: mesa. 2020.
- GIFE. Seleção do movimento por uma cultura de doação. s.d.
- IDIS – Instituto pelo Desenvolvimento do Investimento Social. Pesquisa doação Brasil. 2015.
- INSTITUTO MOL. 3º Seminário Doar: o ano da doação. 23 dez. 2020.
 - INSTITUTO MOL. Aqui se faz aqui se doa. Podcasts.
 - MOVIMENTO POR UMA CULTURA DE DOAÇÃO. Documento de diretrizes. s.d.
- MOVIMENTO POR UMA CULTURA DE DOAÇÃO. Página inicial. s.d.



CLIQUE NO
CONTEÚDO PARA
SABER MAIS