

The logo features a large teal circle on a dark blue background with a white dot pattern. An orange shape is visible in the top-left corner. The text is centered within the teal circle.

PESQUISA
DOAÇÃO
BRASIL
2020



PESQUISA
DOAÇÃO
BRASIL
2020

FICHA TÉCNICA

Diretora Presidente

Paula Fabiani

Equipe de Comunicação

Luisa Lima

Alexandre Gonçalves

Gabriela Maria Marques

Revisão:

Ana Paula Drumond Guerra

Coordenação Geral da Pesquisa

Andréa Wolffenbüttel

Consultora Técnica

Renata Bourroul

Projeto Gráfico

Tati Valiengo

Tiago Solha

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)**

Pesquisa doação Brasil 2020 / [IDIS - Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social] ; coordenação Andréa Wolffenbüttel. -- São Paulo : IDIS - Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social, 2021.

ISBN 978-85-60904-20-4

1. Brasil - Aspectos sociais 2. COVID-19 - Pandemia 3. Doação 4. Investimento social I. Social, IDIS - Instituto para o Desenvolvimento do Investimento. II. Wolffenbüttel, Andréa. III. Título.

31-80895

CDD-361.25

Índices para catálogo sistemático:

1. Investimento social : Doações : Bem-estar social 361.25

IDIS – Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social

Rua Paes Leme, 524, cj. 161 – Pinheiros – 05424-904 – São Paulo-SP Fone: 11 3037-8227

comunicacao@idis.org.br

Idis.org.br



É permitido o compartilhamento e adaptação do material desde que atribuído crédito

A **PESQUISA DOAÇÃO BRASIL 2020** é uma iniciativa coordenada pelo **IDIS** - Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social, e realizada pela Ipsos. Contou também com a participação de profissionais e ativistas da Cultura de Doação no Brasil.

Este é o mais abrangente estudo sobre os hábitos de doação dos indivíduos no Brasil e a expectativa é que seja repetido a cada cinco anos, para acompanhar a evolução da cultura de doação no País.

Esta publicação traz resultados selecionados da **PESQUISA DOAÇÃO BRASIL 2020**. Mais informações sobre a metodologia, outros dados e recortes podem ser encontrados em www.idis.org.br/pesquisa-doacaobrasil. A primeira edição, que refletiu os dados de 2015, está disponível em www.idis.org.br/publicacoesidis/pesquisa-doacao-brasil/

COORDENAÇÃO • • • • • REALIZAÇÃO • • • • •



APOIADORES • • • • •





ÍNDICE

INTRODUÇÃO	7
AGRADECIMENTOS	10
OBJETIVOS	11
METODOLOGIA	12
O QUE OS NÚMEROS REVELAM (por Renata Bourroul)	14
RESULTADOS SELECIONADOS	31
Quantos brasileiros doaram em 2020	32
Perfil do doador institucional de dinheiro	34
Características das doações em dinheiro	51
Meios de pagamento	59
Doações e pandemia	64
Perfil do não doador	70
Como pensam os brasileiros	78
Doação de bens e voluntariado	87
ANÁLISE DA PESQUISA DOAÇÃO BRASIL 2020 POR UM ESTUDIOSO DA FILANTROPIA (por Marcos Kisil)	92
ANÁLISE DA PESQUISA DOAÇÃO BRASIL 2020 POR ATIVISTAS DA CULTURA DE DOAÇÃO (por Joana Mortari e João Paulo Vergueiro)	99



A SOLIDARIEDADE NOS TEMPOS DA PANDEMIA

É com muita alegria, e uma pontinha de orgulho, que nós, do IDIS, apresentamos os resultados da segunda Pesquisa Doação Brasil, o mais amplo estudo sobre a doação individual no País.

Antes de seguir, queremos compartilhar esses sentimentos com os apoiadores desta edição, pela confiança que depositaram no IDIS e em sua equipe. Nossos profundos agradecimentos ao Banco Interamericano de Desenvolvimento BID, Fundação José Luiz Egydio Setúbal, Fundação Tide Setúbal, Instituto ACP, Instituto Galo da Manhã, Instituto Mol, Instituto Unibanco, Itaú Social, Luis Stuhlberger, Mercado Pago e Santander. Não podemos deixar de mencionar também a generosidade dos inúmeros profissionais e ativistas da Cultura de Doação no Brasil, que contribuíram para desenharmos uma pesquisa adaptada aos novos tempos.

Esta edição da Pesquisa, realizada pela Ipsos, foi especialmente trabalhosa porque nos trouxe o desafio de decifrar o pensamento e o comportamento dos brasileiros em um ano particularmente difícil. Um momento no qual nos vimos diante de um problema de dimensões globais causado pelo Coronavírus, contra o qual não sabíamos como reagir. Foi nesse dramático contexto que a sociedade civil se mostrou capaz de assumir um papel relevante no combate aos efeitos da pandemia. E milhões de doadores se mobilizaram para viabilizar as iniciativas que surgiram por todo lado.

É precisamente o que sentem e como agem esses milhões de doadores que a Pesquisa Doação Brasil se propõe a esclarecer. Entender o que motivou essas pessoas, por que decidiram doar, como escolheram os beneficiários e qual a satisfação delas com a doação. E também descobrir, junto àqueles que não doam, por que adotam essa postura e o que os faria mudar de ideia.

A Pesquisa Doação Brasil 2020 mostra claramente a dura realidade enfrentada pelos brasileiros. As dificuldades tra-

zidas por anos de crise socioeconômica e acentuadas pela pandemia se converteram em queda das doações de todos os tipos: dinheiro, bens e trabalho voluntário. O percentual de doadores para organizações e iniciativas socioambientais encolheu de 46% da população - quase a metade -, em 2015, para 37%, - um pouco mais de um terço -, em 2020. A redução se deu majoritariamente entre as classes menos favorecidas, que se viram transformadas de doadores em 2015, para dependentes de doações, em 2020.

A contrapartida é que as camadas de mais alto poder aquisitivo responderam doando. Ainda mais do que costumavam fazer em 2015. Entre aqueles com renda familiar acima de 6 salários mínimos, o percentual de doadores para organizações e iniciativas socioambientais chegou a quase 60%, indicando que essa faixa da população se sente cada vez mais envolvida e corresponsável pela solução dos problemas do País.

O avanço demonstra que as diversas campanhas realizadas em prol da cultura de doação conseguiram sensibilizar os que têm mais condições de contribuir. Trata-se de um bom sinal para aqueles que, como o IDIS, se dedicam ao fomento da filantropia e da cultura de doação.

Conduzimos dezenas de projetos, nos últimos cinco anos, orientando doadores - indivíduos, famílias e empresas - e colaborando com organizações da sociedade civil (OSCs). Defendemos a regulamentação dos fundos patrimoniais, disseminamos a avaliação de impacto, fortalecemos a filantropia comunitária e criamos um premiado fundo emergencial para apoio ao sistema público de saúde. Também lançamos o Descubra sua Causa, teste que conecta pessoas e organizações e traz caminhos claros para engajamento, seja por meio de doações ou voluntariado.

A Pesquisa Doação Brasil 2020 mostra que essas atividades, somadas às de tantos outros protagonistas do campo

da cultura de doação, semearam conceitos que estão gerando frutos. A mudança de postura das classes mais altas não é consequência apenas da situação emergencial da pandemia, mas reflete a valorização e confiança no trabalho realizado pelas OSCs. A relevância dessas organizações é reconhecida por 74% da população, que as vê como necessárias para ajudar a solucionar os problemas sociais e ambientais, e 60% dos brasileiros concordam que as OSCs realizam um trabalho competente, números superiores aos encontrados na edição anterior.

Outro ponto de destaque é a redução no percentual de brasileiros que acham que ‘as pessoas não devem falar que fazem doação’. Esse número era 84% em 2015 e diminuiu para 69% em 2020. Ainda temos um longo caminho a percorrer, mas percebemos essa tendência como positiva para que a prática da doação seja adotada e discutida amplamente na nossa sociedade. Também são boas notícias o crescimento da quantidade de brasileiros que doa para dar exemplo aos seus filhos, parentes e amigos - esse número foi de 47% em 2015 e subiu para 72% em 2020 - e a afirmação de 83% dos brasileiros de que ‘tem certeza que a doação faz diferença’. Mesmo entre os que não doam, essa convicção está presente: três quartos deles aprovam a afirmação. Que todos enxerguem seu potencial de influenciar positivamente pessoas de seu entorno a doarem!

Os dados reforçam uma conclusão trazida pela etapa qualitativa da pesquisa, durante a qual conversas com grupos focais mostraram um conceito emergindo com grande pujança entre os brasileiros, a ‘empatia’. Ainda que na etapa quantitativa o conceito ‘solidariedade’ tenha conquistado maior nível de percepção positiva, a noção de ‘empatia’ está chegando com vigor e tem grandes chances de ser campeã na próxima edição da pesquisa.

Apesar de serem conceitos próximos, a solidariedade está mais associada à disposição para ajudar, enquanto a em-

patia está relacionada com a capacidade de se identificar com o outro. A empatia é mais profunda. É algo que brota de dentro e nos faz sentir como se estivéssemos no lugar do outro. A empatia é quase uma vivência.

É o aumento da empatia que nos permite traçar uma perspectiva muito otimista para a cultura de doação no Brasil. Temos convicção de que a redução da doação é um fato circunstancial e, assim que a crise econômica e social for superada, veremos uma sociedade muito mais empenhada em solucionar seus problemas de forma proativa e coletiva, reconhecendo o papel da doação nesse processo.

Nesta publicação e no site da pesquisa compartilhamos as informações coletadas junto aos mais de dois mil entrevistados. Você está convidado a conhecer o estudo. Estamos seguros de que por meio de dados fortalecemos a cultura de doação no Brasil. E que com estes dados nossas OSCs poderão traçar estratégias para estreitar ainda mais o relacionamento com seus doadores e atrair novos. Precisamos de todos e todas para consolidar, ainda mais, a prática da cidadania no Brasil. E assim, desenharemos juntos uma nova história, mais bela, mais justa e mais próspera para nosso País.

Paula Fabiani

CEO do IDIS

Andréa Wolffenbüttel

Consultora coordenadora da Pesquisa Doação Brasil



AGRADECIMENTOS

O processo de produção da PESQUISA DOAÇÃO BRASIL 2020 durou cinco anos. Desde que lançamos os resultados de 2015, começamos a coletar opiniões, críticas, elogios e demandas que contribuíram para a estruturação da edição que apresentamos agora.

Por isso, agradecemos a **todas as pessoas que dedicaram tempo e atenção** para compartilhar conosco suas impressões sobre a PESQUISA DOAÇÃO BRASIL 2015 e aos profissionais e ativistas que atenderam ao nosso convite para um encontro de avaliação do questionário da Pesquisa, contribuindo para as adaptações necessárias aos novos tempos.

Queremos agradecer à **equipe da Ipsos**, o instituto que realizou a Pesquisa, por sua disponibilidade em nos ouvir e resolver todas as dúvidas e problemas.

Um especial agradecimento à **consultora Renata Bourroul**, que nos acompanhou em ambas as edições da PESQUISA DOAÇÃO BRASIL e nos orientou, compartilhando generosamente seus preciosos conhecimentos.

E, por fim, muito obrigado aos **apoiadores** que confiaram em nosso trabalho e nos deram os recursos financeiros necessários para custear a PESQUISA DOAÇÃO BRASIL 2020.



OBJETIVOS

A PESQUISA DOAÇÃO BRASIL tem o objetivo de aprofundar o conhecimento sobre as doações realizadas por indivíduos no Brasil. Portanto, ela não considera as doações feitas por empresas, institutos, fundações ou qualquer pessoa jurídica.

Além de trazer os dados básicos, tais como quantos brasileiros doaram em um determinado período e qual foi o valor total doado, a Pesquisa também busca entender as motivações, os obstáculos e os processos decisórios que levam à doação.

A PESQUISA DOAÇÃO BRASIL se debruça com especial interesse sobre doadores de recursos financeiros para organizações ou projetos socioambientais, porque entende que essas são as doações com maior potencial de transformar positivamente a realidade do País. Reconhecemos este grupo como doadores institucionais.

O estudo também traz informações sobre as pessoas que não doam, procurando entender as razões desse comportamento e quais as possibilidades de haver uma mudança de atitude.

A PESQUISA DOAÇÃO BRASIL pretende ser uma referência para todos os que se interessam pelo fortalecimento do Terceiro Setor e servir como instrumento para acompanhamento da evolução da Cultura de Doação em nosso País.



**MOVIMENTO
POR UMA
CULTURA
DE DOAÇÃO**



A PESQUISA DOAÇÃO BRASIL contribui para a Diretriz 2 do Movimento por uma Cultura de Doação: **PROMOVER NARRATIVAS ENGAJADORAS**, na medida em que produz dados que enriquecem o debate sobre o campo da doação no Brasil.



METODOLOGIA

A PESQUISA DOAÇÃO BRASIL encontra-se em sua segunda edição. A primeira, publicada em 2016, refletia o retrato de 2015. Esta, lançada em 2021, traz os dados relativos a 2020.

A PESQUISA DOAÇÃO BRASIL 2020 foi realizada em duas etapas.

ETAPA 1: QUALITATIVA

Período de realização: 18 a 21 de janeiro de 2021

8 grupos focais com 8 participantes cada

Moradores da Região Metropolitana de São Paulo

Todos os grupos focais foram conduzidos online por conta da pandemia da Covid-19 e pela necessidade de isolamento social.

Perfil dos participantes

- Homens e mulheres
- Classe: ABC
- Idade: 25 a 60 anos
- Doadores e não doadores

A opção de realizar os grupos focais com habitantes da mesma região foi feita porque na PESQUISA DOAÇÃO BRASIL 2015 não foram identificadas diferenças regionais significativas.

COMPOSIÇÃO DOS GRUPOS FOCALIS

CLASSE SOCIOECONÔMICA AB1			CLASSE SOCIOECONÔMICA B2C1		TOTAL
FAIXA ETÁRIA	DOADORES	NÃO DOADORES	DOADORES	NÃO DOADORES	
25 A 38 ANOS	1	1	1	1	4
42 A 60 ANOS	1	1	1	1	4
TOTAL	2	2	2	2	8

ETAPA 2: QUANTITATIVA

Período de realização: março a junho de 2021

Entrevistas realizadas via CATI, que é uma sigla para “Computer Assisted Telephone Interviewing”, ou seja, Entrevista Telefônica Assistida por Computador, para qual o entrevistador vai seguindo o questionário através de um programa, evitando erros de aplicação.

Foram feitos 68.454 contatos, dos quais 2.103 entrevistas foram completas.

O objetivo da Pesquisa foi o de cobrir toda a população brasileira, acima de 18 anos, moradora do meio urbano, com renda familiar média acima de 1 salário mínimo.

Valor do salário-mínimo em 2021: R\$ 1.100,00

A amostra foi composta de acordo com a distribuição real da população brasileira segundo os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2019, ou seja, as cotas de idade, gênero e região têm a mesma proporção encontrada na população brasileira.

A amostra incluiu doadores e não doadores, uma vez que a investigação é sobre esse tema.

Para garantir que a amostra tivesse uma base estatisticamente válida de ambos os grupos, foram entrevistados:

- 771 doadores institucionais de dinheiro
- 524 doadores apenas de bens ou tempo
- 717 não doadores

Foi considerado doador institucional quem doou em valor monetário para alguma instituição ou organização social, para obras sociais de igrejas e comunidade, para grupos organizados ou campanhas de captação para calamidades. Não foi considerada doação em dinheiro válida institucionalmente dízimo para igrejas, mensalidades e taxas de vinculação com clubes, entidades assistenciais ou sociais, esmolas e ajuda em dinheiro a pessoas conhecidas.

Os resultados apresentam uma margem de erro de 2 pontos percentuais para cima ou para baixo.



O QUE OS NÚMEROS REVELAM

Renata Bourroul

Consultora Técnica da Pesquisa Doação Brasil 2020 e 2015

CONTEXTO

A pandemia foi indiscutivelmente um ‘divisor de águas’ quando o tema é DOAÇÃO. Mas antes de falarmos sobre o impacto que teve na proporção de doadores e no volume de dinheiro que doaram, é preciso **relembrar em qual contexto estava o brasileiro em geral e, portanto, o cidadão, o doador comum - que é foco da pesquisa - antes da pandemia.**

Desde a primeira edição da Pesquisa Doação Brasil, realizada em 2015 até fevereiro de 2020, o Brasil passou por muitos percalços. Alguns exemplos ilustram essa jornada desafiadora que o cidadão brasileiro enfrentou, ano após ano, nas áreas de política, economia, saúde, meio-ambiente e no seu cotidiano.



Ou seja, no início de 2020, o cidadão brasileiro provavelmente se sentia cansado e ansiava por estabilidade externa e serenidade interna. Então, para ‘coroar’ o ambiente externo e desafiar ainda mais o equilíbrio interno de cada um, veio a pandemia.

Imaginem como nós, brasileiros, estávamos em fevereiro de 2020, quando eclodiu a pandemia, e qual o impacto que ela pode ter causado com todas as incertezas que trouxe, em todos os sentidos. A economia, ainda estagnada, teve de assimilar o golpe de uma estagnação total e... global. A insegurança e o medo afetaram o estado de espírito de cada um, mesmo dos mais otimistas.

Por tudo isso, precisamos ter em mente que a Pesquisa Doação Brasil 2020 é única e singular. Dificilmente teríamos um ambiente tão atípico para medirmos o potencial de doação brasileiro. Por outro lado, apesar de resultados talvez ‘irrepetíveis’ no futuro, eles são valiosos para consolidar nosso conhecimento sobre esse tema. Porque, para além do que foi único e singular em 2020, os resultados também demonstraram que algumas hipóteses de 2015 são, sim, fatos sólidos a respeito da doação e de como ela é vista e praticada pelos brasileiros.

Nesse sentido é importante distinguir o que foi ‘atípico’ – o efeito de um ano inimaginável – e aquilo que é uma confirmação do que já havíamos conhecido sobre doação no Brasil desde 2015.

Vamos começar pelos efeitos ‘disruptivos’ causados pela pandemia e mostrar como, ao mesmo tempo, alguns deles serviram para validar achados de 2015.

COMO OS BRASILEIROS PERCEBEM OS PROBLEMAS SOCIAIS E AMBIENTAIS DO BRASIL E A QUEM CABE COMBATÊ-LOS

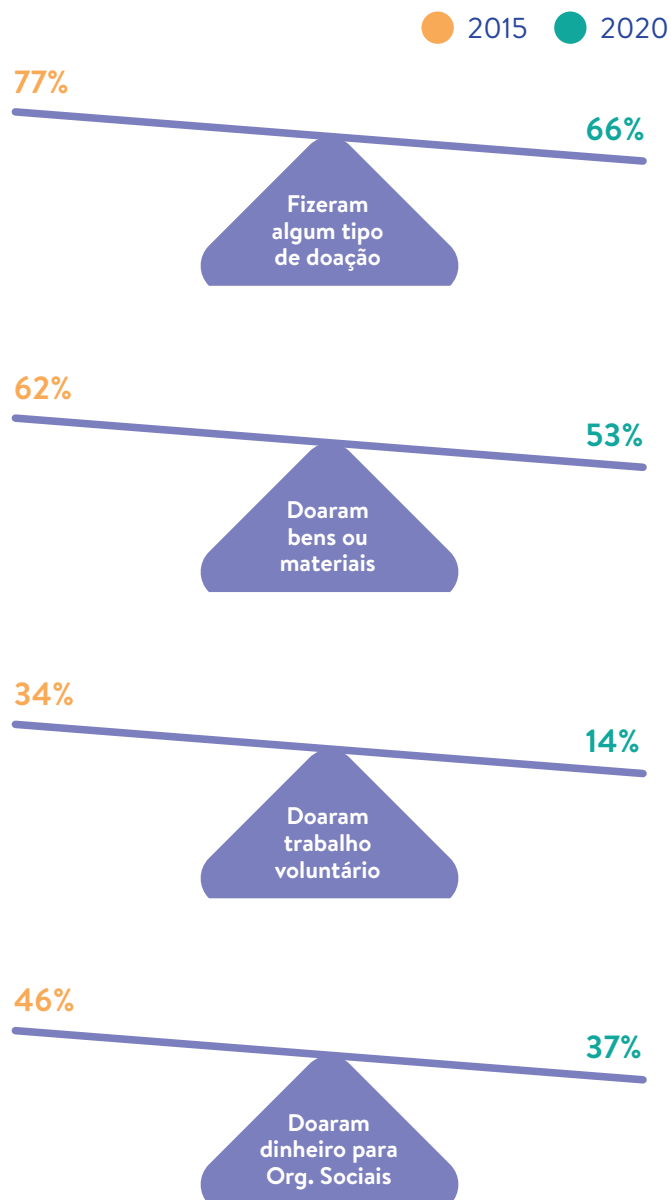
A responsabilidade pela solução dos problemas sociais e ambientais mudou na visão dos brasileiros: o governo é **menos apontado como sendo responsável** do que outros agentes sociais, tais como empresas, OSCs e mesmo a população em geral. Isso sugere duas interpretações: a primeira, fruto da crônica ineficácia do governo em solucionar os problemas – ainda mais agravada pela crise dos 5 anos recentes – pode ter levado o brasileiro a ‘desistir’ de contar com o governo, perdendo a esperança em um governo responsável e ciente de suas atribuições. A segunda interpretação pode ser a de que a sociedade civil – composta por empresas, organizações sociais e os próprios cidadãos – compreende que deve assumir um maior protagonismo na transformação do País. Nesse sentido, teria havido uma evolução na maneira como o brasileiro enxerga o papel de cada um, ou seja, a cidadania.

Outra curiosidade a respeito desse tema é que **doadores institucionais de dinheiro**, aqueles que doaram para organizações/projetos sociais, atribuíram **maiores proporções de responsabilidade a todos os agentes** (governo, empresas, OSCs e pessoas), quando comparados a não doadores ou a doadores não institucionais. Isso sugere um modo de pensar próprio, uma mentalidade que entende ser necessário um **forte engajamento de todos** para mudar a sociedade.

O RAIO-X DA DOAÇÃO EM 2020: QUANTOS DOARAM E O QUE FOI DOADO

Conforme antecipado na etapa qualitativa, quando pessoas foram ouvidas em grupos focais, houve uma menor proporção de doadores em 2020, comparado a 2015. Essa queda foi generalizada: doadores de qualquer natureza,

doadores de bens materiais, doadores de trabalho voluntário e, finalmente, doadores institucionais de dinheiro (aqueles que doaram dinheiro para organizações/iniciativas socioambientais).



Compreender essa retração no índice de doadores de qualquer natureza passa necessariamente pelo entendimento da situação do Brasil nos últimos 5 anos, agravada pela pandemia.

Como exposto inicialmente, **o brasileiro já vinha empobrecendo e, por conta da crise gerada pela chegada do coronavírus, ficou muito mais vulnerável em 2020:** desemprego (ou risco de perder o emprego), redução salarial com jornada reduzida, insegurança sanitária e outros elementos o colocaram em um estado de alerta e de maior cautela ao dispor de seus recursos. **Por essas razões, é evidente que alguns passaram da posição de doadores para a posição de beneficiários da doação, sobretudo entre os níveis socioeconômicos mais baixos.**

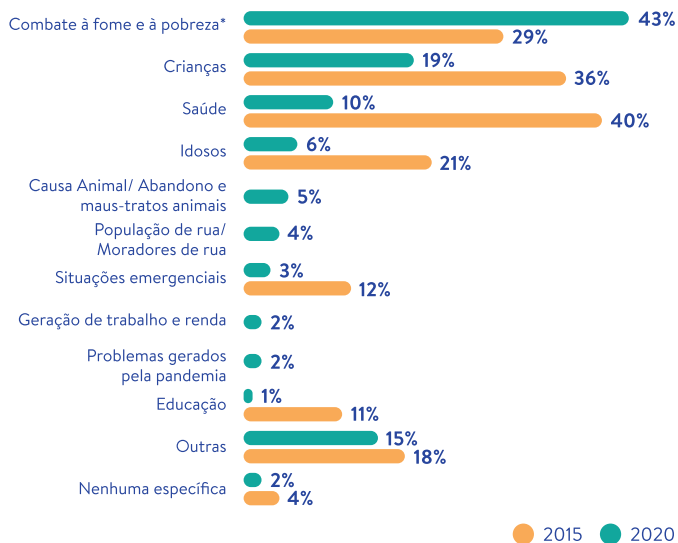
A queda na incidência de trabalho voluntário é também compreensível, dado que as pessoas tiveram de permanecer em casa.

Por outro lado, a pandemia, em si, também motivou doações para combater seus efeitos: 35% doaram bens materiais, 16% doaram dinheiro e 7% doaram trabalho voluntário para iniciativas ligadas à pandemia.

CAUSAS MAIS SENSIBILIZADORAS E BENEFICIÁRIOS DAS DOAÇÕES

Como reflexo desse ‘tsunami’ que foi a pandemia, a Pesquisa revelou algumas mudanças interessantes. **No que toca às causas mais sensibilizadoras,** houve um ‘deslocamento’ de ‘Saúde/Crianças/Idosos’ para ‘Combate à fome e à pobreza’. Apesar de continuarem entre os temas mais sensibilizantes, em 2020 eles foram desbancados pela preocupação com a fome e a pobreza que resultaram da situação crítica da economia durante a pandemia.

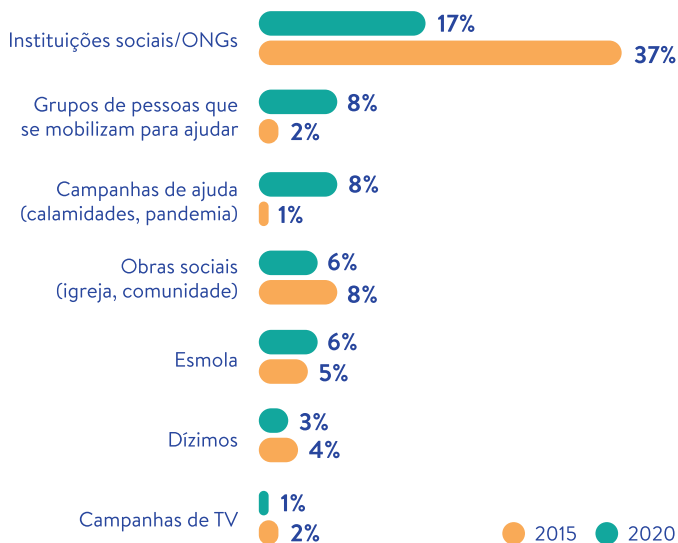
CAUSAS MAIS SENSIBILIZADORAS



Ainda assim, para além do efeito de um ano atípico, esse resultado consolida alguns achados de 2015. Ou seja, **o que importa observar é que, de fato, o brasileiro é solidário e se preocupa com seus concidadãos.** Ele se sensibilizou com a situação do próximo ao seu redor, percebendo como a pandemia afetou a vida de centenas de milhares, jogando-os para a pobreza e a fome.

Outro aspecto atípico, e possivelmente *‘irrepetível’*, é **a mobilização que a pandemia provocou na direção de campanhas de ajuda, obras sociais de igreja e comunidades e grupos de pessoas que se organizaram para ajudar.** Ou seja, o brasileiro se sentiu mais confiante em se engajar em campanhas e iniciativas lideradas por organizações sociais e grupos de pessoas, isto é, vemos um olhar mais sensível e mais próximo, respondendo com proatividade a uma situação limite, como foi o ano de 2020.

BENEFICIÁRIOS DAS DOAÇÕES



Aqui, novamente, a solidariedade do brasileiro e a disposição em agir reiteram uma vocação para a DOAÇÃO. É claro que, talvez em outras circunstâncias ou em um ano comum, essa mobilização não ocorresse, mas existe, de modo latente, um impulso do brasileiro em participar e fazer algo, **individualmente**, pela sociedade.

A etapa qualitativa da pesquisa confirmou isso ao revelar que a palavra empatia apareceu com alguma frequência nos debates dos grupos. O brasileiro valoriza a empatia e isso se refletiu na causa que mais o sensibilizou: combate à fome e à pobreza.

Ora, se ele é empático e tem vocação para doar, por que então o brasileiro doou menos em 2020?

Parece contraditório, mas não é: sim, o brasileiro é solidário, empático e tem uma vocação latente para doar, **no entanto**, o impacto da pandemia, a incerteza e vulnerabilidade econômica tiveram indiscutivelmente um efeito im-

portante nas condições financeiras de cada um, e provocaram um **declínio nos índices de doação** em relação a anos anteriores, sobretudo entre as classes menos favorecidas. **Essa tendência já havia se insinuado na etapa qualitativa da pesquisa e se confirmou na etapa quantitativa.**

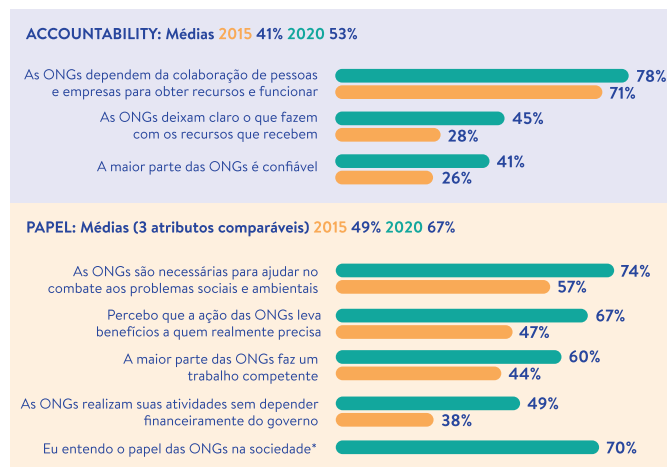
Os dados da pesquisa que demonstram isso é que, em 2015, a doação de dinheiro para instituições crescia com a renda e o grau de instrução, e no ano de 2020 **essa relação linear se acentuou ainda mais: os mais ricos doaram mais e os mais pobres doaram menos ou não puderam doar.** Mas, o interessante é que, apesar disso, metade das pessoas de classes C2/D/E, mesmo diante de sua vulnerabilidade social e afetados pela incerteza, doaram! Foram doações de bens e materiais. **Ou seja, mesmo tendo poucos recursos, essas pessoas foram solidárias e empáticas e se mobilizaram para dar sua contribuição.** Não podendo doar dinheiro, e tendo de ficar em casa (sem tampouco doar trabalho voluntário), essas pessoas passaram a doar o que podiam: bens, materiais, alimentos, etc.

Isso nos leva a outra confirmação em relação àquilo que sabemos desde 2015: **é preciso orientar essa vocação de agir e contribuir para os devidos canais de ajuda, isto é, as Instituições/Organizações da Sociedade Civil (OSCs),** que se dedicam a essa missão. E é nesse sentido que o Movimento por uma Cultura de Doação (MCD) se mostra tão necessário. O potencial de doação do brasileiro ainda não foi totalmente explorado e convertido em doações institucionais regulares na maior parte da sociedade. **Mas já avançamos um pouco, visto que as pessoas têm maior clareza sobre o papel dessas instituições e também estão sentindo mais confiança nelas.**

IMAGEM DAS ORGANIZAÇÕES DA SOCIEDADE CIVIL (OSCS)

Houve um grande avanço na percepção sobre as OSCs.

O gráfico abaixo demonstra como a imagem das OSCs evoluiu entre 2015 e 2020, em dois atributos fundamentais: **papel e accountability.**



(*) esta pergunta não constou da Pesquisa Doação Brasil 2015

2015 2020

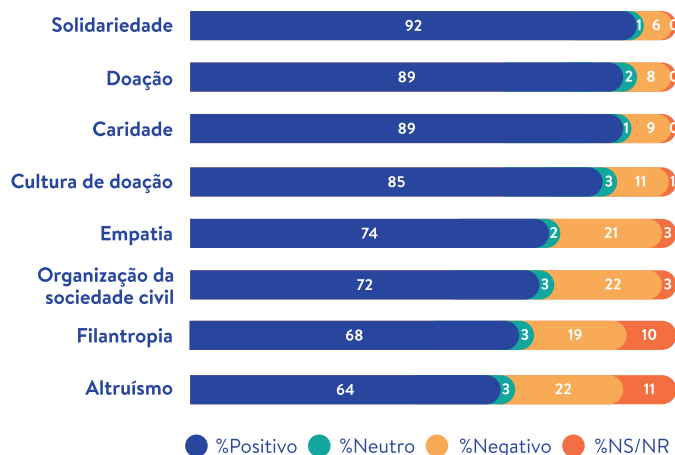
A população está mais consciente do papel das OSCs porque entende que elas são necessárias no combate aos problemas sociais e ambientais. Também concorda que, em geral, fazem um trabalho competente e que dependem das pessoas e empresas para se sustentar, ainda que eventualmente também dependam do governo.

Essa compreensão é mais acentuada entre os **doadores** (de qualquer tipo). Os **não doadores** tendem a discordar em maior grau de que as OSCs são necessárias no combate aos problemas, que fazem um trabalho competente e que explicam o que fazem com os recursos que recebem. Em suma, parte deles não entende muito bem o seu papel na sociedade ou acha que esse papel não é bem desempenhado.

O curioso é que tanto entre **doadores** quanto entre **não doadores**, parcela semelhante (26% e 28%, respectivamente) revela uma certa desconfiança em relação ao trabalho das OSCs, o que sugere que **essa desconfiança é capaz de inibir a doação entre não doadores, mas não é inibidora para os doadores**. Isso reforça a ideia de que esses dois segmentos têm ‘visões de mundo’ bem diferentes: uma mais engajada/otimista e a outra mais desconfiada/pessimista, **pois diante de uma mesma percepção sobre as OSCs um grupo decide doar, mesmo assim, e o outro não**.

ASSOCIAÇÃO POSITIVA À TERMINOLOGIA FILANTRÓPICA

Solidariedade, Caridade e Doação são os termos com maiores índices de associação positiva. Sobretudo **o termo Doação, que teve forte incremento em relação a 2015**.



Embora a maioria (entre 64% e 74%) diga que associa **Filantropia, Empatia e Altruísmo** a algo positivo, estes são termos que, ao mesmo tempo, apresentaram maiores índices de associação **negativa** (cerca de 20%). Uma hipótese é que, na situação incômoda de desconhecer o significado, as pessoas optaram por dizer que é negativo ao invés de declarar que é neutro ou que não sabiam o significado. Es-

ses três termos, portanto, não são familiares nem ‘simpáticos’ para uma parcela da população.

Um resultado bastante relevante e encorajador foi o **índice de associação positiva** aos termos **Organização da Sociedade Civil** (72%) e **Cultura de Doação** (85%). Isso confirma, conforme exposto acima, uma mudança na imagem das OSCs e na percepção sobre doação, indicando que há uma maior ‘conscientização’ dos indivíduos sobre o papel delas e do necessário engajamento das pessoas para mudar a realidade. **Também indica o efeito positivo que o estímulo a uma Cultura de Doação possivelmente venha provocando.**

Novamente, de modo curioso, ao comparar **doadores institucionais de dinheiro** com **não doadores** ou **doadores não institucionais**, vemos que, nesses dois últimos grupos, embora todos os termos tenham tido índices de associação positiva superiores a 60%, também houve uma maior **incidência geral de associação negativa**. Isso indica que esses grupos se mostram mais pessimistas ou ligeiramente mais descrentes, quando comparados aos doadores institucionais.

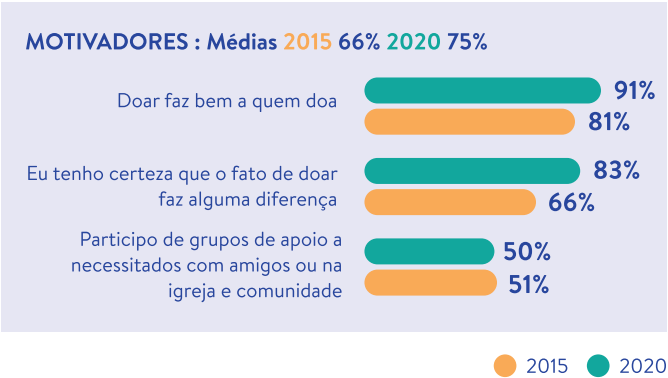
SOBRE O TEMA DOAÇÃO: COMO SE POSICIONAM?

O que os brasileiros pensam sobre doação e como declaram sua atitude em relação ao tema? Essa questão foi tratada por meio de algumas afirmações (frases estimuladas) para as quais os entrevistados disseram se concordavam ou não, muito ou pouco.

Essas afirmações são de 4 naturezas:

- Motivadoras
- Inibidoras/desmotivadoras
- As que focam no **dinheiro** em si
- Avaliações morais

Os índices de concordância (% concorda+concorda totalmente) estão abaixo:



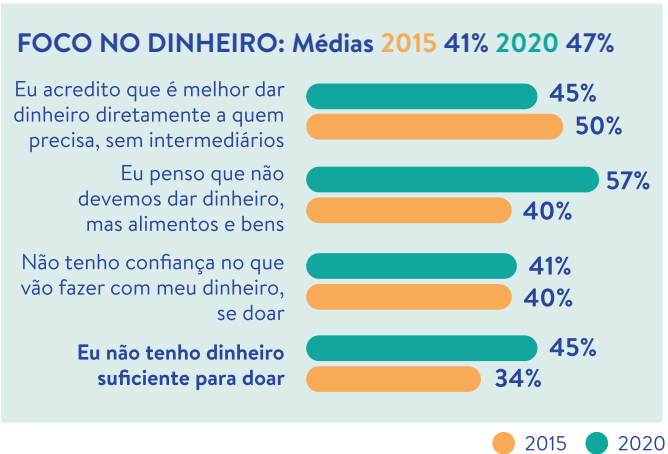
Dentre as afirmações motivadoras, houve melhora expressiva na percepção do brasileiro sobre o benefício da doação, tanto do ponto de vista pessoal quanto do ponto de vista social.

No que toca a participação em grupos de apoio, uma igual parcela se engajou em 2020 comparada à de 2015.

Com relação às **afirmações inibidoras/desmotivadoras**, houve uma **redução importante na crença de que “basta pagar impostos, não precisa doar”**, e de que **“as instituições são muito insistentes”**. As afirmações que indicam uma certa acomodação ou pouco estímulo a doar - “ajudar parentes e amigos seria suficiente” e “causas pouco importantes para doar” - **continuaram com baixa concordância**. Por outro lado, quase 2/3 admitem que quando se doa para uma instituição, acaba sendo procurado também por outras e **essa percepção não se alterou em relação a 2015**.



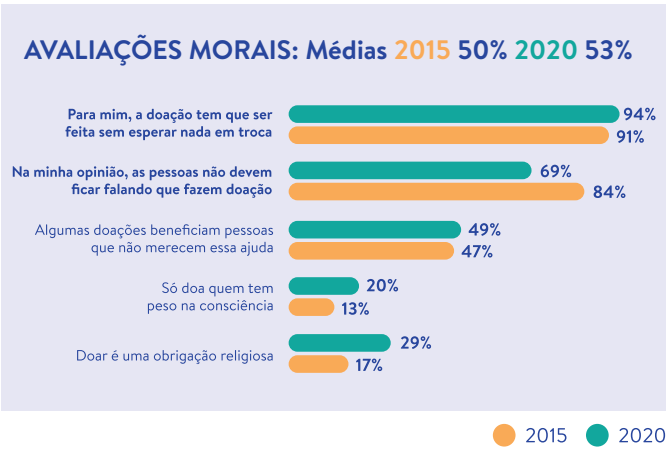
Quando as **afirmações se referem a dinheiro e como dispor dele**, houve duas alterações interessantes: a primeira, resultado da crise e da maior vulnerabilidade econômica, fez com que em 2020 o nível de concordância fosse maior quanto a “não ter dinheiro suficiente para doar” e que “não devemos dar dinheiro, mas alimentos e bens”. Por outro lado, uma tendência menor a “doar diretamente, sem intermediários”. **Uma parcela expressiva (40%) continua desconfiada sobre o destino da doação em dinheiro**.



No que se refere às afirmações que são **avaliações morais**, a interpretação de viés religioso - doar para “aplar a consciência” e doar por “obrigação religiosa” - continua minoritária. Apesar disso, uma parcela importante acredita que eventualmente as doações “podem beneficiar pessoas que não merecem”. **Essa proporção não se alterou entre 2015 e 2020.**

Também **se manteve estável o ponto mais importante associado à prática de doar: que ela deve ser feita sem esperar nada em troca, por autêntica generosidade, desinteressadamente.**

Um aspecto relevante para fortalecer a Cultura de Doação é tentar mudar a convicção de que “as pessoas não devem falar que fazem doação”. Apesar de ainda haver 69% que concordam com isso, é preciso salientar que em 2020 **houve uma queda importante em relação a 2015.** Ou seja, **é possível que, gradativamente, a percepção negativa quanto a contar aos outros que doou possa ser convertida em algo positivo.** Nesse sentido, uma campanha de comunicação bem-feita e constante talvez seja capaz de mudar a visão dos brasileiros a respeito desse ponto.



Evidentemente, ao comparar doadores com não doadores, notamos diferenças expressivas de percepção e atitude, conforme o quadro abaixo.



Entretanto, **Doadores e Não doadores** pensam de modo equivalente quanto a:

- “em geral, as instituições que solicitam doações insistem demais”
- “algumas doações beneficiam pessoas que não merecem esta ajuda”
- “uma vez que se faz uma doação, corre-se o risco de também ser procurado por outras instituições”

Como podemos ver, são afirmações baseadas em fatos, em experiência prática, que independem de crenças ou valores.

SOBRE PORQUE ACHAM QUE NÃO SE DEVE FALAR QUE DOA

Um dos principais objetivos na pesquisa de 2020 foi tentar descobrir a razão por que a maioria dos brasileiros acha que não se deve falar que doa.

Além disso, como os resultados demonstraram, outro aspecto da doação com o qual quase a totalidade dos brasi-

leiros concorda é que “a doação deve ser feita sem esperar nada em troca”.

Portanto, temos aqui duas percepções bastante arraigadas na população: doar sem esperar nada em troca e não falar que doou.

Por essa razão, a pesquisa explorou essa resposta de modo mais aprofundado. Quando perguntados sobre o porquê de não falar de doação, **em uma pergunta aberta para todos (amostra total)**, as principais justificativas foram as seguintes:

É desnecessário divulgar... ...ninguém precisa saber ...não deve se exibir, se expor, não é para aparecer, para se exaltar ...para não se achar melhor que o outro ...humildade acima de tudo ...caridade não deve ser falada, só executada/divulgar esvazia o valor da caridade ...não é virtuoso	68%
A doação deve ser espontânea (ou seja, quando fala, revela que não é desinteressado, que quer algo em troca) ...se fala é porque quer algo em troca, não é de coração, de bom grado, não é espontâneo, senão não falaria... ...quem fala que doa parece que o faz para ter algo em troca	30%
Divulgar é se autopromover... ...se promover em cima da miséria alheia ...se achar superior/se exaltar/“ganhar pontos” ...é vaidade/arrogância/ego pessoal/orgulho/soberba é negativo ...é falta de ética/não é ético se expor	17%
Expõe desnecessariamente quem recebe a doação ...constrange, envergonha, humilha quem recebe ...expõe quem recebe	8%
É benéfico para quem doa, então... ...não precisa falar, porque doar faz bem a quem doa, ele é o próprio beneficiado	3%
Atrai mais pedidos... ...as pessoas se aproveitam ...evita pessoas oportunistas ...gera mais pedido, atrai pessoas que não precisam ...vai ter mais ONGs entrando em contato	2%
Por segurança... ...não é seguro comentar, para não ser vítima de golpe, para se preservar	0,4%
Não sabem explicar	2%

O que os resultados no destaque demonstram é que as três principais justificativas se relacionam com o que é mais valorizado na doação: **“falar que doa” pode ser interpretado como uma forma de querer algo em troca, portanto, a doação não seria desinteressada.** Isso é frontalmente oposto à crença dos brasileiros de que a doação deve ser feita sem esperar nenhuma compensação.

Além disso, “falar que doa” também seria a postura de alguém que quer se promover, ser melhor que os outros, uma atitude pouco virtuosa, exibicionista, pouco humilde, etc.

O que se revela aqui é uma avaliação ética e moral.

Uma das possíveis interpretações é que esse julgamento seja baseado na afirmação bíblica de que *“a mão direita não deve saber o que a mão esquerda faz”*, que foi disseminada por meio do cristianismo, muito enraizado no Brasil desde os tempos coloniais. Além dos católicos, evangélicos e espíritas também mencionaram essa justificativa, o que reforça a origem na ética e moral cristãs.

Esse é o ‘registro’ da religião, uma chave de interpretação religiosa, e ainda mais particularmente do cristianismo. A lógica é a seguinte: se nessa doutrina a maior virtude é a humildade em oposição à soberba, seria, no mínimo, incoerente alguém fazer o bem e ficar ‘alardeando’ para se exibir ou se destacar dos demais, achando-se melhor que eles. Por isso, silenciar sobre o bem que pratica faz sentido do ponto de vista de aperfeiçoamento individual, visando à ascese espiritual daquela pessoa, na medida em que isso é coerente com a virtude da humildade.

Entretanto, se deixarmos de lado o registro/chave religiosa - onde a prática do bem demonstraria a evolução espiritual de cada indivíduo - e mudarmos para o registro **(chave) da cidadania, o raciocínio é oposto: posso interpretar a divul-**

gação do ato de doar, de fazer o bem, como a promoção do bem coletivo. A pessoa que conta o que faz funciona como um disseminador e influenciador de uma prática que beneficia toda sociedade. Ele pode se tornar um multiplicador da ação de doar.

Quando eu conto para meu colega, vizinho ou amigo sobre a minha doação e como esse ato pode mudar a realidade, mostro que se trata de um comportamento cidadão e a favor do bem coletivo, sou capaz de modificar a visão que ele tem a respeito. O foco se transfere de “**eu, como indivíduo**” e vai para “**eu, como cidadão**”; o cidadão que tem o poder de transformar a realidade. O indivíduo seria visto como um agente ativo de transformação da realidade e não como um exibicionista/narcisista, mera autovalorização, ou alguém em contradição com a linha religiosa que segue.

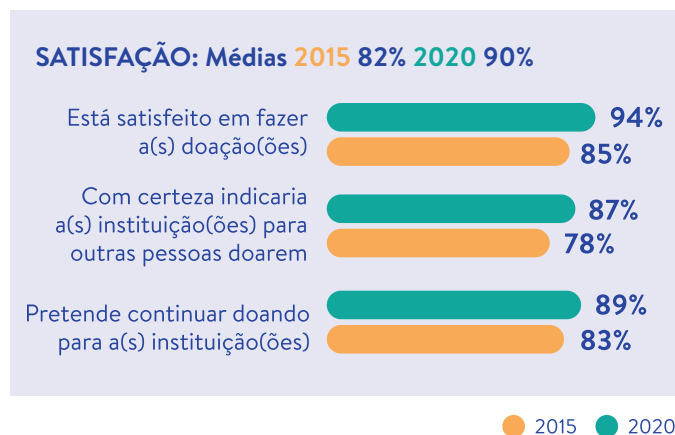
E é aí que entra a força da Cultura. Se hoje o ‘caldo cultural’ dos brasileiros tende a interpretar negativamente a divulgação do ato de doar, como se fosse mero exibicionismo individual, talvez, se perseverarmos na promoção de um outro olhar, validando positivamente essa prática, aos poucos essa percepção pode se transformar.

Por isso, tal como sementes que devem ser plantadas e cultivadas em um solo fértil, é preciso que novas práticas e valores sejam disseminados, fazendo com que sejam socialmente incorporados e reforçados positivamente pelo grupo. A cultura de doação está começando a germinar, mas é um aprendizado social de longo prazo.

Agora, alguns resultados que confirmaram o que a pesquisa de 2015 havia revelado, isto é, o que se constatou há 5 anos e se manteve inalterado, consolidando esse conhecimento.

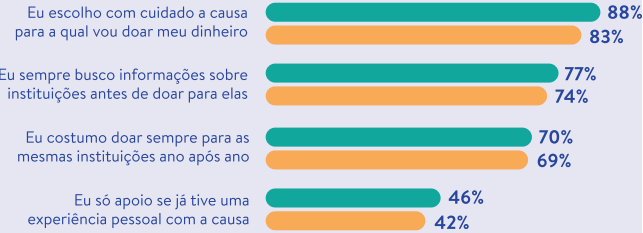
SATISFAÇÃO COM A DOAÇÃO FEITA E O QUE INFLUENCIA NA DECISÃO

A maioria dos doadores institucionais de dinheiro está satisfeita com a doação e declara que pretende continuar doando e recomendando as instituições beneficiárias a outras pessoas. Isso já era evidente em 2015, **mas em 2020 essa satisfação cresceu.**

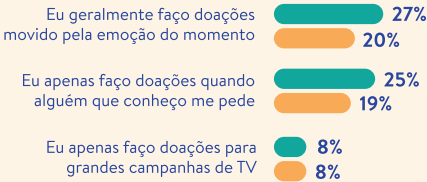


O que **também ficou consolidado em relação aos resultados de 2015 é que a decisão de doar é planejada e racional, ou seja, uma escolha ponderada e não fruto de um impulso.** Cerca de 70% dos doadores institucionais de dinheiro escolhem a causa com cuidado, buscam informações sobre a instituição beneficiária e repetem essa doação ano após ano. A experiência pessoal com a causa é declarada como ‘importante’ para menos da metade (em torno de 40%). **Somente cerca de 1/5 faz doações de dinheiro por impulso.**

DECISÃO PLANEJADA: Médias 2015 69% 2020 68%



POR IMPULSO/REATIVA: Médias 2015 16% 2020 20%



● 2015 ● 2020

MOTIVAÇÕES PARA DOAR

Os motivos mais importantes que encorajam o doador a doar podem ser classificados em 4 categorias:

- Motivos **emocionais** ou de cunho **espiritual/pessoal**
- Motivos relativos à **cidadania**
- Motivos **objetivos/racionais**
- Motivos **inerciais/reativos**

Quando analisamos os índices de maior importância atribuídos a cada motivo (soma de importante + muito importante), percebemos que os maiores motivadores para a doação são razões ligadas à **autorrealização individual** e à **cidadania**, além de razões mais objetivas, como veremos a seguir. Esse resultado confirmou o que já fora observado em 2015, mas os índices foram ainda mais altos em 2020.

Percebe-se que **o doador tem clareza do benefício que a doação traz para si mesmo e para a sociedade**. Além disso, **toma a decisão com base em fatores objetivos**, por exemplo, uma causa à qual se sente ligado e/ou uma entidade em que confia. **É uma decisão ponderada, planejada e demonstra uma visão de mundo que valoriza cidadania, reciprocidade e empatia, além do próprio desenvolvimento pessoal**.

EMOCIONAIS/CUNHO ESPIRITUAL OU PESSOAL			CIDADANIA		
<i>A empatia se manifestou mais em 2020</i>	2015	2020	<i>Aumentou a compreensão do papel de cidadão</i>	2015	2020
Me faz bem	89	95	Todos devem participar da solução dos problemas sociais	83	91
Ajuda meu desenvolvimento como pessoa	76	89	Sinto que posso fazer a diferença	78	90
Tenho pena dos mais desfavorecidos	54	75	A sociedade espera isso de mim	28	44
Minha religião prega a caridade	45	60	Porque quero retribuir à sociedade	NA	71

OBJETIVOS/RACIONAIS			INERCIAIS/REATIVOS		
<i>Decisão de doar é planejada, ponderada e reforça transmissão de valores (educativo)</i>	2015	2020	<i>Nesses últimos 5 anos a doação se tornou mais habitual nas famílias</i>	2015	2020
Sou sensível à causa ⁽²⁰¹⁵⁾ / Acredito na causa para a qual doo ⁽²⁰²⁰⁾	80	97	Porque me pedem	26	46
Confo na entidade para a qual doo	74	93	Porque todos na minha família doam/hábito	16	37
Quero dar exemplo aos meus filhos, parentes, amigos	47	72			

FORMAS DE ABORDAGEM: RELAÇÃO ENTRE CONVENIENTE E INVASIVA

Uma percepção confirmada em 2020 em relação a 2015 é quanto às formas de abordagem que as pessoas julgam convenientes para solicitar uma doação de dinheiro. **Quanto mais pessoal/próxima a abordagem, mais incômoda ou inconveniente**. Ou seja, abordagens mais impessoais são consideradas mais adequadas, ainda que não sejam as mais eficazes ou efetivas.

Digamos que as formas de abordagem possam ser classificadas em uma linha segundo sua **invasividade**, na qual uma extremidade represente a forma **menos pessoal e menos invasiva** e a outra extremidade represente a forma **mais pessoal e mais invasiva**.

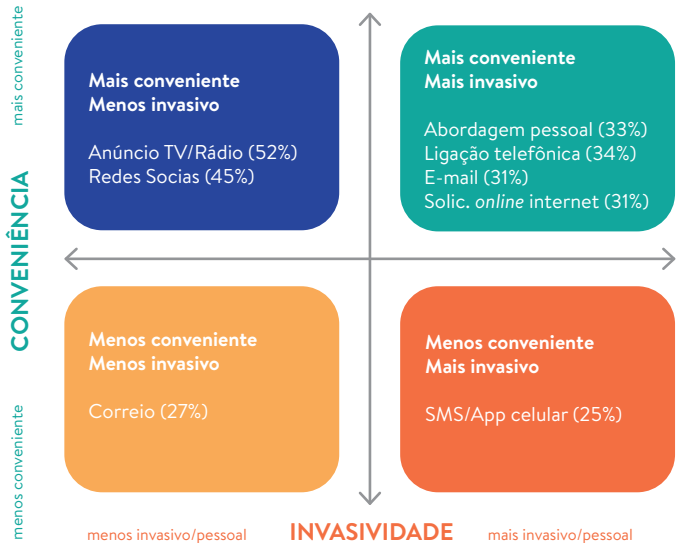


Menos invasivo
Menos pessoal
(impessoal)

Ilustrativamente, podemos organizar as formas de abordagem em uma matriz que relaciona a **‘conveniência’** com a **‘invasividade’**, entendida aqui como a qualidade de invadir/perturbar o espaço vital de alguém, de incomodar o destinatário da abordagem.

Semelhante à edição anterior da pesquisa, a matriz em 2020 ficou assim:

(os percentuais representam a proporção de pessoas que acham a forma conveniente ou muito conveniente)



O que se conclui é que **quanto mais pessoal e invasivo, menor a preferência**. Por isso, TV, rádio e redes sociais foram os mais citados como adequados, pois são mais impessoais e não invasivos, comparados a uma ligação telefônica ou abordagem na rua.

Em particular, as redes sociais têm uma vantagem especial, porque combinam **dois aspectos aparentemente contraditórios: a proximidade e o distanciamento**.

A ‘proximidade’ nesse caso deve ser entendida como identificação/afinidade e não uma proximidade literal onde há invasão do espaço físico/virtual. É próxima no sentido de que sou eu quem faço a ‘curadoria’ da minha rede, eu escolho quem seguir, quem incluir, portanto, com quem me identifico, quem tem afinidade comigo. Sabemos que os algoritmos já personalizam e filtram o *feed*. **Aqui a proximidade é benéfica para a doação porque seria capaz de gerar identificação.**

Ao mesmo tempo, ela também é ‘distante’. O distanciamento aqui, no sentido da ‘não invasividade’, porque **você escolhe se vai visualizar o conteúdo**, se vai abrir o post, o story, ou seja, **você tem o controle sobre a mensagem: se quer ou não acessá-la.**

Os índices de conveniência (muito conveniente + conveniente) apresentados aqui não diferem muito entre **doadores e não doadores**, exceto redes sociais e abordagem pessoal, que são citados como mais convenientes entre os **doadores**.

É preciso ressaltar apenas duas alterações nos resultados entre as pesquisas: correio e e-mail foram **bem menos citados em 2020**, indicando declínio no uso frente a introdução de outras formas mais rápidas e práticas. Além disso, nas classes mais baixas, e-mail está pouco presente.

COMO OS BRASILEIROS SE SENTEM EM RELAÇÃO À VIDA

Os brasileiros, em geral, se declararam satisfeitos com seu estado de saúde, mas nos demais aspectos da vida, comparando **doadores institucionais** aos **doadores não institucionais** e **não doadores**, vemos que os dois últimos **se declaram mais insatisfeitos com sua formação escolar, com sua qualificação profissional, com sua situação de trabalho e, finalmente, com sua renda**. É como se os **doadores não institucionais** e os **não doadores** se sentissem mais decepcionados com o quanto avançaram até aqui, com o quanto conquistaram em face do que poderiam ter conquistado, apresentando uma atitude mais ressentida em relação à vida.

SOBRE OS NÃO DOADORES

Evidente que no outro lado da ‘gangorra’, e como efeito negativo da pandemia e da estagnação econômica que se instalou desde 2015, temos o **aumento significativo na proporção de pessoas que não doaram dinheiro em 2020 tampouco nos 5 últimos anos: de 65% passou a 89%**.

Dentre a minoria (10%) que doou nos últimos 5 anos e parou, a principal razão foi “falta de recursos”. Foi a mesma justificativa em 2015, mas com maior incidência (de 43% para 53%), além de 14% mencionando perda de emprego como motivo, ou crise (11%).

Isso comprova o impacto que a precariedade da situação financeira dos brasileiros teve sobre a iniciativa de doar.

Dentre aqueles que não doaram nos últimos anos - e que podemos chamar de ‘não doadores convictos’ - a principal justificativa **continua sendo (assim como em 2015) a “falta de recursos/dinheiro”**, mencionada espontânea e estimuladamente.

Há, porém, para além da “falta de dinheiro”, três categorias de motivos que também influenciam (com maior ou menor importância) o comportamento de não doar.

MOTIVOS	1	Dificuldades financeiras/insegurança	43
	2	Desconfiança/resistência	31
	3	Inércia/acomodação	31
	4	Visão de mundo/valores e atitude pessoal	28

% médio da importância dos motivos para não doar

A primeira categoria (dificuldades financeiras/insegurança), é, de fato, a mais importante para justificar o comportamento de não doar e essa explicação foi ainda mais mencionada em 2020 do que em 2015.

Outra categoria expressa a desconfiança em relação às OSCs e também uma certa resistência, talvez relacionada a dificuldades para operacionalizar a doação ou até mesmo uma experiência negativa no passado. Mas essa categoria teve um peso menor em relação a 2015, notadamente a desconfiança em relação às OSCs, ou seja, um resultado bastante positivo. **Em suma, o efeito dessa desconfiança em inibir a doação foi menor em 2020 comparado a 2015.**

As demais categorias – relacionadas a uma acomodação/inércia e a uma visão de mundo pessoal – têm um peso menor, ainda que presente, e não se alteraram em relação a 2015.

Abaixo, a proporção (%) daqueles que acham cada aspecto **importante ou muito importante para justificar a não doação**.

MOTIVOS RELACIONADOS A DIFICULDADES FINANCEIRAS/INSEGURANÇA			MOTIVOS RELATIVOS À DESCONFIANÇA/ RESISTÊNCIA		
<i>“Vulnerabilidade financeira determina atitude de não doar”</i>	2015	2020	<i>“Desconfiança reduziu um pouco em 5 anos”</i>	2015	2020
Não tenho dinheiro	45	53	Não confio nas organizações que pedem	45	33
É muito difícil ganhar meu dinheiro para doá-lo depois	26	39	É complicado fazer uma doação	40	31
Tenho medo de doar e precisar do dinheiro depois	41	37	Acho que as ONGs são ligadas a partidos	NA	34
Médias dos atributos	37	43	Não existe incentivo fiscal	33	33
			Tive experiências negativas com doações	26	26
			Doar não me faz bem	NA	19
			Médias dos atributos (comparáveis)	36	31

VISÃO DE MUNDO/VALORES E ATITUDE PESSOAL			INÉRCIA/ACOMODAÇÃO		
<i>“Crença de que governo é único responsável caiu nos últimos 5 anos”</i>	2015	2020	<i>“Falta de tempo teve maior importância para justificar a não doação”</i>	2015	2020
Resolver os problemas sociais é responsabilidade só do governo	47	36	Não tive exemplo/não tenho hábito	30	34
Não gosto de me envolver com estes temas	28	30	Ninguém me pediu	29	31
Não acredito que minha doação possa resolver algo	29	29	Não tenho tempo	21	30
As pessoas não merecem receber doação	17	23	Não conheço os meios e não sei para quem doar	31	30
É contra meus princípios morais/religiosos ou culturais	18	20	Nenhuma causa me sensibilizou	28	28
Médias dos atributos	28	28	Médias dos atributos	28	31

Isso indica que dentre os não doadores existe uma parcela que não se mobiliza para doar: seja por convicções, seja por acomodação ou inércia e que dificilmente vai mudar essa atitude. Porém, a maior parte deles não doa por falta de recursos (de fato ou pela insegurança psicológica de ceder qualquer parte de seus ganhos).

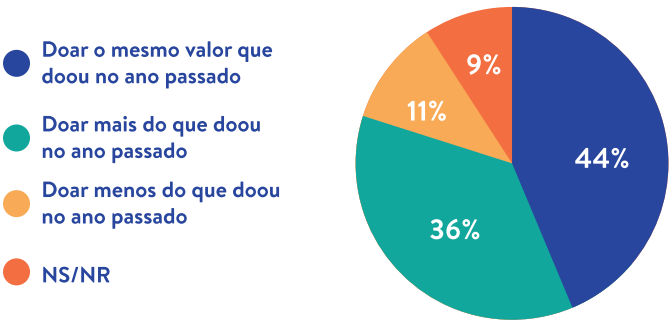
Ainda assim, talvez seja possível converter, entre os não doadores, alguns ex-doadores para que se motivem a doar novamente, pois a desconfiança vem diminuindo e a cons-

ciência sobre o papel do cidadão na resolução dos problemas vem aumentando, mesmo entre eles.

Quando perguntados se haveria algo que pudesse fazer com que passassem a doar dinheiro para instituições, as respostas mais frequentes são: ter mais recursos e confiar na instituição. A primeira razão está aquém do poder de influência das organizações que atuam para o fortalecimento da Cultura de Doação, mas a segunda razão é algo que pode evoluir.

SOBRE O FUTURO: DOAÇÃO EM 2021

Quando questionados sobre as perspectivas para 2021, 80% dos doadores institucionais de dinheiro projetam manter ou aumentar o valor doado: 44% vão doar a mesma quantia e 36% pretendem doar mais que em 2020. Entre os 20% restantes, 8% não sabem dizer e 11% vão doar menos porque sua renda diminuiu ou estão em situação mais difícil.



PÚBLICO-ALVO PARA UMA CAMPANHA POR UMA CULTURA DE DOAÇÃO

Os resultados da pesquisa, como vimos até aqui, demonstram que a população brasileira se distribui por um espectro variado de comportamentos quando se trata de doação. É a diversidade humana comparecendo... Como em

qualquer outro tema ou assunto, sempre **estarão presentes aqueles que se colocam nas extremidades do espectro**: por exemplo, haverá sempre uma parcela de não doadores convictos, que apesar de todos os apelos e circunstâncias não irá doar. No outro extremo, haverá aquela parcela que, a despeito de quaisquer dificuldades ou circunstâncias desfavoráveis, doará. Assim, podemos afirmar que esses substratos são ‘inelásticos’ a mudanças de comportamento, no sentido de que já consolidaram uma convicção doadora ou não doadora.

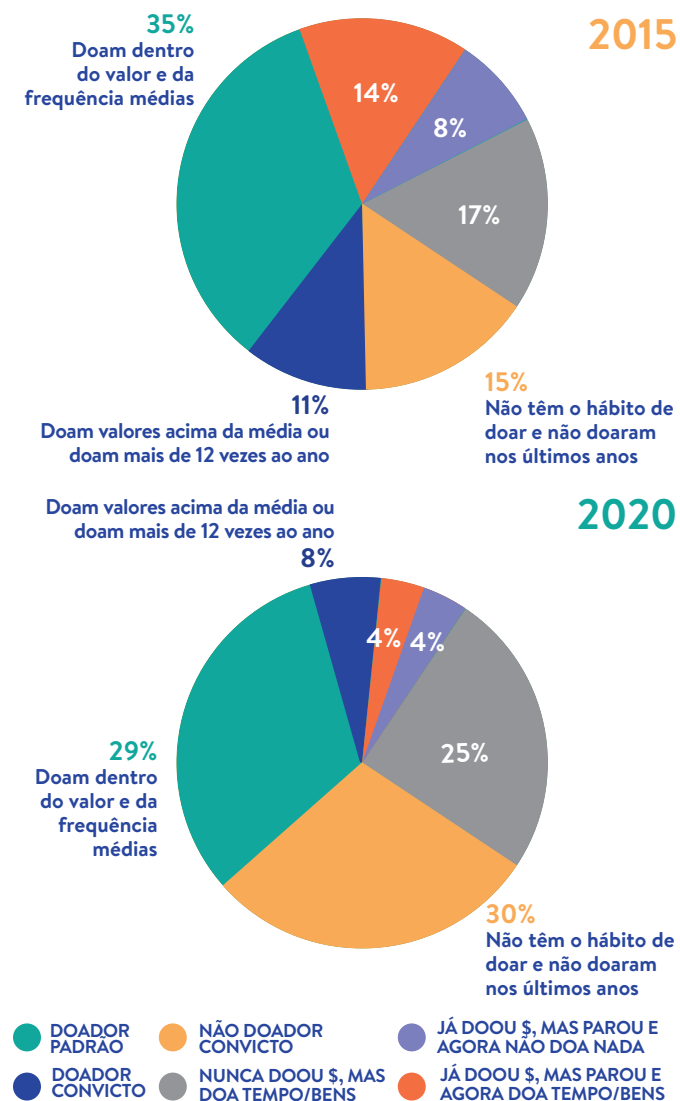
Portanto, campanhas por uma Cultura de Doação **devem focar no público que se encontra entre esses dois extremos, onde há espaço para uma flutuação de comportamento, que pode oscilar tanto para a doação quanto para a não doação**. Nesse sentido, uma comunicação constante, bem-feita e dirigida a esses segmentos levará, no longo prazo, a uma mudança de comportamento favorável à doação.

Esse público seria composto pelos doadores de bens/materiais ou trabalho voluntário somados aos ex-doadores institucionais de dinheiro e aqueles que doam dinheiro na forma de esmolas ou dízimos.

Quando comparamos esse público-alvo entre 2015 e 2020, percebemos que houve uma retração importante: de 39% para 33%. Igual queda ocorreu entre os doadores-padrão, ou seja, aqueles que doam dentro do valor e frequência médios. (Vide gráficos ao lado).

Interessante notar também que a fração de **doadores institucionais acima da média** (aqueles que doam acima dos valores e da frequência médios) não se alterou muito nos últimos 5 anos: de 11% para 8%, demonstrando uma certa imunidade frente a turbulência econômica. Na ponta oposta, houve um **grande aumento na proporção de não doadores convictos**, que também resulta da mesma causa - turbulência econômica.

Isso indica que o efeito da crise econômica crônica desde 2015, aliado à vulnerabilidade financeira aguda que se abateu sobre a população em 2020 por causa da pandemia, de fato transformou o panorama da doação. Esse impacto não pode ser subestimado, mas da mesma forma como esse panorama mudou até aqui, ele pode ser revertido em melhores circunstâncias e em um novo ritmo.



CONCLUSÃO

O panorama da doação no Brasil se alterou nos últimos cinco anos. Parte da mudança foi uma evolução na percepção positiva sobre a doação, uma melhor imagem das OSCs e aumento de sua credibilidade, assim como uma maior consciência de que os problemas sociais e ambientais do Brasil devem ser endereçados pela sociedade civil e não exclusivamente pelo governo.

Nesse sentido, podemos dizer que houve um grande avanço na forma do brasileiro entender o que é cidadania e de se engajar na solução dos problemas.

Por outro lado, foi também nesses últimos cinco anos que o brasileiro teve de lidar com os efeitos de uma das piores crises econômicas para depois ter de enfrentar o agravamento dessa situação com a chegada da pandemia. Certamente, o brasileiro de 2020 está mais pobre e mais preocupado com o seu futuro do que estava em 2015. Por isso, é compreensível que parte de sua predisposição em doar tenha sido anulada pela incerteza e insegurança econômica, e que, portanto, em 2020 tenhamos observado uma redução na proporção de doadores de qualquer natureza, inclusive dos doadores institucionais de dinheiro. Provavelmente, muitos mudaram de lado, passando de doadores para beneficiários da doação.

Esse quadro, embora frustrante para os agentes que trabalham pelo fortalecimento da doação no Brasil, não deve ser motivo de desalento, pois os aspectos ligados à cultura de doação (percepções e atitudes), imagem das OSCs e a própria natureza solidária do brasileiro, só evoluíram. A redução no volume de doadores e do valor doado explica-se pela conjuntura, isto é, por fatores muito concretos e incontornáveis. Entretanto, são esses mesmos fatores conjunturais que podem ser recuperados com maior facilidade: em um cenário de crescimento econômico, redução do desemprego e das desigualdades, e maior segurança para o cidadão, o potencial doador vai voltar.



RESULTADOS SELECIONADOS





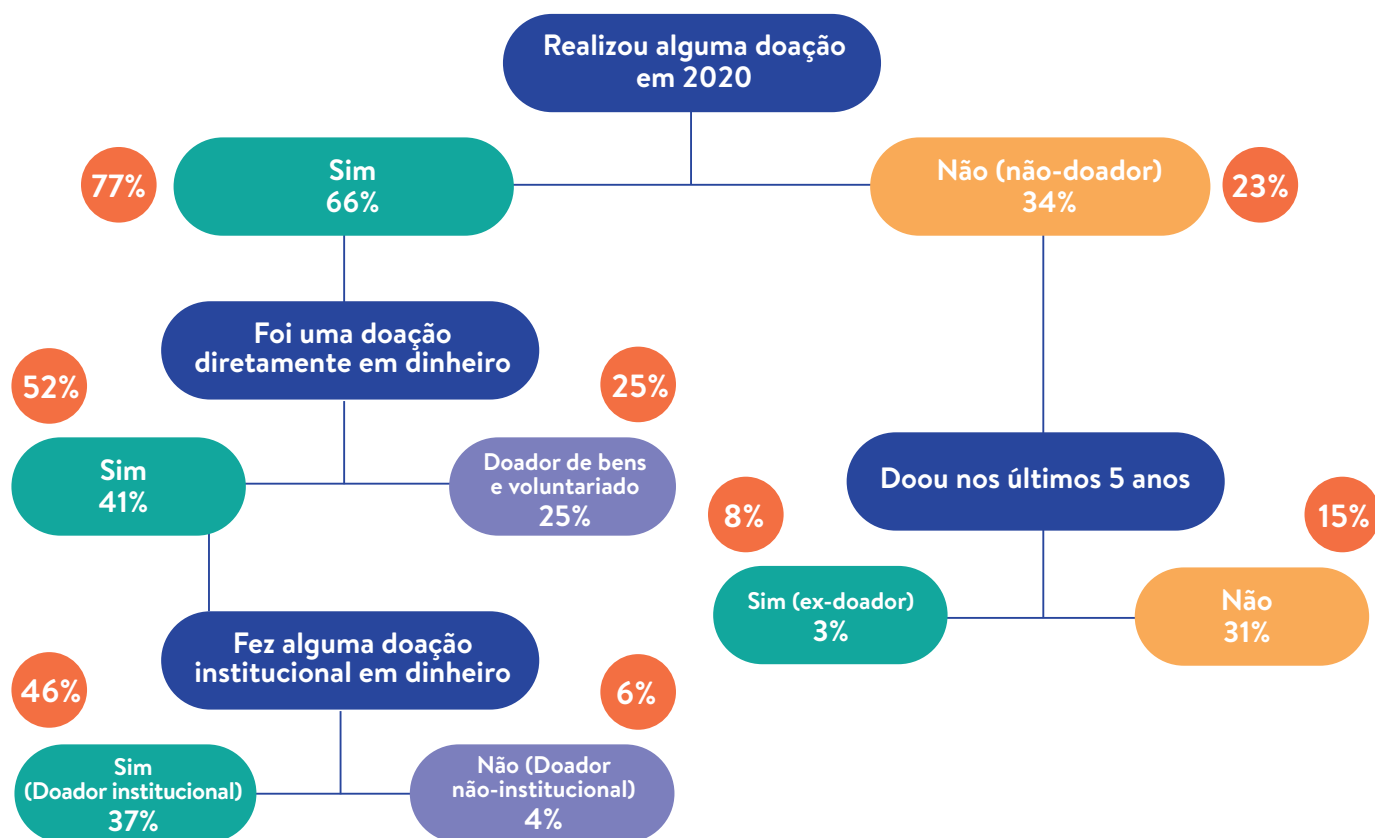
QUANTOS BRASILEIROS DOARAM EM 2020

QUANTOS BRASILEIROS DOARAM EM 2020

O ano de 2020 registrou uma queda de 11 pontos percentuais na prática da doação, quando comparado a 2015 (66% versus 77%).

Essa redução se deu basicamente entre os doadores de dinheiro (41% versus 52%), já que o nível de doadores exclusivamente de bens e trabalho voluntário permaneceu estável em 25%.

A parcela da população que doou para organizações e iniciativas socioambientais (doadores institucionais) também caiu. Em 2020 foi de 37% e em 2015 era de 46%.



RESULTADOS 2015 **X%**

Base 2015: (2.230) / Base 2020: (2.103)



PERFIL DO DOADOR INSTITUCIONAL DE DINHEIRO

ONDE O BRASILEIRO É MAIS DOADOR

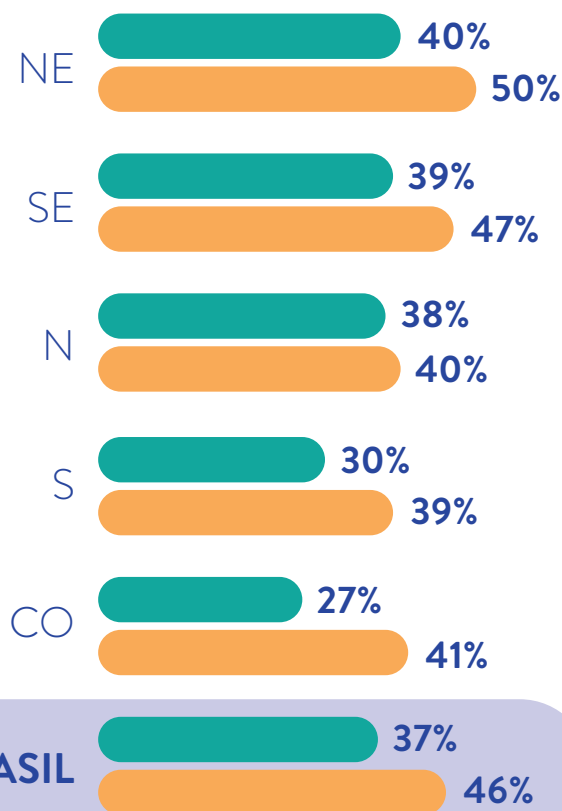
O Nordeste volta a se mostrar a região mais solidária, ocupando o primeiro lugar do ranking com 40% da população tendo feito alguma doação institucional em 2020.

Em segundo lugar, manteve-se a região Sudeste, apenas um ponto percentual abaixo do Nordeste.

No último lugar, houve modificação. O Centro-Oeste ficou em quinto lugar, com 27% dos habitantes tendo feito alguma doação institucional. Na Pesquisa de 2015, o último colocado era a região Sul, que agora aparece na penúltima posição.



● 2015 ● 2020



(2015) P19. Você fez alguma doação em dinheiro em 2015?

(2020) Q10. E você fez alguma doação diretamente em dinheiro em 2020?

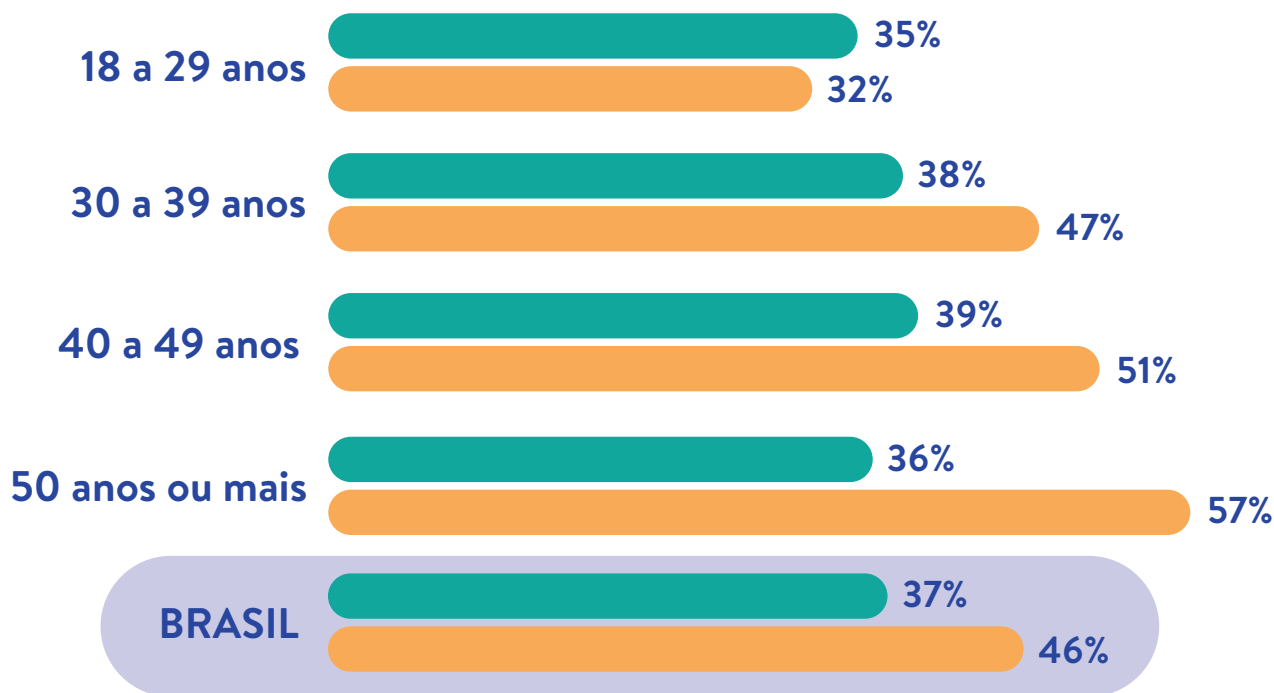
Bases: [2015] Total da amostra (2230) | [2020] Total da amostra (2103)

EM QUE IDADE O BRASILEIRO MAIS DOA

Se em 2015 a prática da doação aumentava com a idade, em 2020 esse crescimento só vai até a faixa entre 40 e 49 anos.

A partir dos 50 anos, a proporção de doadores recua, talvez em função da queda de receita entre os aposentados.

É interessante observar que a única faixa etária que em 2020 apresentou um percentual maior de doadores do que em 2015, foi a dos mais jovens, entre 18 e 29 anos, indicando uma possível tendência mais doadora das novas gerações.



● 2015 ● 2020

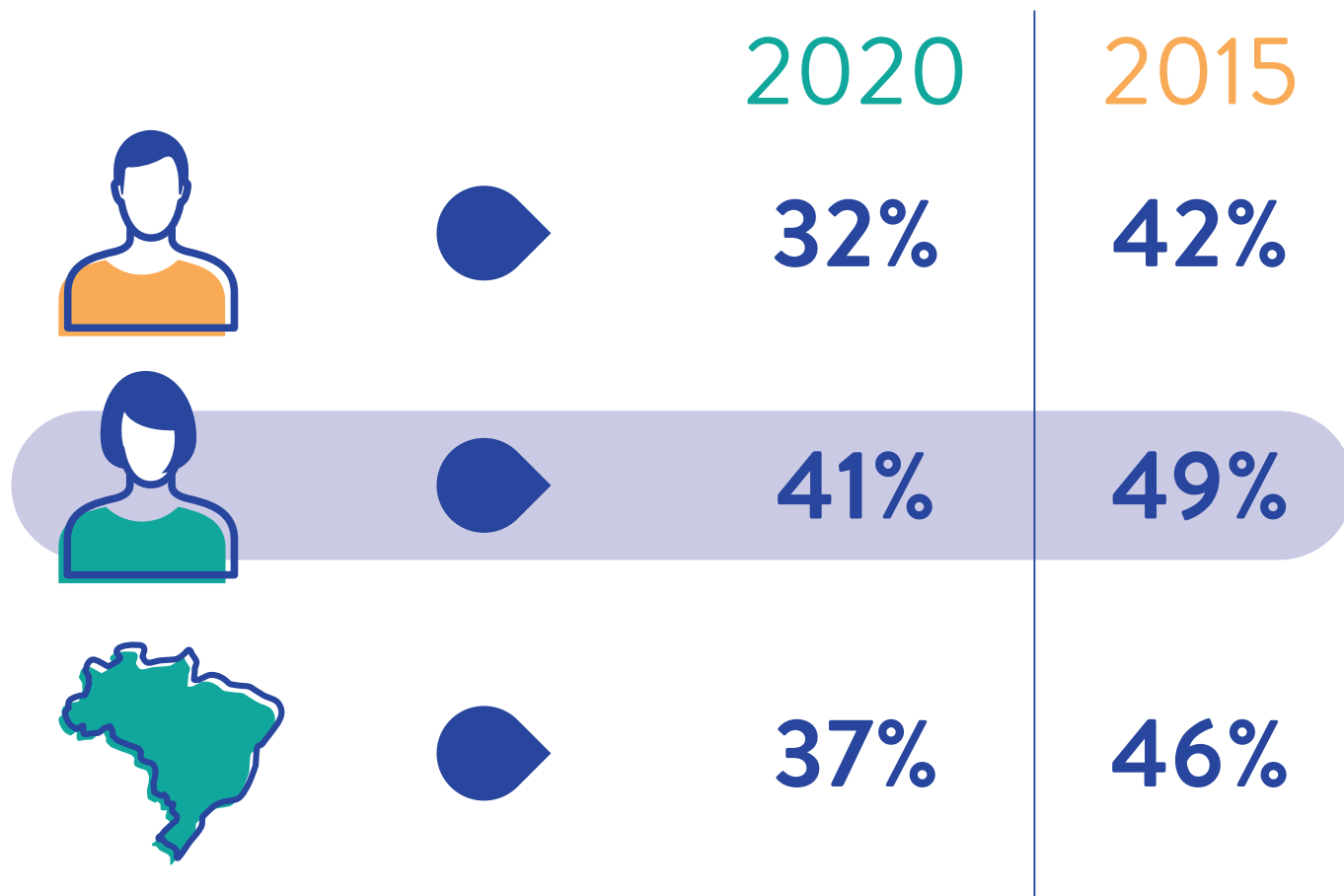
(2015) P19. Você fez alguma doação em dinheiro em 2015?
 (2020) Q14. E você saber dizer qual seria o valor aproximado dessas doações em dinheiro durante o ano todo, exceto esmolos e dízimo?

Bases: [2015] Total da amostra (2230) | [2020] Total da amostra (2103)

AS MULHERES CONTINUAM DOANDO MAIS

Ao comparar a prática da doação entre os gêneros, vemos que as mulheres continuam doando mais.

Em 2020, a distância entre homens e mulheres aumentou. Em 2015, sete pontos percentuais os separavam e, em 2020, são nove pontos percentuais.



(2015) P19. Você fez alguma doação em dinheiro em 2015?

(2020) Q10. E você fez alguma doação diretamente em dinheiro em 2020?

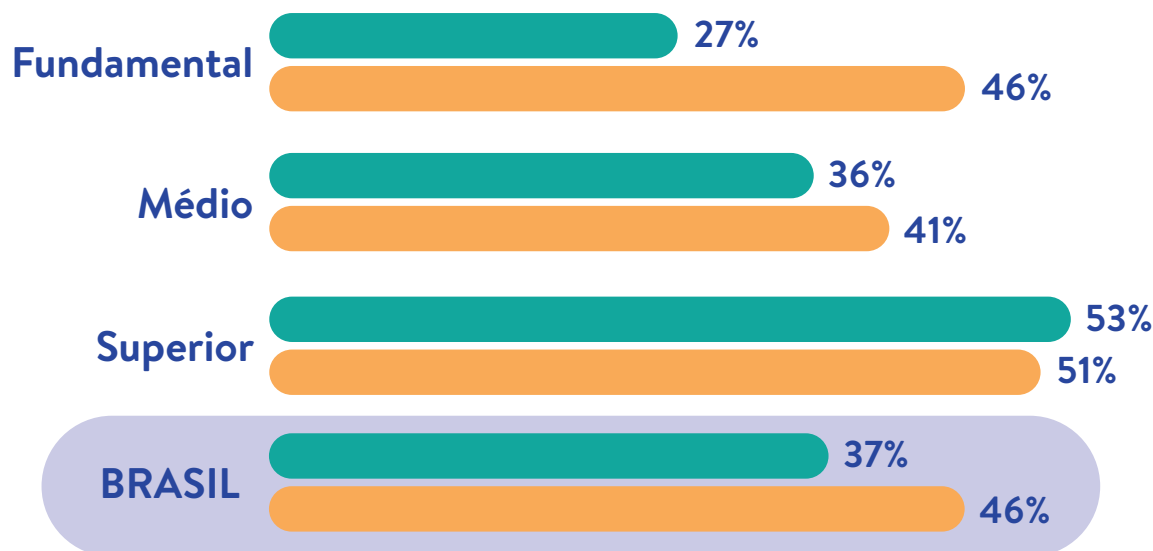
Bases: [2015] Total da amostra (2230) | [2020] Total da amostra (2103)

A INFLUÊNCIA DA ESCOLARIDADE

A prática da doação cresce na medida em que aumenta o nível de escolaridade.

Vale reparar que a proporção de doadores caiu entre os que têm Ensino Fundamental e Médio, e cresceu entre aqueles com Ensino Superior.

Em 2015, havia uma diminuição entre a população com Ensino Médio, que não se repetiu em 2020.



● 2015 ● 2020

(2015) P19. Você fez alguma doação em dinheiro em 2015?

(2020) Q10. E você fez alguma doação diretamente em dinheiro em 2020?

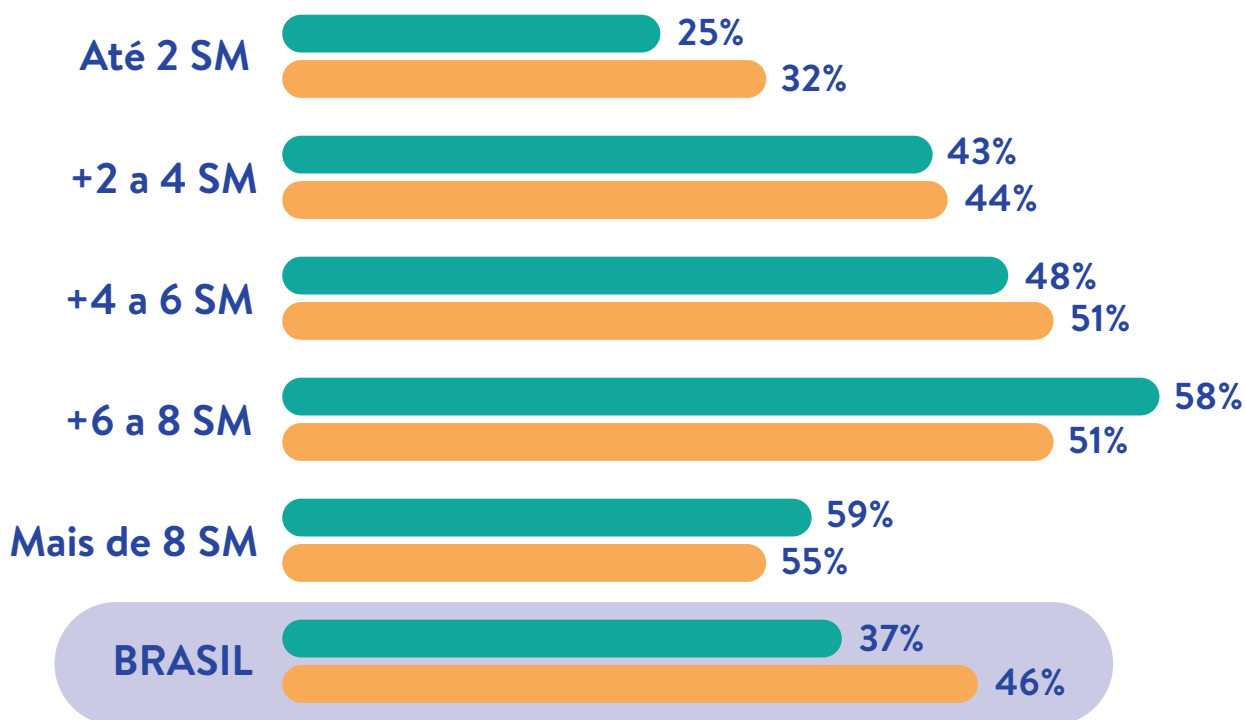
Bases: [2015] Total da amostra (2230) | [2020] Total da amostra (2103)

A INFLUÊNCIA DA RENDA

Assim como acontece com a escolaridade, a prática da doação é proporcional à renda. Mas dois pontos chamam a atenção.

O primeiro é que 1/4 da população com renda familiar de até dois salários mínimos, apesar das dificuldades, faz doações para organizações e projetos socioambientais.

E o segundo é que a prática da doação entre pessoas com renda familiar superior a 6 salários mínimos é mais de 20 pontos percentuais maior do que a média nacional, e maior do que foi em 2015, mostrando um grande grau de contribuição desse grupo.



● 2015 ● 2020

Salário mínimo (SM) em 2020: R\$ 1.039,00

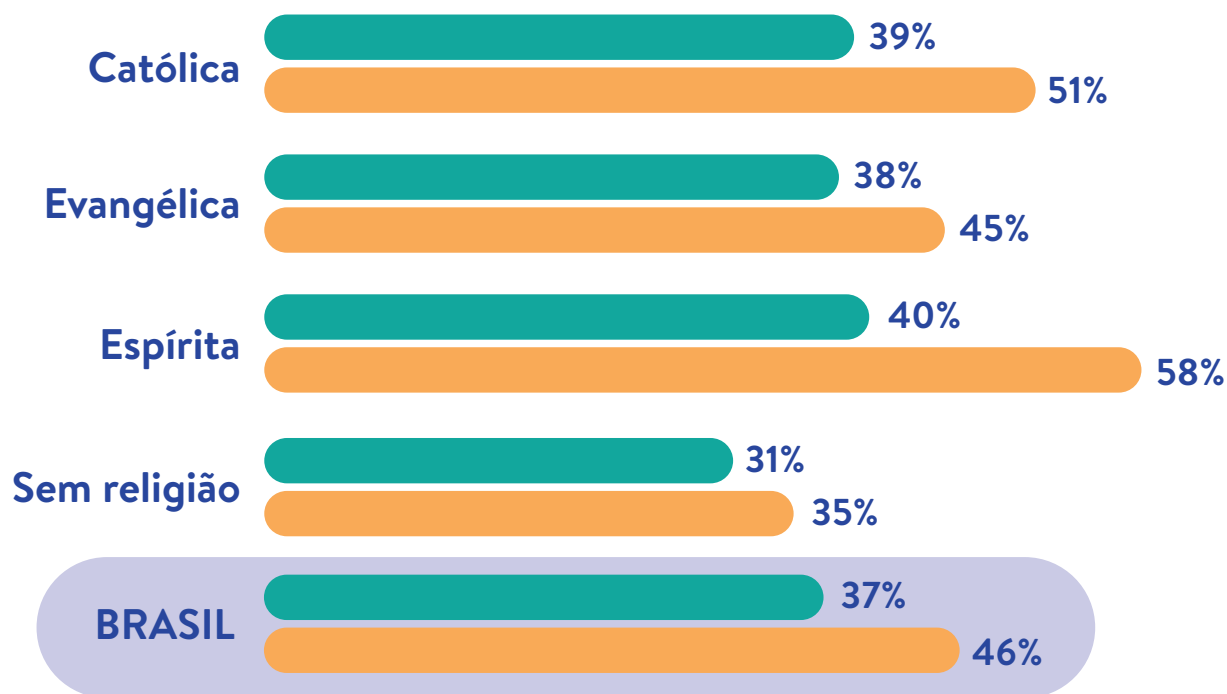
(2015) P19. Você fez alguma doação em dinheiro em 2015?

(2020) Q10. E você fez alguma doação diretamente em dinheiro em 2020?

Bases: [2015] Total da amostra (2230) | [2020] Total da amostra (2103)

A INFLUÊNCIA DA RELIGIÃO

A Pesquisa 2020 confirma que ter uma religião exerce influência positiva no ato de doar. De modo geral os grupos que possuem religião doaram mais do que a média do País (37%), enquanto o grupo sem religião doou menos (35%). Apesar dos percentuais serem próximos, eles reforçam os resultados da Pesquisa anterior.



● 2015 ● 2020

(2015) P19. Você fez alguma doação em dinheiro em 2015?

(2020) Q10. E você fez alguma doação diretamente em dinheiro em 2020?

Bases: [2015] Total da amostra (2230) | [2020] Total da amostra (2103)

PERFIL CLÁSSICO DO DOADOR INSTITUCIONAL



- Mulher
- Idade entre 30 e 49 anos (média 42 anos)
- Tem instrução superior
- Mora na região Nordeste ou Sudeste
- Tem renda familiar superior a 4 salários mínimos
- Está satisfeita com a própria renda
- Tem alguma religião

MOTIVAÇÕES PARA DOAR (RESPOSTAS ESPONTÂNEAS)



● 2015 ● 2020

(2015) P30a. Por qual razão você faz doações em dinheiro?
 (2020) Q27. Por qual razão você faz doações de dinheiro para as organizações sociais? Mais alguma razão?

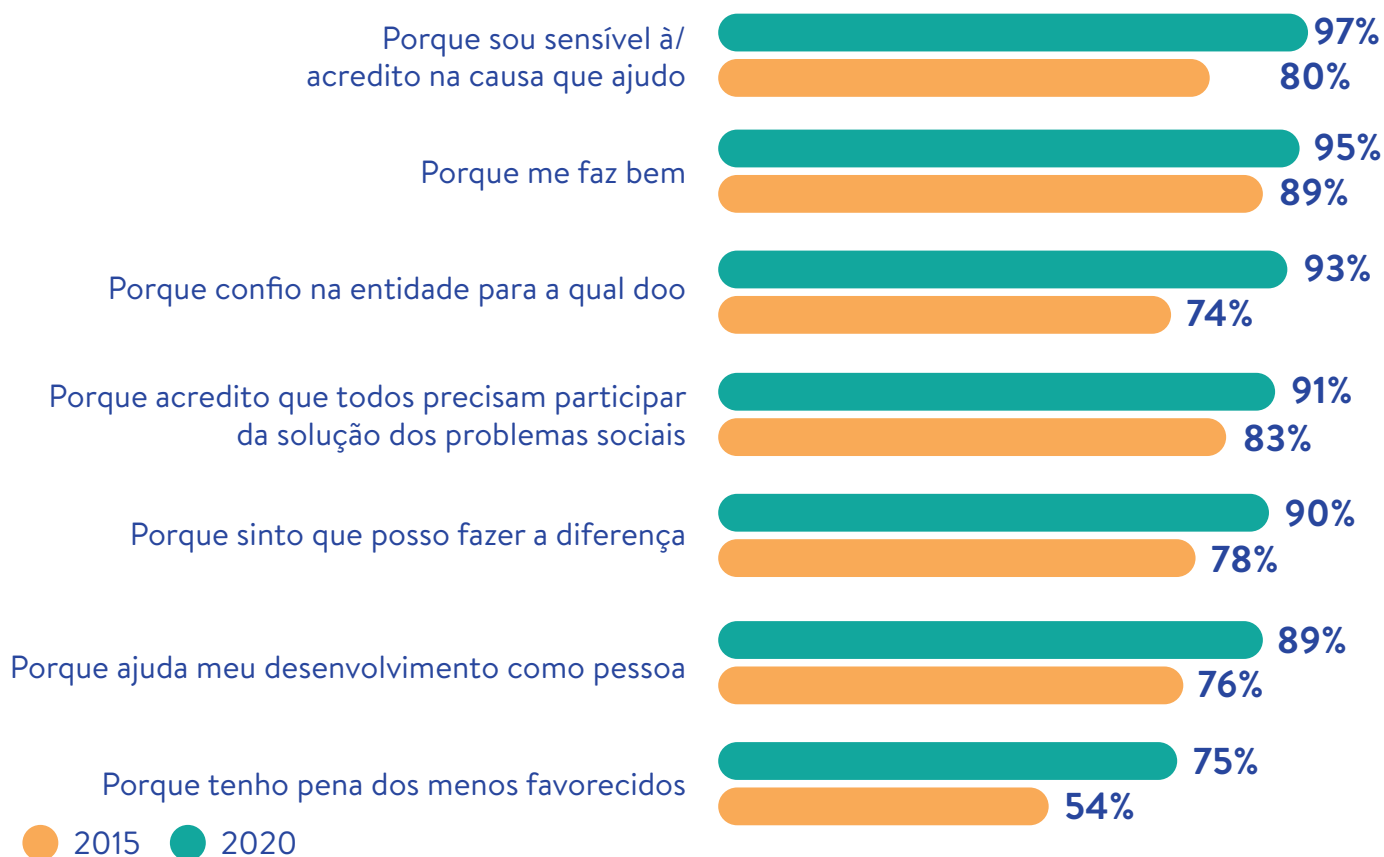
Bases: Doadores Institucionais: [2015] (1016) | [2020] (771)

MOTIVAÇÕES PARA DOAR (RESPOSTAS ESTIMULADAS)

Enquanto que na resposta espontânea surge em primeiro lugar a solidariedade em relação aos mais necessitados, quando é apresentada uma lista de motivações para doar, os entrevistados admitem que doar lhes faz bem e dizem acreditar na responsabilidade coletiva para a solução de problemas.

Em ambas as situações, a confiança na organização beneficiária aparece entre as primeiras posições.

(somatória dos dois maiores níveis de importância)

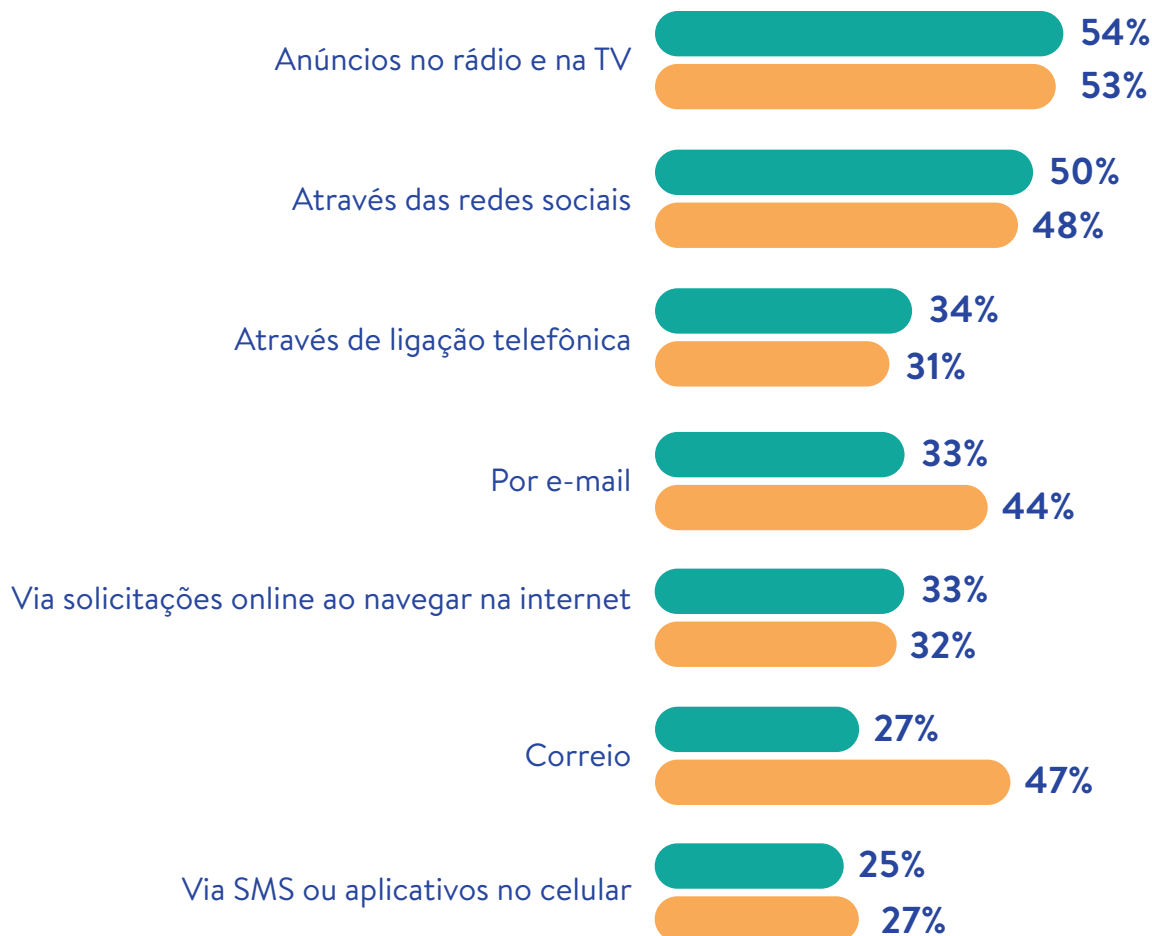


(2015) P30B. Dos motivos abaixo responda qual a importância em doar:
(2020) Q32A. Em relação aos motivos que levam uma pessoa a realizar uma doação, indique numa escala de 1 a 5 qual é o grau de importância que você considera para realizar uma doação:

Bases: Doadores Institucionais: [2015] (1016) | [2020] (771)

CANAIS DE ABORDAGEM: QUAIS SÃO OS MAIS CONVENIENTES

(somatório dos dois maiores níveis de conveniência)



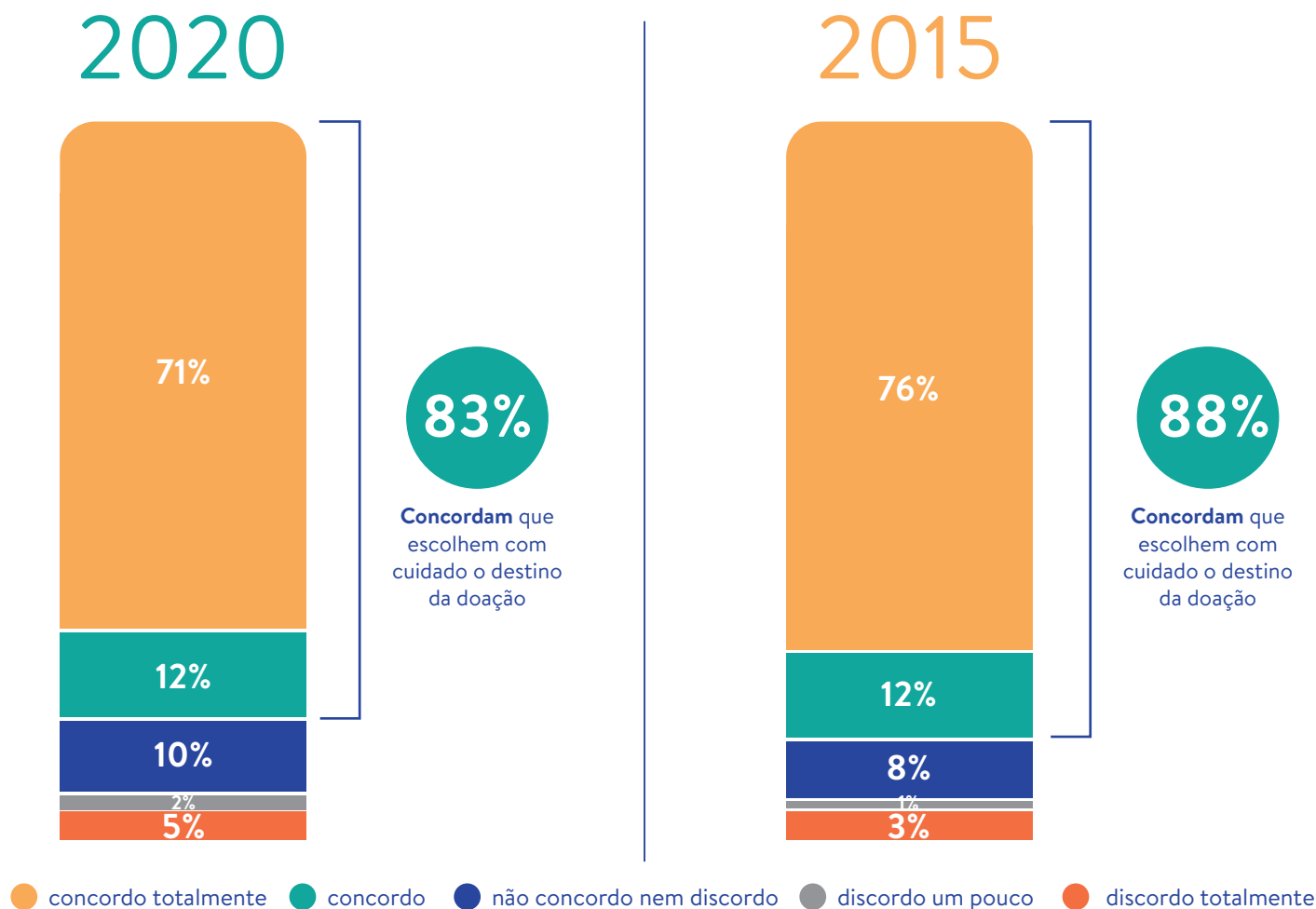
 2015  2020

(2015) P32. Dos seguintes modos que as instituições utilizam para solicitar a doação como avalia sua conveniência? | (2020) Q42. Dos seguintes modos que as instituições utilizam para solicitar a doação, e utilizando uma escala de 1 a 5, onde 1 é muito inconveniente e 5 é muito conveniente, como avalia a forma com que a abordagem para realizar uma doação é feita: [RU POR ITEM]

Bases: 2020 Doadores institucionais de dinheiro (771) | 2015: Doadores institucionais de dinheiro (1016)

TOMADA DE DECISÃO

Mesmo a doação por impulso não sendo uma prática tão comum entre os brasileiros, o gráfico mostra que caiu o número de doadores que afirmam escolher com cuidado o destino das doações. Essa queda, muito provavelmente, se deve à crise gerada pela pandemia, que sensibilizou a população e fez com que ela doasse mais espontaneamente.

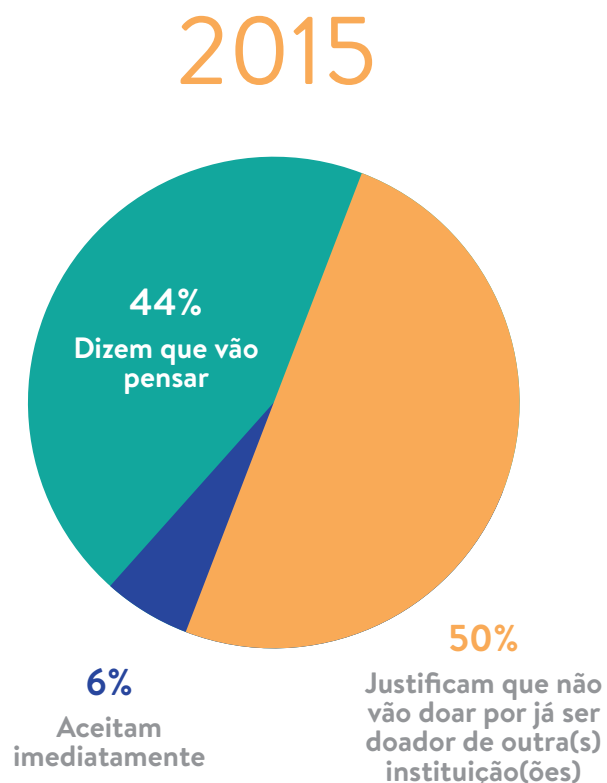
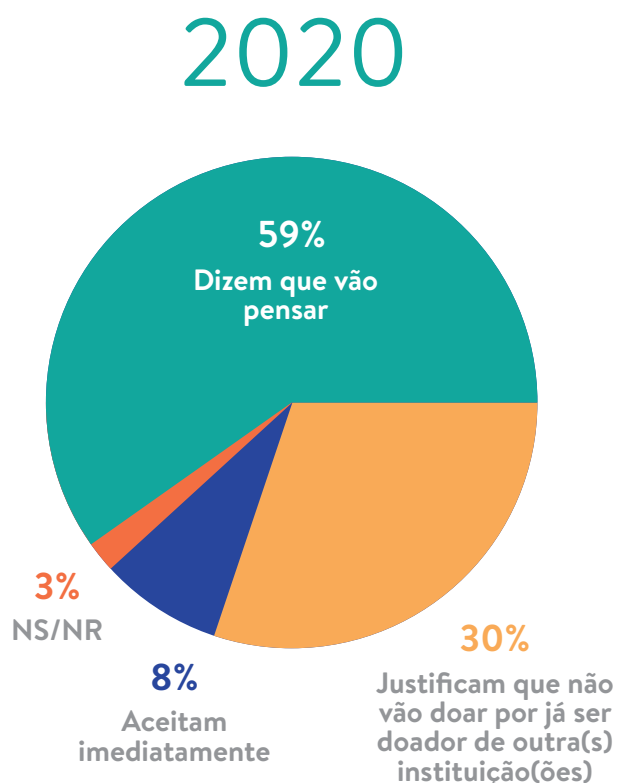


(2015) P36. Avalie as seguintes frases com relação à doação:
(2020) Q36. Responda às seguintes frases referentes à doação, dando nota de 1 a 5, sendo que com 1 você discorda totalmente e com 5 você concorda totalmente

Bases: (2020) Fez alguma doação em dinheiro (771)
(2015) Doadores institucionais em dinheiro (1016)

REAÇÃO DOS DOADORES AO SEREM ABORDADOS

O gráfico mostra uma redução do percentual daqueles que recusam o pedido alegando serem doadores de outra instituição. Isso é natural, já que há um número menor de doadores entre a população. No entanto, o gráfico mostra que a doação por impulso – aquele que aceita imediatamente – continua não sendo uma prática comum entre os brasileiros.



(2015) P43. Quando você é abordado para fazer alguma doação em dinheiro, qual a sua reação mais comum? [RU]

(2020) Q43. Quando você é abordado para fazer alguma doação em dinheiro, qual a sua reação mais comum? [RU]

Bases: 2020 Doadores institucionais de dinheiro (771)
2015: Doadores institucionais de dinheiro (1016)

CRITÉRIOS E CUIDADOS PARA FAZER A DOAÇÃO

(somatória dos dois níveis de concordância)



● 2015 ● 2020

(2015) P36. Responda às seguintes frases referentes à doação, dando nota de 1 a 5, onde com 1 você discorda totalmente e com 5 você concorda totalmente

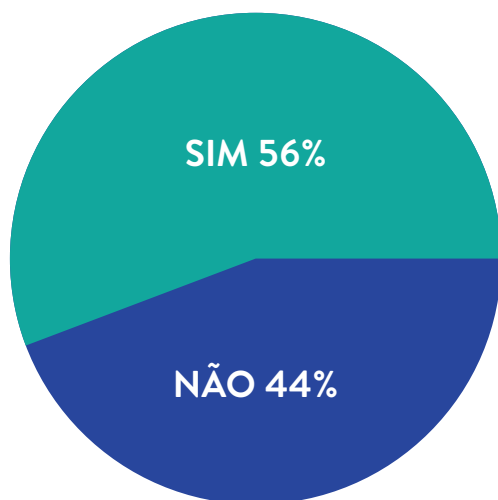
(2020) Q36. Responda às seguintes frases referentes à doação, dando nota de 1 a 5, onde com 1 você discorda totalmente e com 5 você concorda totalmente

Bases: 2020 Doadores institucionais de dinheiro (771)
2015: Doadores institucionais de dinheiro (1016)

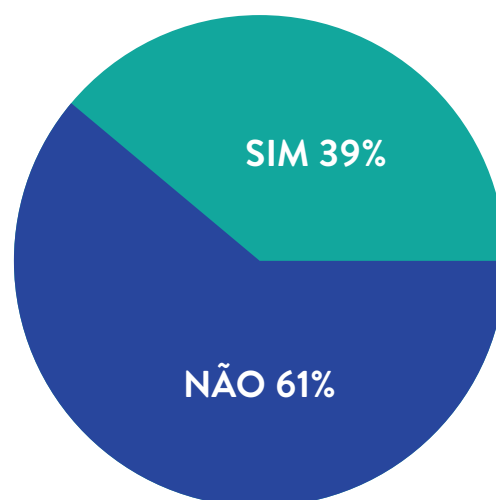
JÁ VISITARAM A INSTITUIÇÃO BENEFICIADA

Aumentou significativamente o número de doadores que visitou a instituição beneficiada. Esse crescimento pode mostrar um maior envolvimento ou proximidade do doador com a organização/ iniciativa socioambiental que apoia.

2020



2015

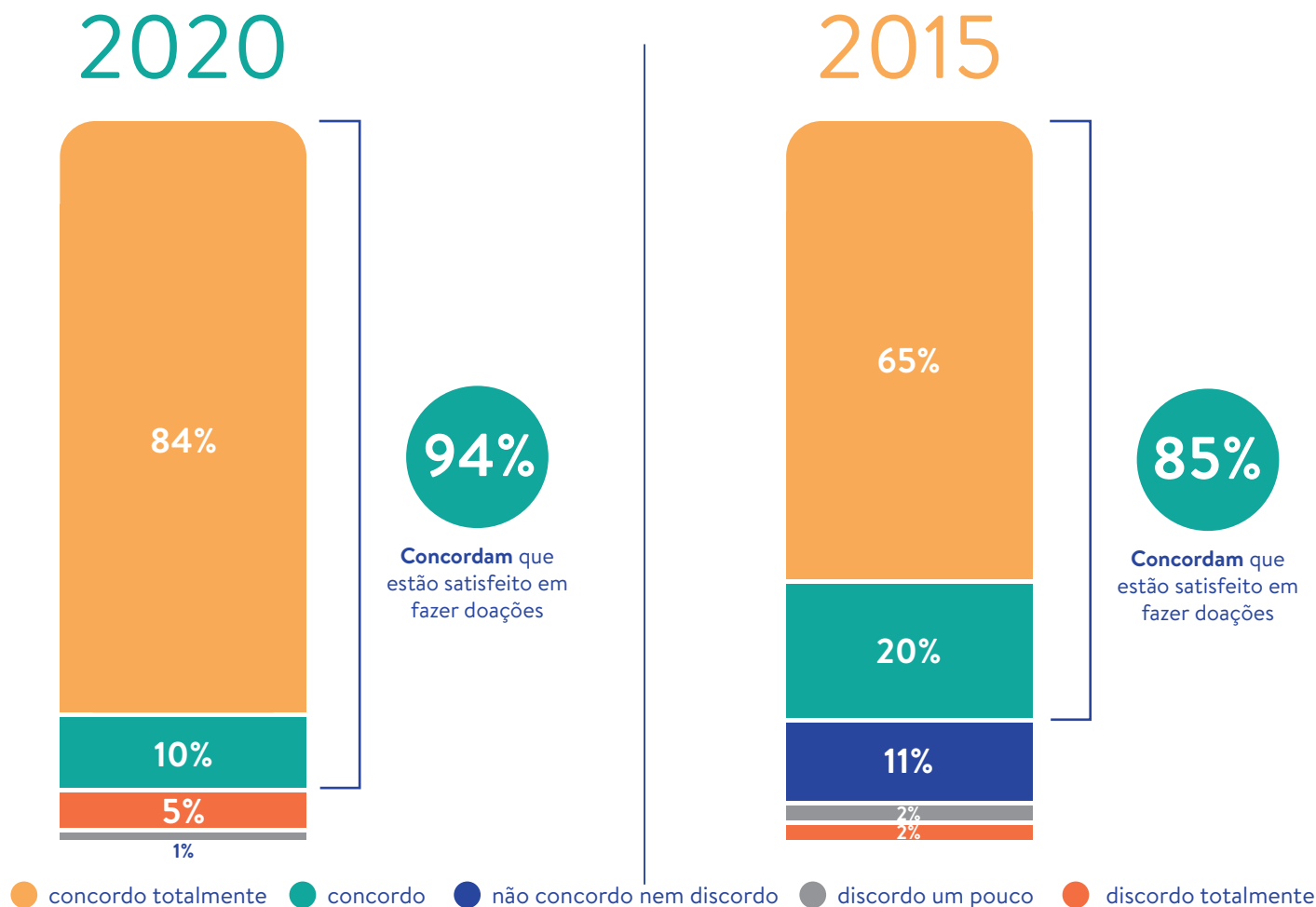


(2015) Q29. Você já visitou pessoalmente essa instituição?
(2020) Q23. E você já visitou pessoalmente essa instituição?

Bases: 2020 Doadores institucionais de dinheiro (771)
2015: Doadores institucionais de dinheiro (1016)

SATISFAÇÃO COM A DOAÇÃO

Em 2020, o nível de satisfação dos doadores aumentou sensivelmente. Talvez seja o resultado do espaço que a mídia dedicou para a cobertura do impacto dos projetos realizados com doações.



(2015) P31. Com relação às doações que você realiza, seja de dinheiro, bens ou voluntariado, responda em uma escala de 1 a 5 sendo que 1 é discordo totalmente e 5 concordo totalmente com relação a quanto você:
 (2020) Q31. Com relação às doações que você realiza, seja de dinheiro, bens ou voluntariado, responda em uma escala de 1 a 5 sendo que 1 é discordo totalmente e 5 concordo totalmente com relação a quanto você:

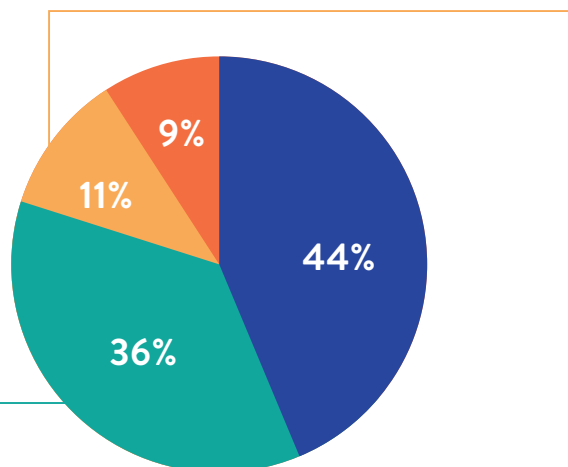
Bases: (2020) Fez alguma doação (771);
 (2015) Doadores institucionais em dinheiro (1016)

PERSPECTIVAS PARA 2021

As perspectivas para 2021 são muito positivas porque 80% dos doadores afirmam querer doar mais ou o mesmo valor neste ano.

Em 2021 vai...

- Doar o mesmo valor que doou no ano passado
- Doar mais do que doou no ano passado
- Doar menos do que doou no ano passado
- NS/NR



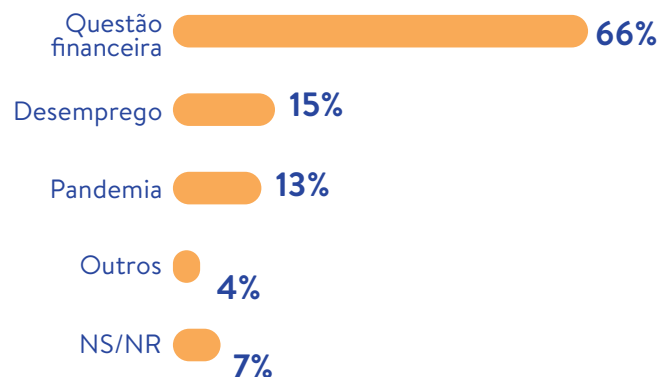
Base: Doou dinheiro em 2020 (771)

MOTIVOS PARA DOAR MAIS



Base: Espera doar mais em 2021 (276)

MOTIVOS PARA DOAR MENOS



Base: Espera doar menos em 2021 (89)

Q28. E em 2021 você diria que pretende... | Q28a. E por quais motivos você pretende doar mais do que doou o ano passado? | Q28b. E por quais motivos você pretende doar menos do que doou o ano passado?

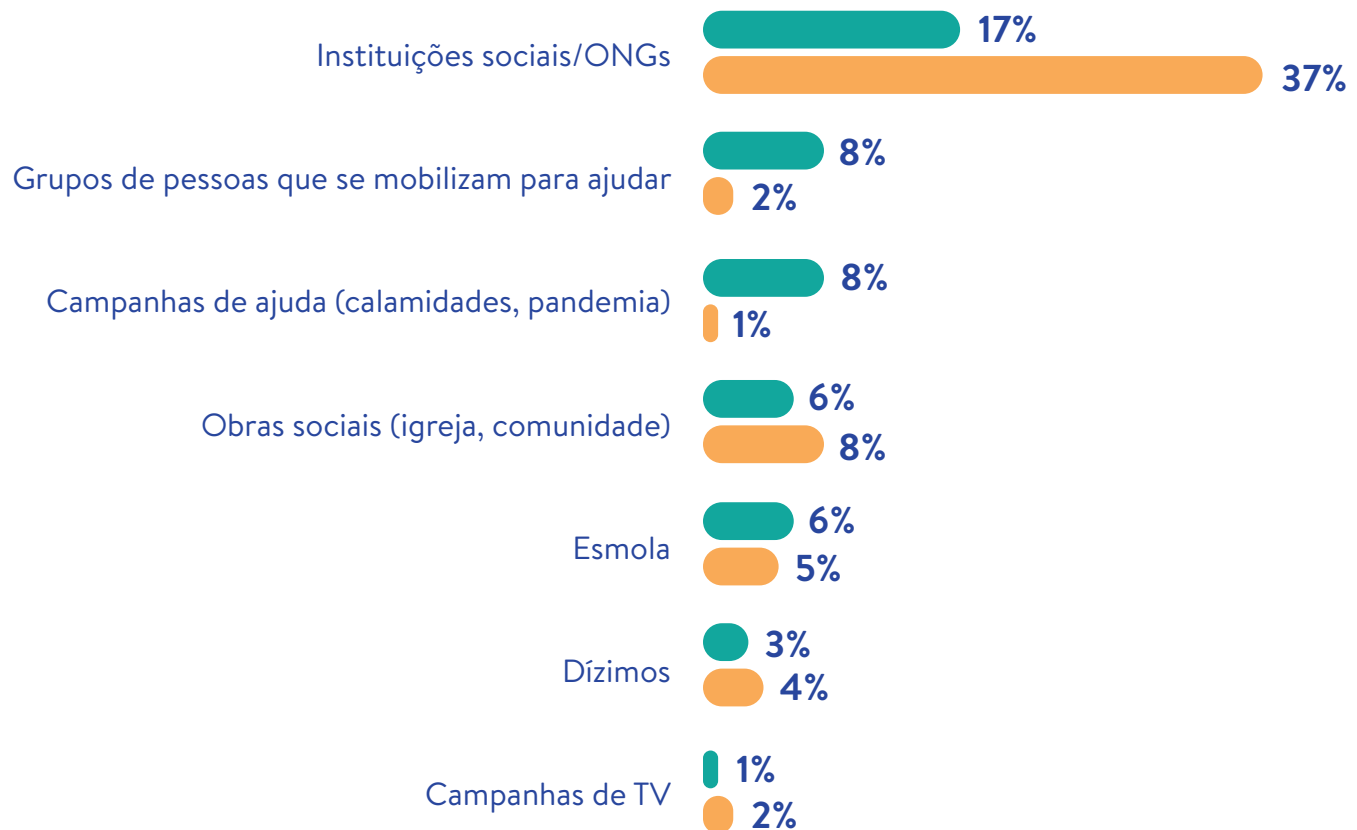


CARACTERÍSTICAS DAS DOAÇÕES EM DINHEIRO

QUEM RECEBE AS DOAÇÕES (RESPOSTAS MÚLTIPLAS)

Chama muito a atenção como as doações para organizações formais caíram, enquanto as destinadas a ‘grupos de pessoas mobilizadas’ e ‘campanhas de ajuda’ cresceram.

Muito provavelmente trata-se de um fenômeno causado pela pandemia.

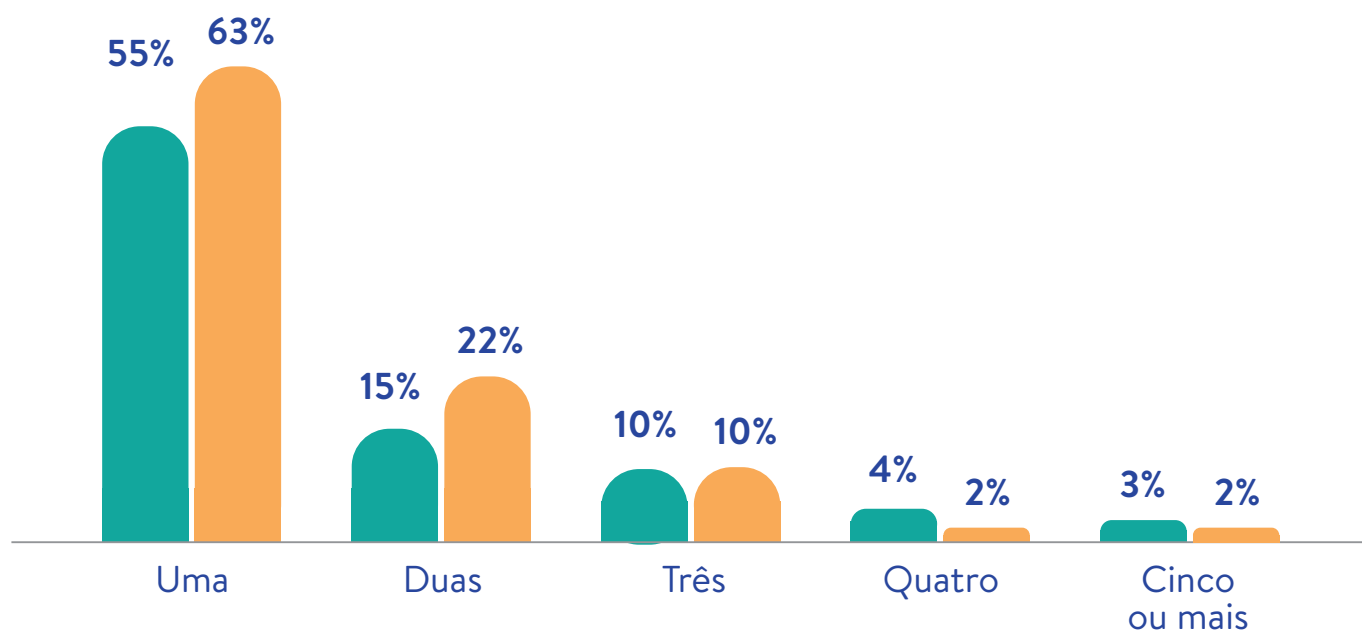


● 2015 ● 2020

(2015) P20. Esta doação em dinheiro foi: (espontânea)
(2020) Q13. E para além da pandemia, para quem você fez doações em dinheiro no último ano?

Bases: Amostra total
(2015) (2230) / (2020) (2.103)

PARA QUANTAS INSTITUIÇÕES CADA DOADOR DOOU



● 2015 ● 2020

(2015) P21. Considerando as doações em dinheiro que vc realizou, você doou para apenas 1 ou para mais de 1? Quantas?

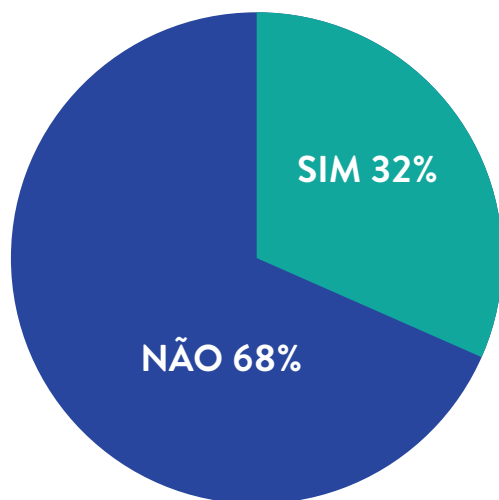
(2020) Q15. E para quantas instituições você doou?

Bases (Doadores institucionais de dinheiro): 2020 (771); 2015 (1016)

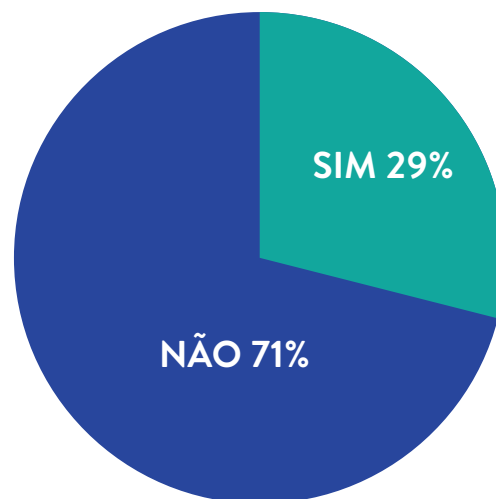
VÍNCULO DA INSTITUIÇÃO BENEFICIÁRIA COM IGREJAS

Assim como em 2020, aproximadamente 1/3 das doações é destinado a instituições vinculadas a igrejas.

2020



2015

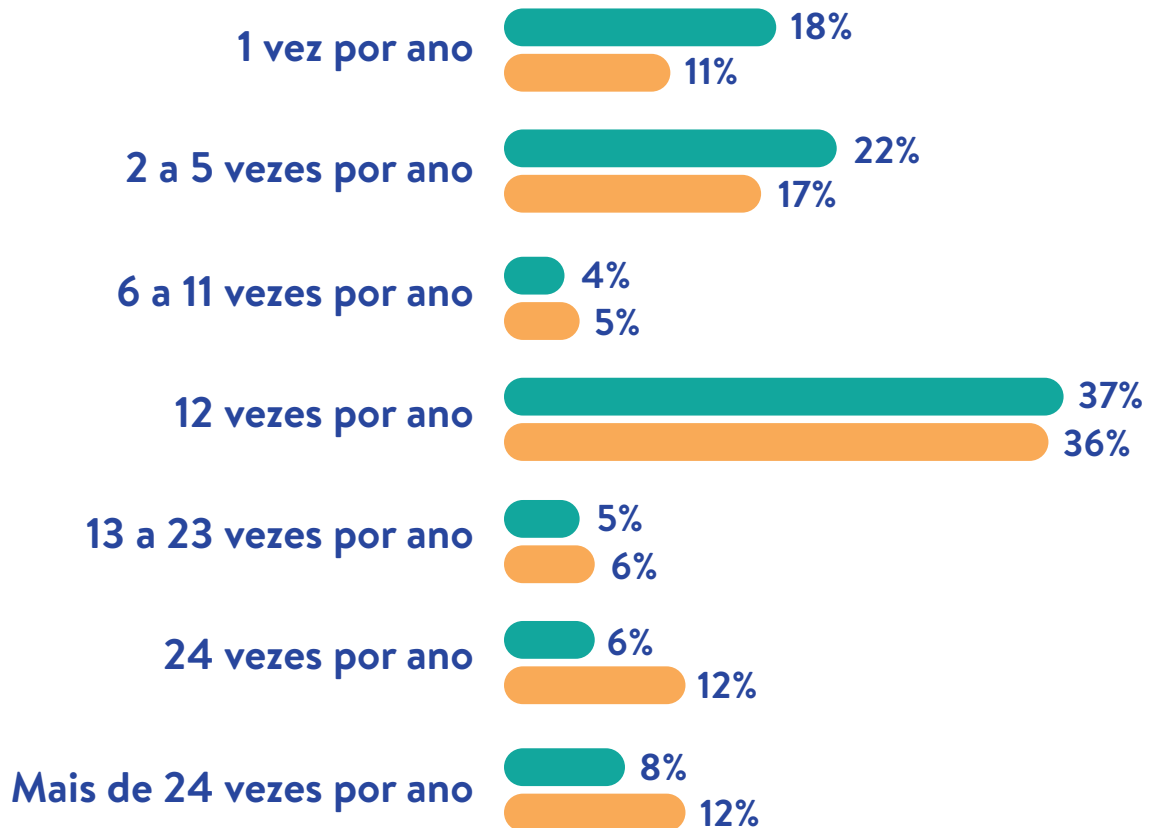


(2015) P24. Esta instituição é vinculada a alguma igreja?
(2020) Q18. Essa instituição é vinculada a alguma igreja?

Bases (Doadores institucionais de dinheiro): 2020 (771); 2015 (1016)

COM QUE FREQUÊNCIA SÃO FEITAS AS DOAÇÕES

Ao analisar a frequência, vemos que a proporção de doadores que praticam a doação mensal se manteve estável, porém aumentou o percentual das doações pontuais e caiu o volume daqueles que doavam mais de uma vez por mês.



● 2015 ● 2020

(2015) P25. Com que frequência você doa para essa instituição?
 (2020) Q19. Com que frequência você costuma doar/ou doou para essa instituição?

Bases: (2020) Doadores institucionais realizaram doação em dinheiro (747)
 (2015) Doadores institucionais de dinheiro que informaram o valor doado (853)

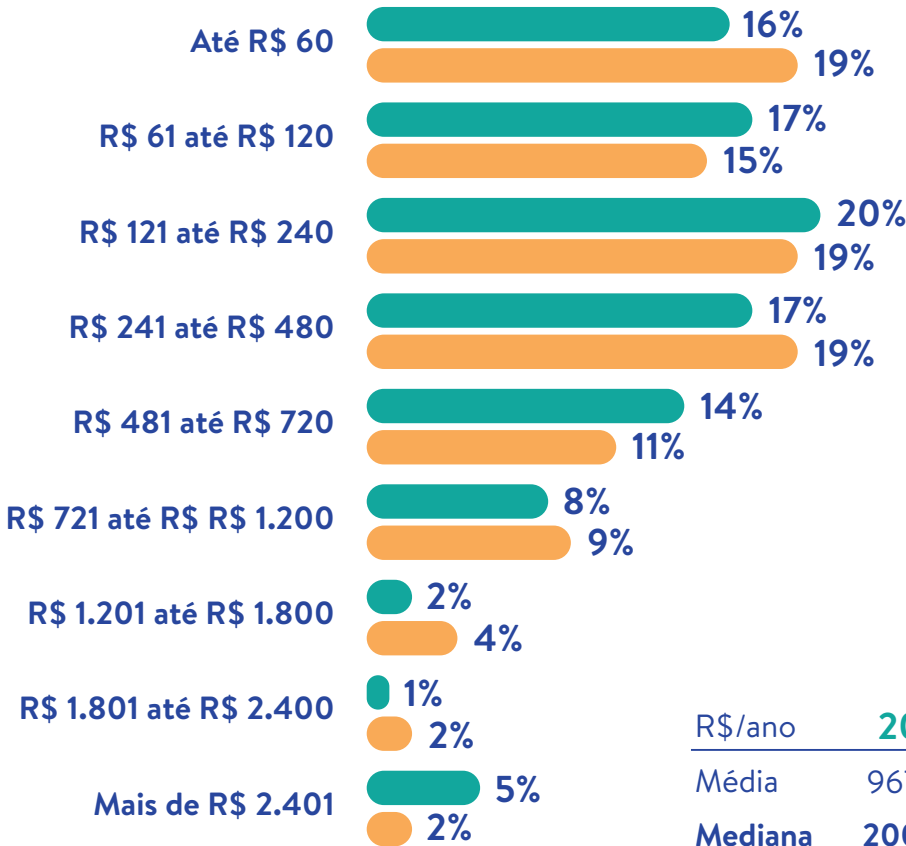


QUANTO CADA PESSOA DOA POR ANO

Além da redução da frequência, os valores doados em 2020 também foram menores do que em 2015.

A mediana dos valores doados por ano ficou em R\$ 200, tendo caído 17% em relação aos R\$ 240 de 2015.

Porém, a média dos valores doados em 2020 ficou acima de 2015, o que indica que houve algumas grandes doações desconsideradas no cálculo da mediana.



● 2015 ● 2020

(2015) P26. Valor anual da doação em dinheiro
(2020) Q14. E você saber dizer qual seria o valor aproximado dessas doações em dinheiro durante o ano todo, exceto esmolas e díizimo?

Bases: (2020) Doadores institucionais que souberam informar valor doado (575)
(2015) Doadores institucionais de dinheiro que informaram o valor doado (853)

ESTIMATIVA DO TOTAL DOADO EM 2020

1

População Brasil
158,7 MILHÕES
de habitantes com
18 anos ou mais

IBGE 2019



2

FILTROS DE AMOSTRA

> Renda familiar
acima de 1 SM
(2019 = R\$ 998,00)

3

População representada

136,7
milhões
de habitantes

4



incidência de doação
institucional* na amostra

37%

5

50,13
milhões

doadores institucionais
no Brasil

mediana
doações institucionais
R\$ 200,00 / ano

6

o valor estimado do
volume total de doações

R\$ 10,3
bilhões

R\$13,7 bilhões em 2015



*São considerados doadores institucionais aqueles que em 2020 fizeram doações financeiras para alguma instituição social ou ONG, obras sociais de igrejas ou da comunidade, campanhas de ajuda a desabrigados, calamidades ou pandemia, campanhas de TV, grupo de pessoas ou indivíduos que se mobilizem informalmente para ajudar necessitados e/ou correlatos, que não exclusivamente dizimos ou esmolas

Em 2020,
as doações individuais
dos brasileiros em
dinheiro totalizaram
R\$ 10,3 bilhões

R\$ 13,7 bi em 2015

Este valor corresponde
a **0,14%** do PIB do País

0,23% em 2015



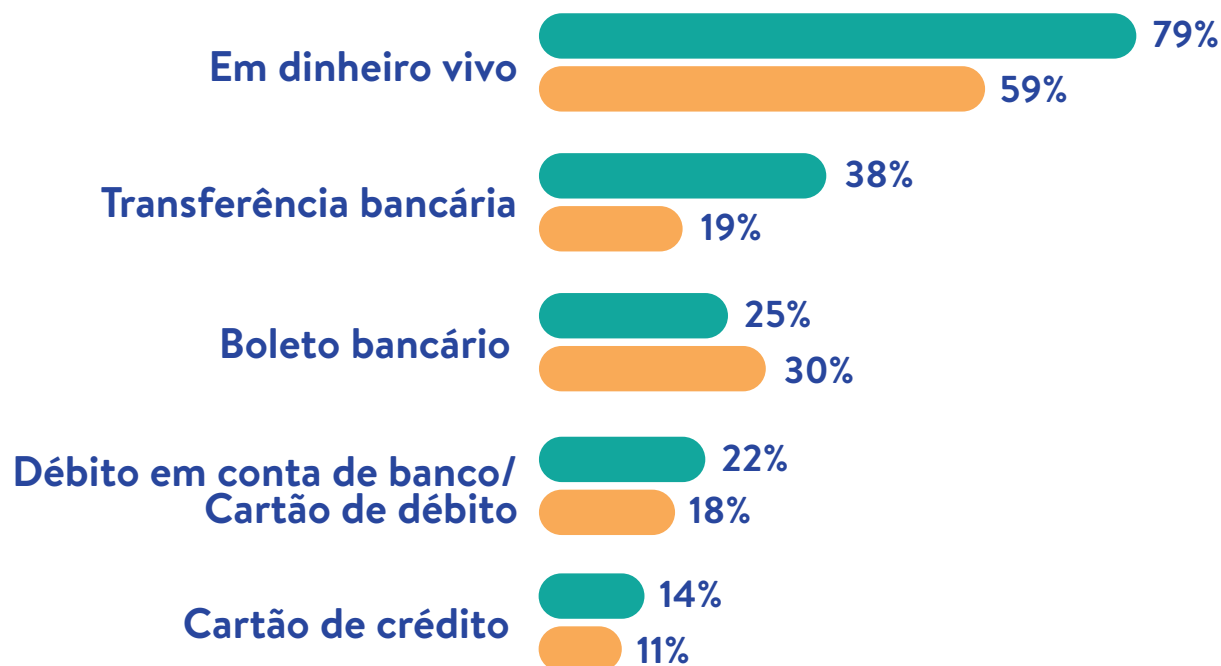
MEIOS DE PAGAMENTO

Este bloco de perguntas
teve o apoio do



**mercado
pago**

FORMAS DE PAGAMENTOS USADAS NAS DOAÇÕES DE DINHEIRO



● 2015 ● 2020

(2015) P33a. Dos seguintes modos de fazer o pagamento da doação, quais já usou?

(2020) Q33. Você já utilizou ... para fazer doação?

Bases: 2020 Doadores institucionais de dinheiro (771)

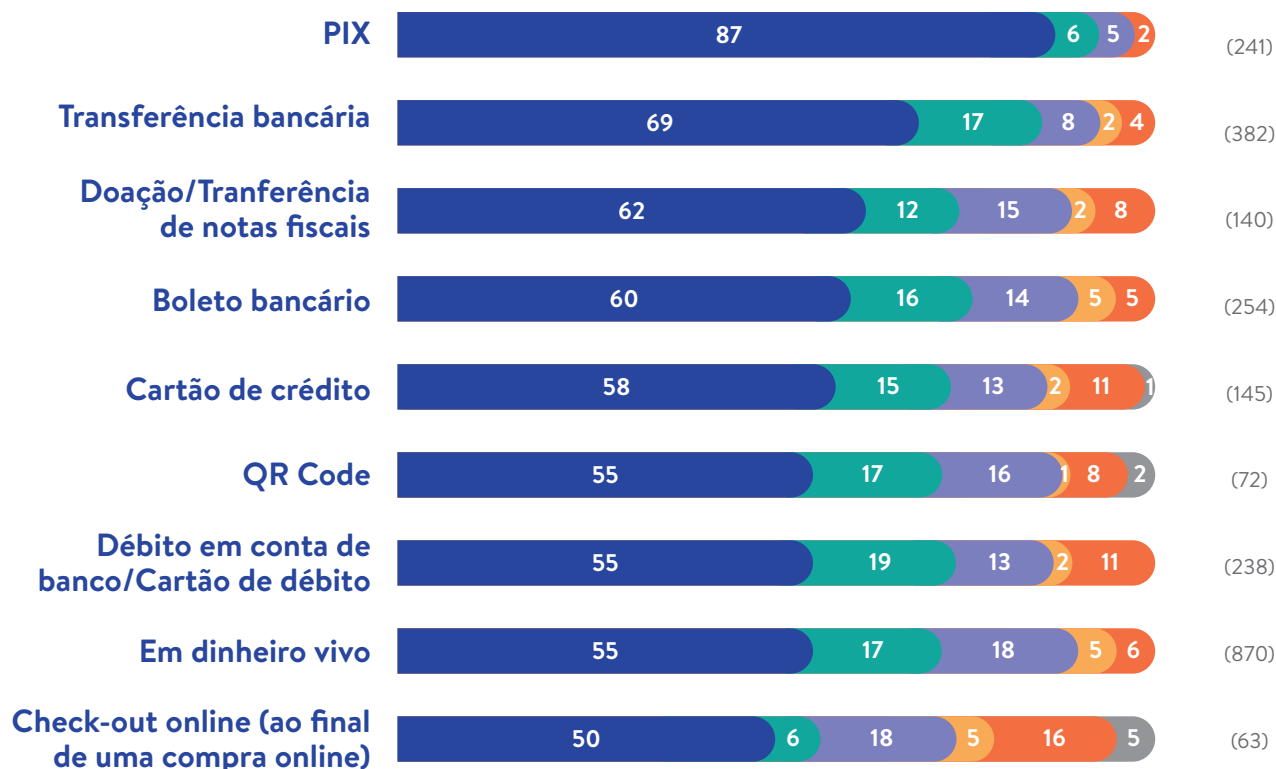
2015: Doadores institucionais de dinheiro (1016)

AVALIAÇÃO DAS FORMAS DE PAGAMENTO

É impressionante a aprovação do PIX por aqueles que já usaram esse meio de pagamento para fazer doações. Apesar de não ser a forma de pagamento mais utilizada pelos doadores, ela é a que mais agrada seus usuários, enquanto a forma mais usual, a doação em dinheiro, só é considerada muito conveniente por um pouco mais da metade dos que costumam adotá-la.

Resultados em % dos entrevistados

BASE: Já utilizou
...



● Muito conveniente (5) ● (4) ● (3) ● (2) ● Muito inconveniente (1) ● NS/NR

Q35. E como avalia a conveniência de realizar doações através dos seguintes meios?

DOAÇÕES ONLINE

A adesão dos brasileiros aos meios de pagamento online para fazer doação ainda é relativamente baixa: só 17% dos doadores institucionais tiveram essa experiência.

Os botões de doações nas redes sociais aparecem como os mais populares, entre as diversas formas de doar online.

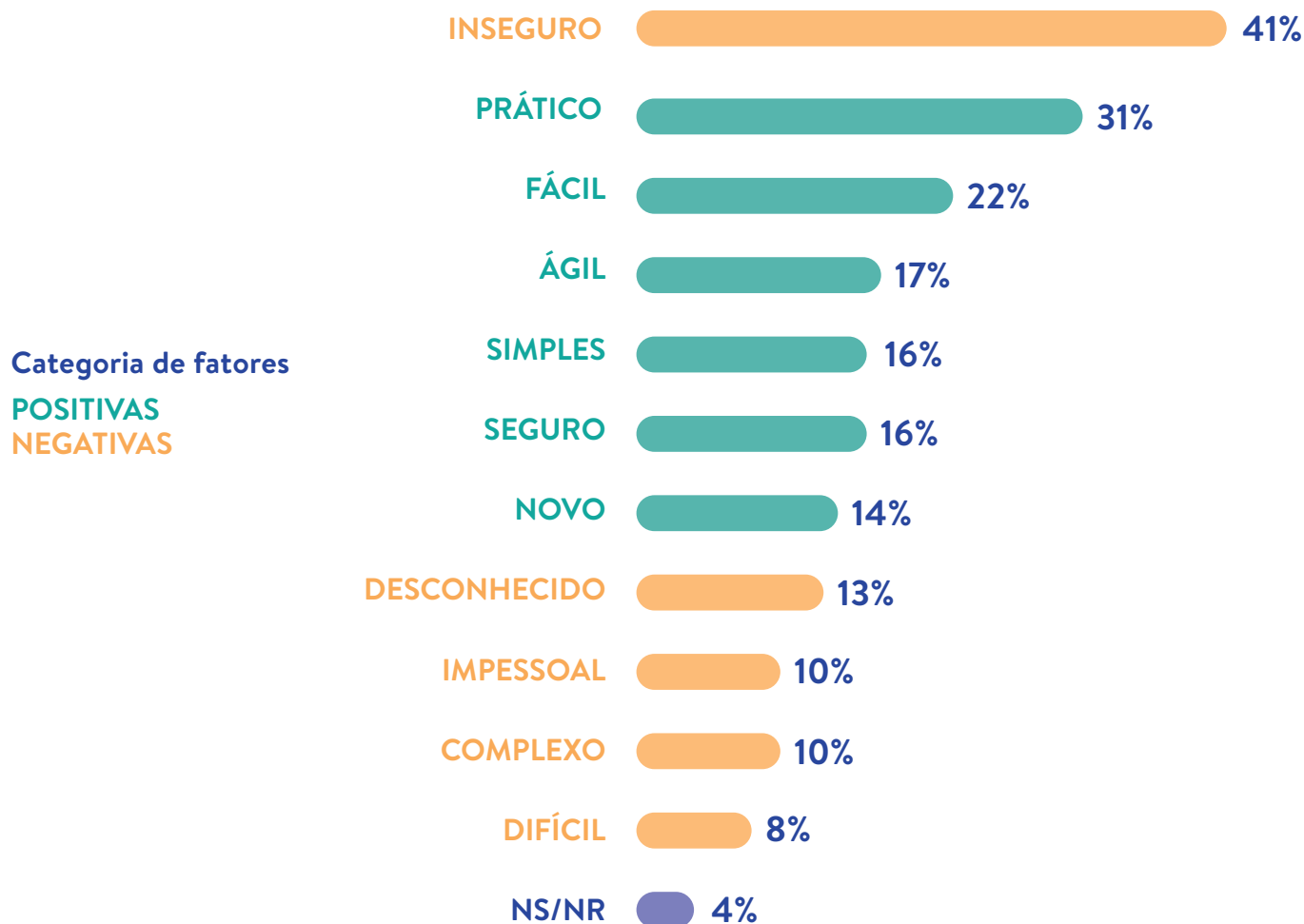


Q24. Você fez alguma doação online em 2020? [CASO SIM] E quais dos seguintes canais você utilizou para realizar uma doação online?

Base: Doadores institucionais de dinheiro (771)

PERCEPÇÃO DAS DOAÇÕES ONLINE

Das sete primeiras características associadas à doação online, seis são positivas, mas a única negativa, que é a insegurança, está em primeiro lugar e foi apontada por 41% dos doadores institucionais.



Q26. Falando um pouco sobre a realização de doações online, quais das seguintes características você diria que mais estão associadas à doação online?

Base: Doadores institucionais de dinheiro (771)

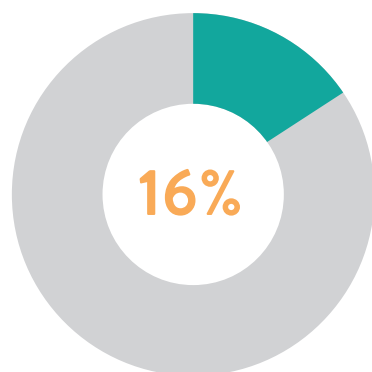


DOAÇÕES E PANDEMIA

QUANTOS DOARAM PARA O COMBATE À PANDEMIA

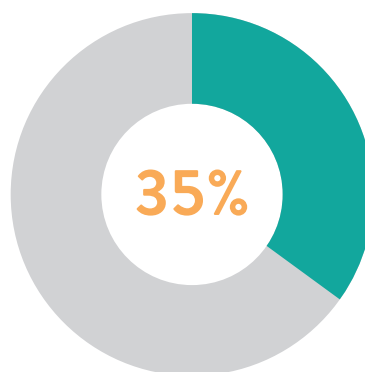
A pandemia da Covid-19 mobilizou muitas pessoas, que doaram dinheiro, bens e tempo para fortalecer o enfrentamento da pandemia e combater seus efeitos. A doação de bens foi a mais praticada, com a adesão de mais de um terço dos brasileiros. A doação de dinheiro vem em segundo lugar e o voluntariado em terceiro, muito prejudicado pelos longos períodos de isolamento social.

Doou dinheiro em 2020 para causas ligadas à pandemia



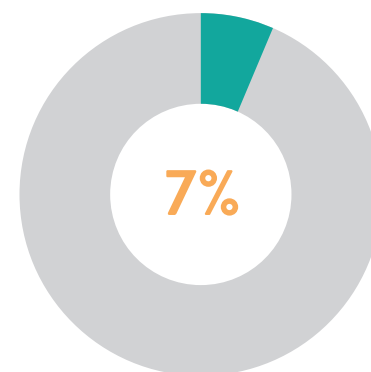
Base: 2.103

Doou itens e/ou bens materiais em 2020 para causas ligadas à pandemia



Base: 2.103

Realizou trabalho voluntário em 2020 em causas ligadas à pandemia



Base: 2.103

Em percentual da população

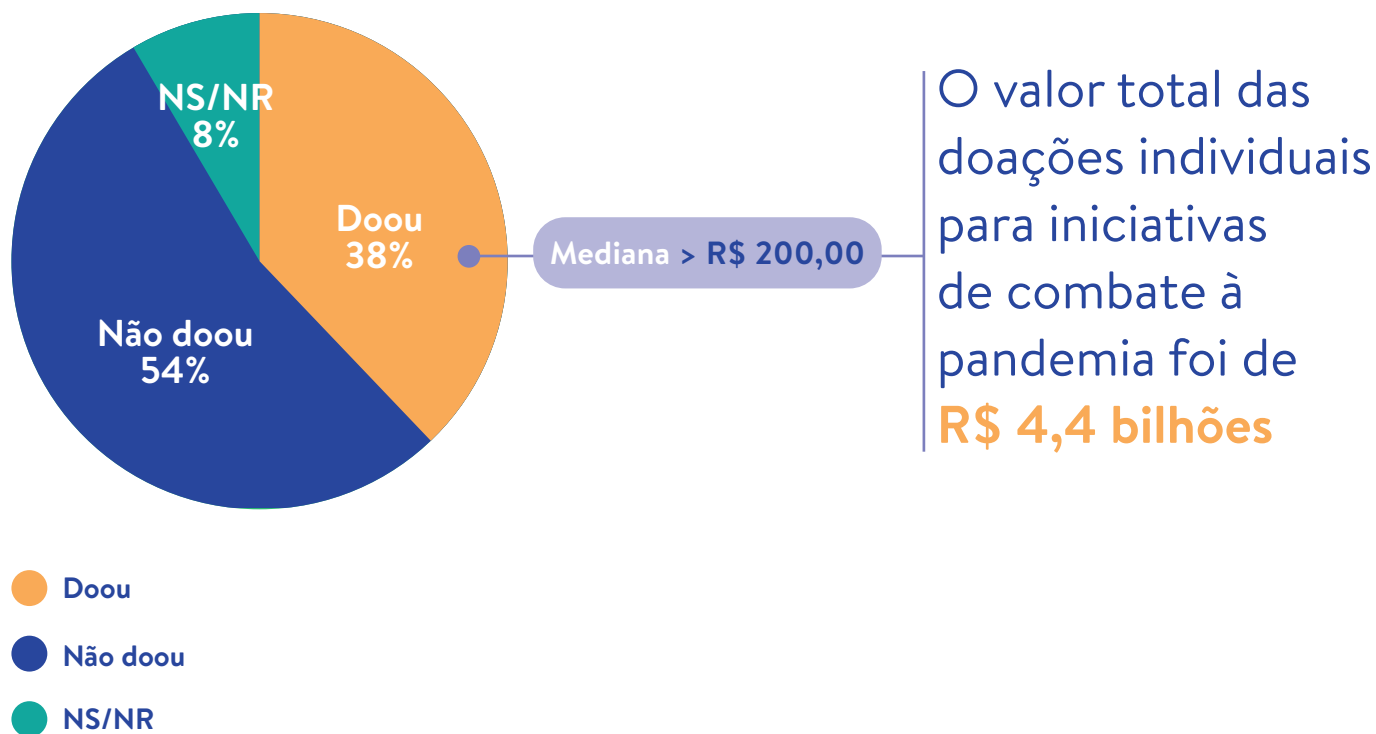
Q11. Por acaso você doou dinheiro para iniciativas ligadas à pandemia? | Q29a. E essa doação em bens materiais ou alimentos que você fez foi para iniciativas ligadas à pandemia? | Q30a. E esse trabalho voluntário que você fez foi para iniciativas ligadas à pandemia?

VALOR TOTAL DOADO PARA COMBATE À PANDEMIA

Se considerarmos apenas aqueles que doaram dinheiro em 2020, vemos que 38% fizeram alguma contribuição para iniciativas de combate à pandemia e seus efeitos.

O volume total de doações individuais para iniciativas ligadas à pandemia totalizou R\$ 4,4 bilhões, o que corresponde a 44% de todas as doações de dinheiro feitas pelas pessoas em 2020.

Doou dinheiro para causas ligadas à pandemia?



Q11. Por acaso você doou dinheiro para iniciativas ligadas à pandemia?
E qual foi o valor aproximado que você doou durante o ano todo para iniciativas ligadas à pandemia?

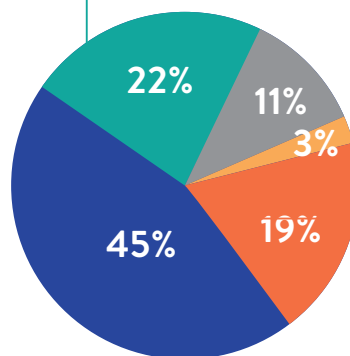
Base: Doadores de dinheiro (862)

IMPACTO DA PANDEMIA NAS DOAÇÕES DE DINHEIRO

O impacto da pandemia se deu de forma diversa entre os doadores. Mais da metade disse que modificou sua doação. Aproximadamente um quinto afirmou que aumentou o valor doado e outro quinto, que diminuiu. Além de 11% que não teriam doado se não fosse a pandemia. O curioso é que o valor acrescido às doações (mediana de R\$ 149) é significativamente mais baixo do que o valor reduzido, cuja mediana ficou em R\$ 500.

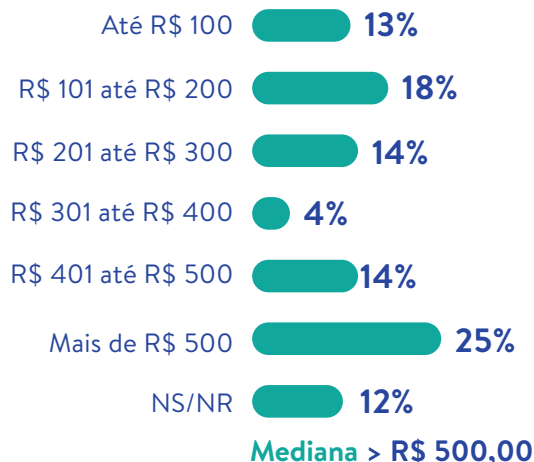
Teria feito doação caso não ocorresse a pandemia?

- Sim, mas teria doado menos
- Sim, teria doado o mesmo valor
- Sim, mas teria doado mais
- NS/NR
- Não



Base: Doou para iniciativas ligadas à pandemia (397)

TERIA DOADO MAIS NÃO FOSSE A PANDEMIA



Base: Teria doado mais (89)

TERIA DOADO MENOS NÃO FOSSE A PANDEMIA



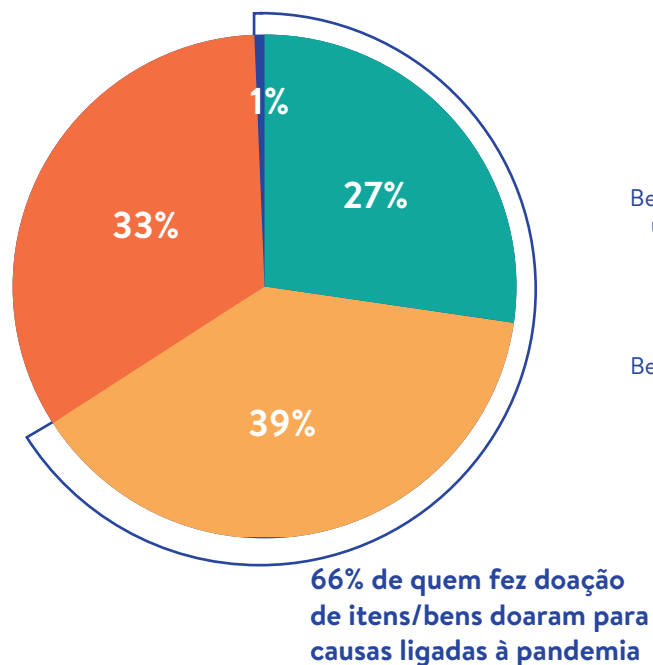
Base: Teria doado menos (74)

Q12. Se não tivesse ocorrido a pandemia, você teria feito alguma doação financeira? | Q12a. E de quanto teria sido o valor dessa doação, aproximadamente, caso ela fosse menor? | Q12b. E de quanto teria sido o valor dessa doação, aproximadamente, caso ela fosse maior?

DOAÇÕES DE BENS MATERIAIS PARA A PANDEMIA

Considerando todos os doadores de bens materiais de 2020, dois terços (66%) destinaram suas doações para iniciativas de combate à pandemia. Sendo que 27% deles doou bens exclusivamente para ações ligadas à pandemia.

Doou itens e/ou bens materiais em 2020 para causas ligadas à pandemia?



- Sim, somente para iniciativas ligadas à pandemia
- Sim, mas também para outras iniciativas
- Não
- NS/NR

Base: Fez doações de itens e/ou bens materiais (1116)

Itens e/ou bens doados para causas ligadas à pandemia



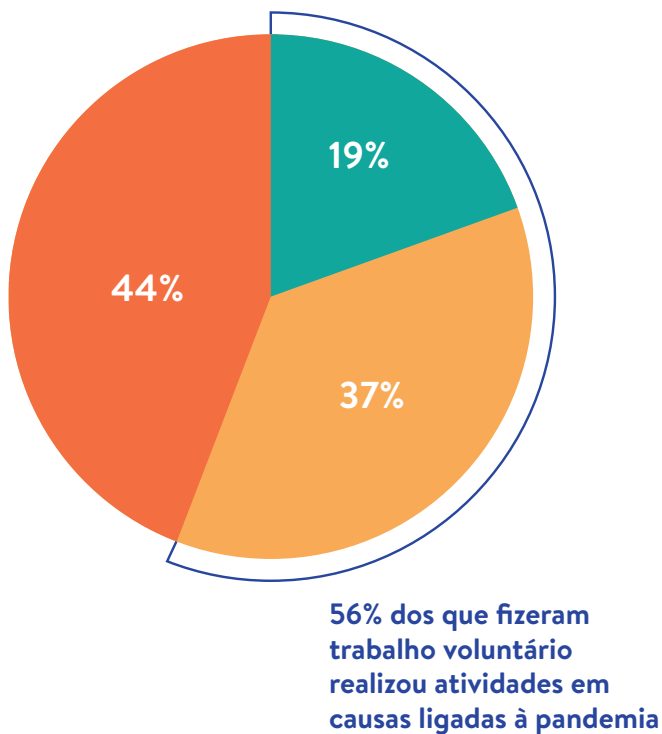
Base: Fez doação de itens e/ou bens materiais para causas ligadas à pandemia (739)

Q29. E por acaso você fez doação de algum produto ou item, como bens materiais ou alimentos durante o ano de 2020? E quais dos seguintes itens abaixo você doou? Mais algum?
Q29a. E essa doação em bens materiais ou alimentos que você fez foi para iniciativas ligadas à pandemia?

TRABALHO VOLUNTÁRIO PARA A PANDEMIA

Considerando as pessoas que fizeram trabalho voluntário em 2020, 56% dedicaram tempo para iniciativas de combate à pandemia. Sendo que 19% se dedicaram exclusivamente para ações ligadas à pandemia.

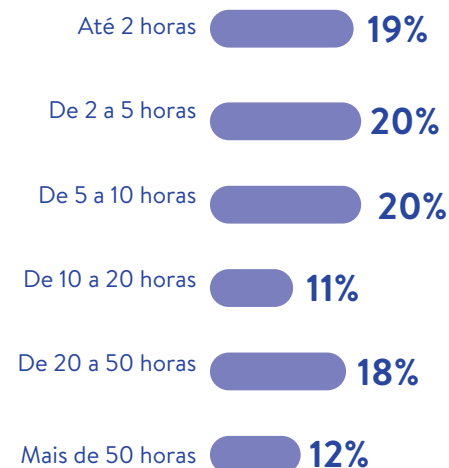
Realizou trabalho voluntário em 2020 em causas ligadas à pandemia?



- Sim, somente para iniciativas ligadas à pandemia
- Sim, mas também para outras iniciativas
- Não

Base: Realizou trabalho voluntário em 2020 (244)

Horas de trabalho voluntário em causas ligadas à pandemia



Mediana > 8 horas/mês

Base: Fez trabalho voluntário para causas ligadas à pandemia (137)

Q30. Por acaso você realizou algum trabalho voluntário durante o ano de 2020?

[CASO SIM] E aproximadamente quantas horas por mês você se dedicou a este trabalho?

Q30a. E esse trabalho voluntário que você fez foi para iniciativas ligadas à pandemia?

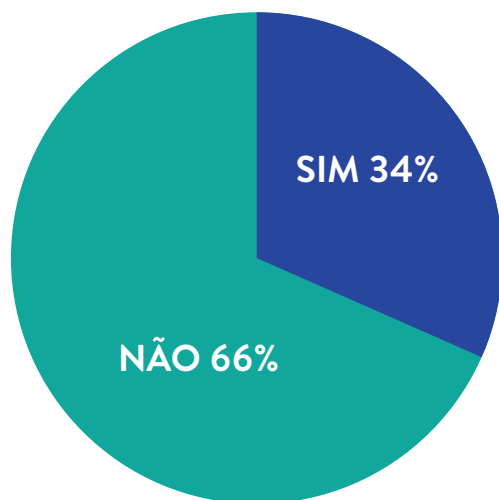


PERFIL DO NÃO DOADOR

PROPORÇÃO DE NÃO DOADORES

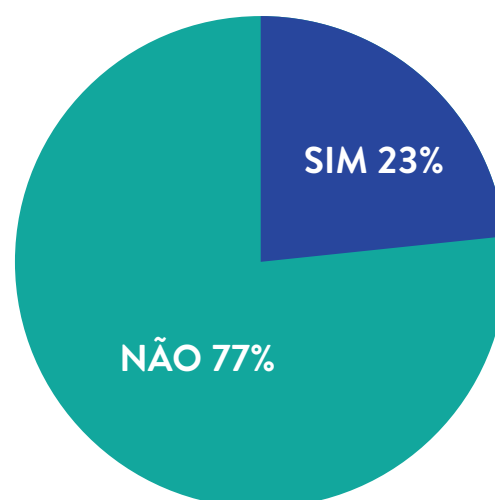
Praticamente um terço da população brasileira não fez qualquer tipo de doação em 2020, proporção 11 pontos percentuais maior do que em 2015.

Fez algum tipo de doação em 2020?



Base: Total (2103)

Fez algum tipo de doação em 2015?

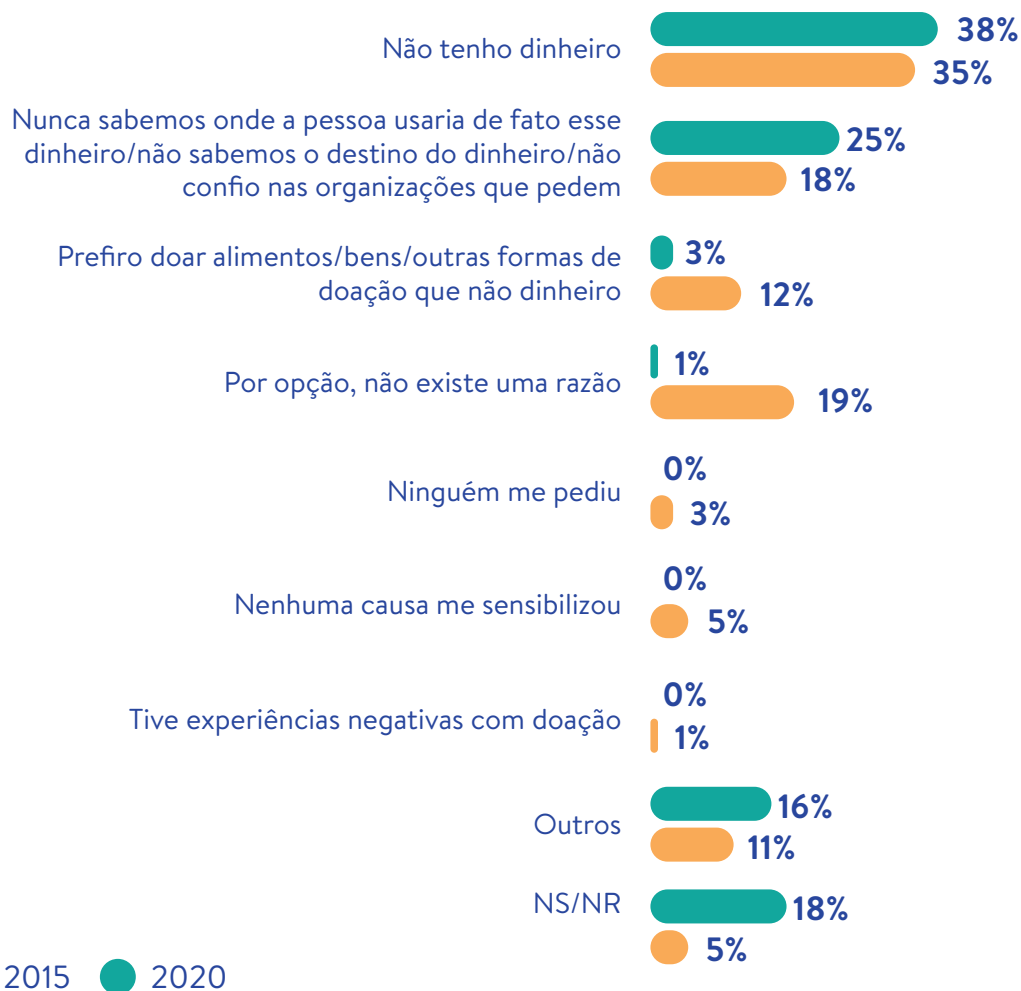


Base: Total (2230)

(2015) P13. Você fez alguma doação no ano de 2015?
 (2020) Q9. E você fez algum tipo de doação, como dinheiro, roupas, alimentos, bens materiais ou trabalho voluntário, durante o ano de 2020)

RAZÕES PARA NÃO DOAR

Assim como em 2015, cerca de dois terços dos não doadores apontam a falta de dinheiro como razão para não doar. Em seguida, vem a desconfiança em relação ao uso dos recursos doados, desta vez, de forma mais acentuada do que na edição passada, contrariando a tendência dos doadores de confiar mais nas organizações sociais.



(2015) Q45. Há alguma razão para você não ter feito doações em dinheiro em 2015?

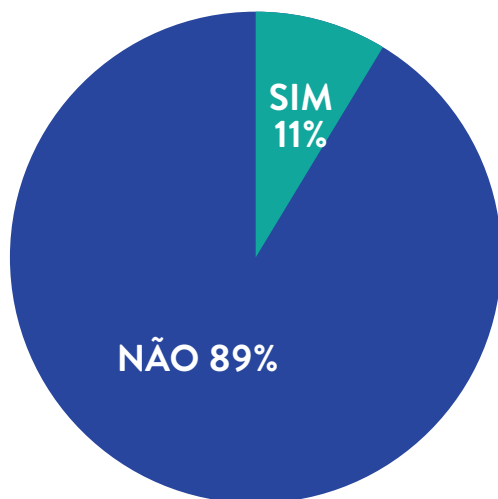
(2020) Q38. Há alguma razão para você não fazer doações em dinheiro? Algo mais?

Bases: 2020: Não doou em 2020 e não fez doações para instituições ou ONGs nos 5 anos anteriores (642) / 2015 Não doou em 2015 e não fez doações para instituições ou ONGs nos 5 anos anteriores (794)

QUANTOS DOARAM NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS

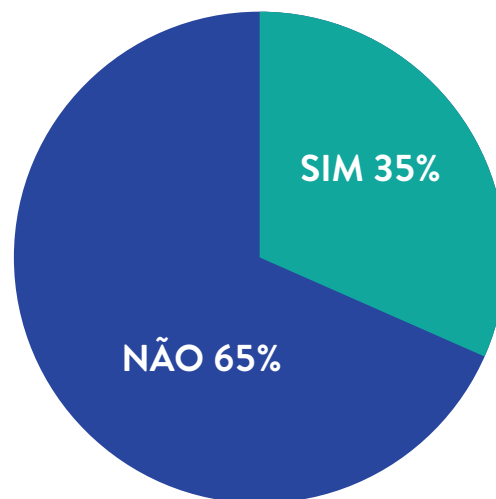
A queda significativa da parcela dos não doadores que havia doado nos cinco anos anteriores mostra que a crise econômica brasileira está diminuindo a prática da doação de recursos financeiros há bastante tempo.

 **Fez doação para instituições ou ONGs nos 5 anos anteriores a 2020?**



Base: Não doou em 2020 (717)

 **Fez doação para instituições ou ONGs nos 5 anos anteriores a 2015?**



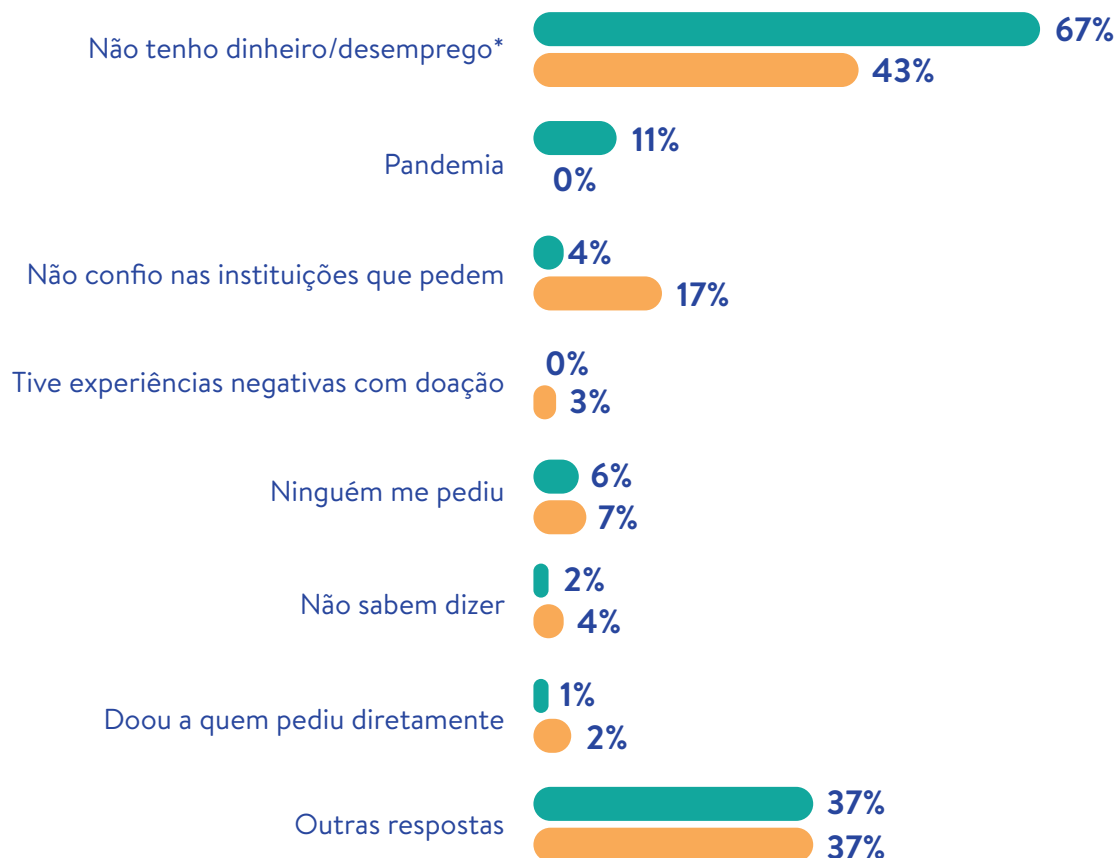
Base: Não doadores institucionais de dinheiro (1214)

(2015) Q43. Nos últimos 5 anos anteriores a 2015 você fez alguma doação em dinheiro (fora esmola e dízimo)?

(2020) Q37. Nos últimos 5 anos anteriores a 2020 você fez alguma doação em dinheiro para alguma instituição ou ONG?

RAZÕES PARA TER PARADO DE DOAR

No caso das pessoas que doaram anteriormente, mas não em 2020, a falta de dinheiro também surge como principal explicação, porém a desconfiança em relação às organizações sociais é bem menor do que entre aqueles que não doaram nada nos últimos cinco anos.



● 2015 ● 2020

*para efeito de comparação com 2015, a categoria 'Não tenho dinheiro' está somada com 'Desemprego'.

(2015) Q44. Por qual razão deixou de fazer doações em dinheiro em 2015?
(2020) Q37a. Por qual razão deixou de fazer doações em dinheiro em 2020? Algo mais?

Bases: 2020: Não doou em 2020 mas fez doações para instituições ou ONGs nos 5 anos anteriores (75) / 2015 Não doou em 2015 mas fez doações para instituições ou ONGs nos 5 anos anteriores (183)

PERFIL CLÁSSICO DO NÃO DOADOR

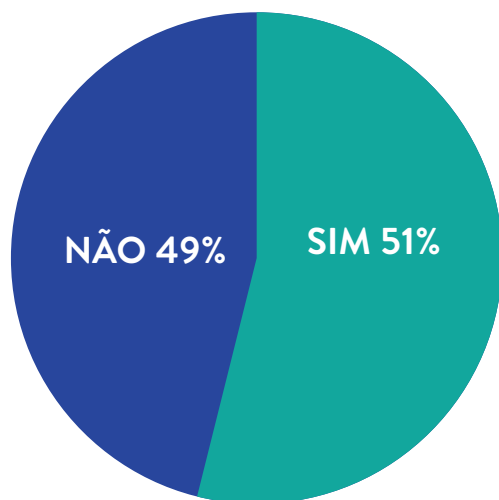


- Homem
- Tem entre 18 e 29 de anos
- Mora na região Sul
- Tem baixa escolaridade
- Tem renda individual abaixo de 2 salários mínimos
- Está insatisfeito com a própria renda
- Não tem religião

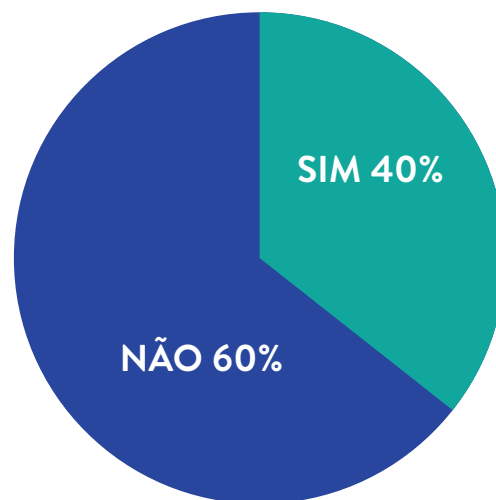
POSSIBILIDADE DE PASSAR A DOAR

Uma boa notícia é o crescimento da parcela de não doadores que admite a possibilidade de mudança de postura. Esse grupo passou de 40%, em 2015, para 51%, em 2020.

2020



2015



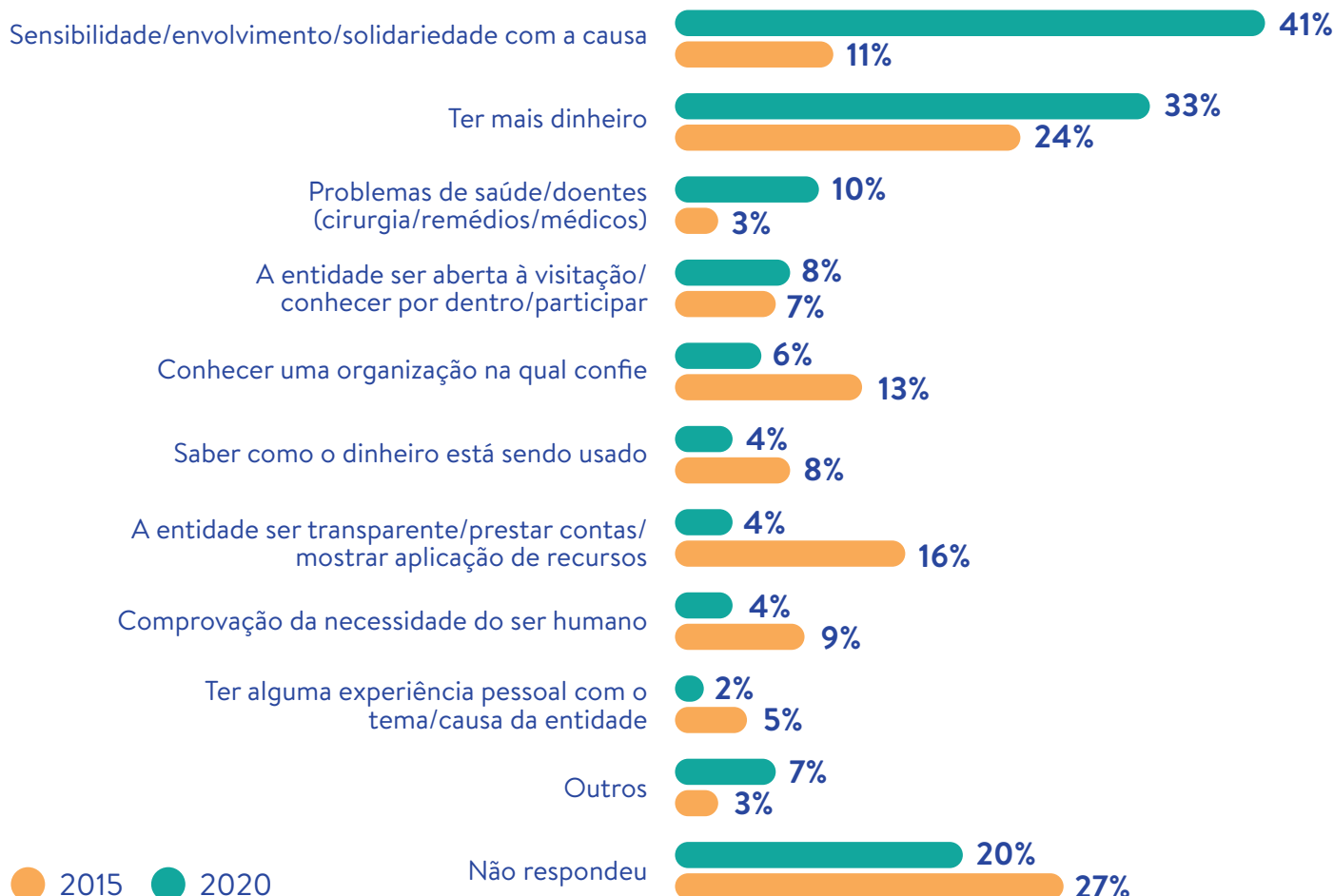
(2015) P47. Existe algo que faria com que você doasse em dinheiro para alguma instituição?

(2020) Q40. Existe algo que faria com que você doasse em dinheiro para alguma instituição?

Bases: (2020) Não doadores (717)
(2015) Não doadores (522)

O QUE OS FARIA MUDAR DE POSTURA?

É muito interessante constatar que, mais do que ter dinheiro, os não doadores admitem que passariam a doar caso encontrassem uma causa que os sensibilizasse. Também vale destacar que as três razões ligadas à falta de confiança nas organizações da sociedade civil tiveram pontuação mais baixa do que em 2015.



(2015) P47/48. Existe algo que faria com que você doasse em dinheiro para alguma instituição? O quê?

(2020) Q40. Existe algo que faria com que você doasse em dinheiro para alguma instituição? E quais motivos fariam com que você passasse a realizar doações?

Bases: 2020: Não é doador mas poderia mudar de ideia (407); 2015 Não Doadores de dinheiro que poderiam mudar de ideia (209)

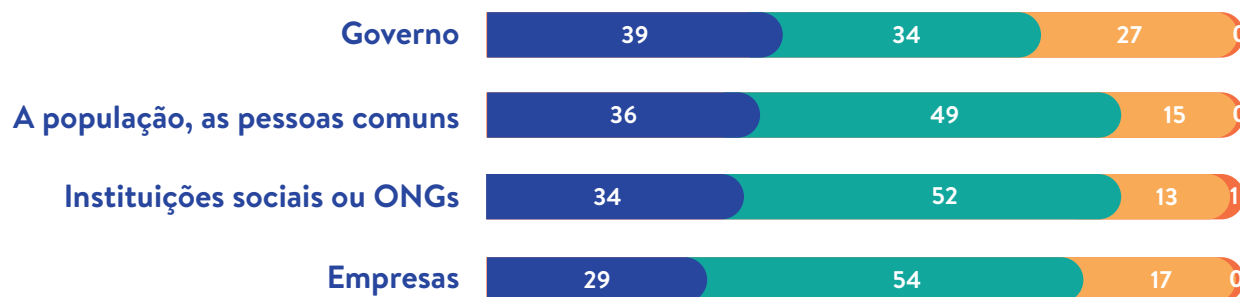


COMO PENSAM OS BRASILEIROS

RESPONSABILIDADE DE RESOLVER OS PROBLEMAS SOCIAIS

A população brasileira atribui ao governo o maior grau de responsabilidade pela solução dos problemas sociais e ambientais, porém, os outros entes da sociedade também recebem uma dose de responsabilidade bastante considerável.

Resultados em % dos entrevistados



● Muito ● Um pouco ● Nada ● NS/NR

Q3b. Qual o grau de responsabilidade de ... pela solução dos problemas sociais e ambientais do Brasil? Você diria que é/são muito, um pouco ou nada responsáveis?

Base: (2103)

PERCEPÇÃO SOBRES AS ORGANIZAÇÕES DA SOCIEDADE CIVIL

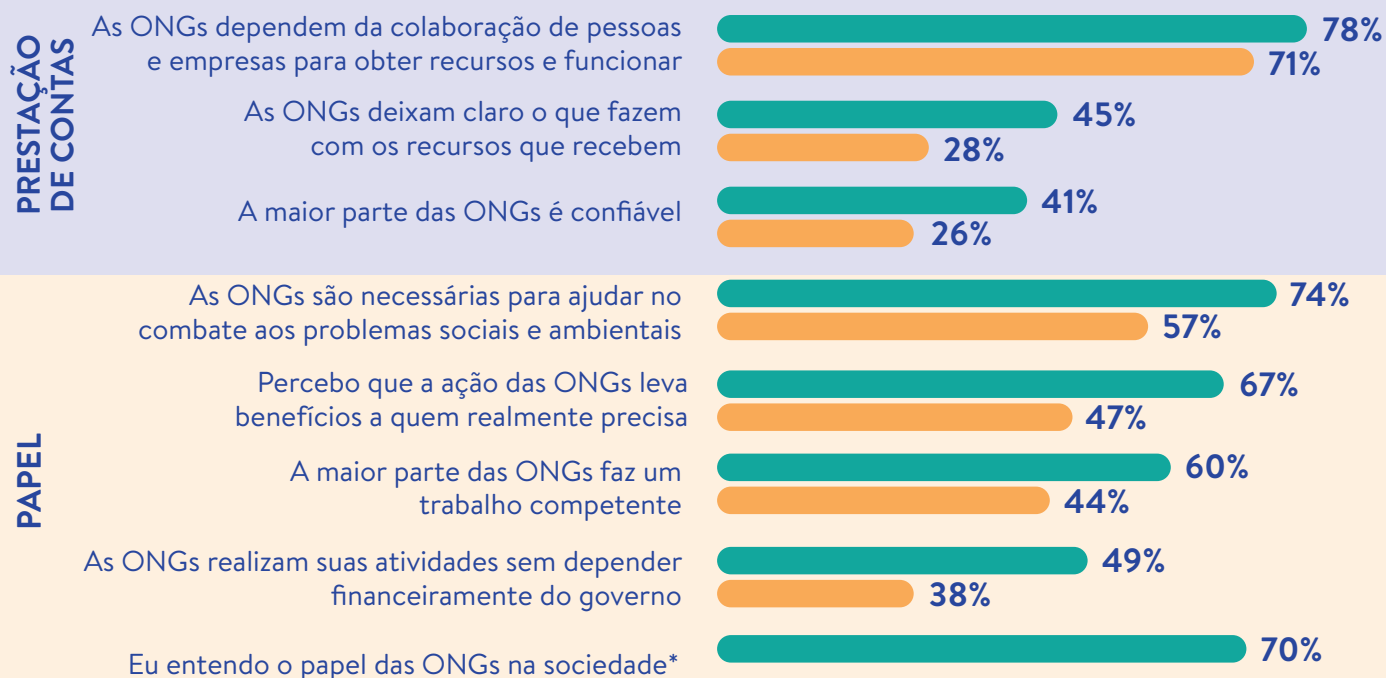
A opinião dos brasileiros sobre as organizações da sociedade civil, mais conhecidas como ONGs, evoluiu muito nos últimos cinco anos.

A noção de que as ONGs são necessárias no combate aos problemas socioambientais recebe a adesão de 74% da população, enquanto em 2015 essa concordância estava em 57%.

A afirmação 'Percebo que a ação das ONGs leva benefícios a quem realmente precisa' conta com a anuência de 67% da população e, em 2015, esse índice era de 47%.

O reconhecimento de que as ONGs fazem um trabalho competente é indicado por 60% da população e, em 2015, só 44% pensavam desse modo.

O maior destaque, porém, fica com o crescimento da confiança nas ONGs. 45% da população concorda que as ONGs deixam claro o que fazem com os recursos que recebem. Em 2015, apenas 28% se mostrava de acordo com essa afirmação.



(2015) P6. Avalie as seguintes frases referentes a instituições que prestam apoio social desvinculadas do governo, as Organizações Não Governamentais (ONGs)

(2020) Q6. Agora, eu gostaria que você avaliasse as seguintes frases referentes a instituições socioambientais, conhecidas como ONGs.

2015 2020

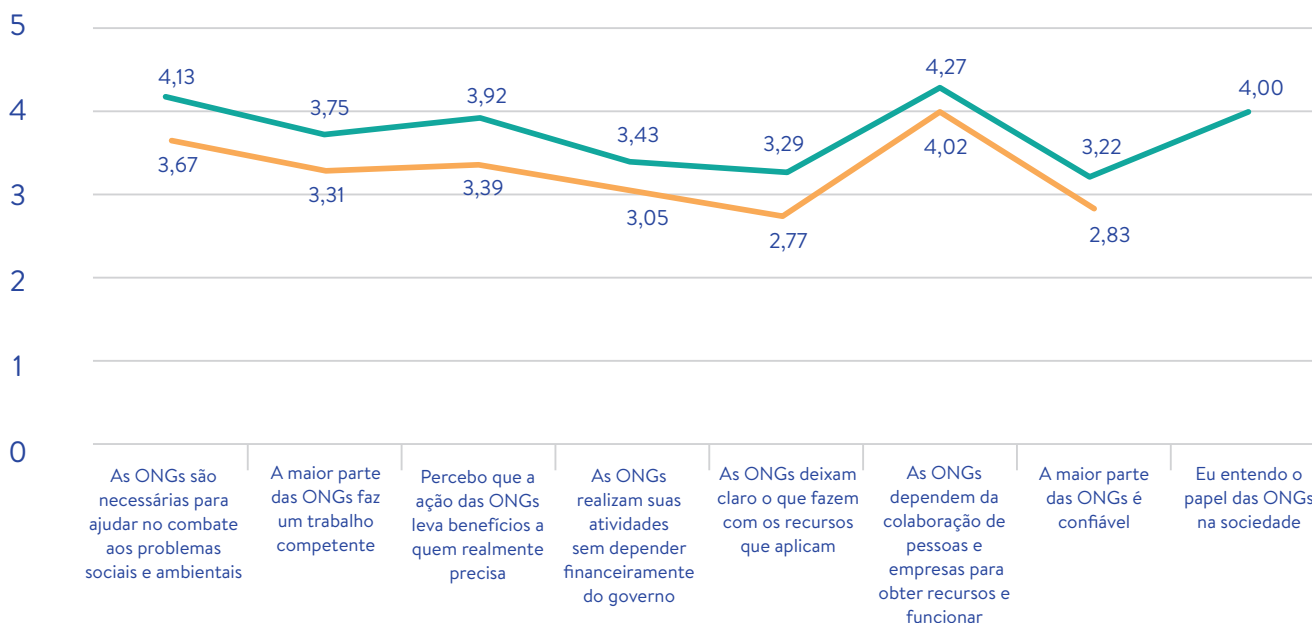
*esta questão não foi aplicada no estudo de 2015

Bases: 2020 (2103); 2015 (2230)

MAIS CONFIANÇA NAS ORGANIZAÇÕES DA SOCIEDADE CIVIL

Ao traçar o gráfico das médias do nível de concordância dos brasileiros em relação a afirmações positivas sobre as ONGs, vemos que todas pontuaram mais do que em 2015, exceto a que se refere à compreensão do papel das ONGs, que não constava da pesquisa anterior.

MÉDIAS*



*as médias consideram as avaliações de concordância em notas de 1 a 5 para cada atributo perguntado

2015 2020

(2015) P6. Avalie as seguintes frases referentes a instituições que prestam apoio social desvinculadas do governo, as Organizações Não Governamentais (ONGs), dando nota de 1 a 5, onde com 1 você discorda totalmente e com 5 você concorda totalmente

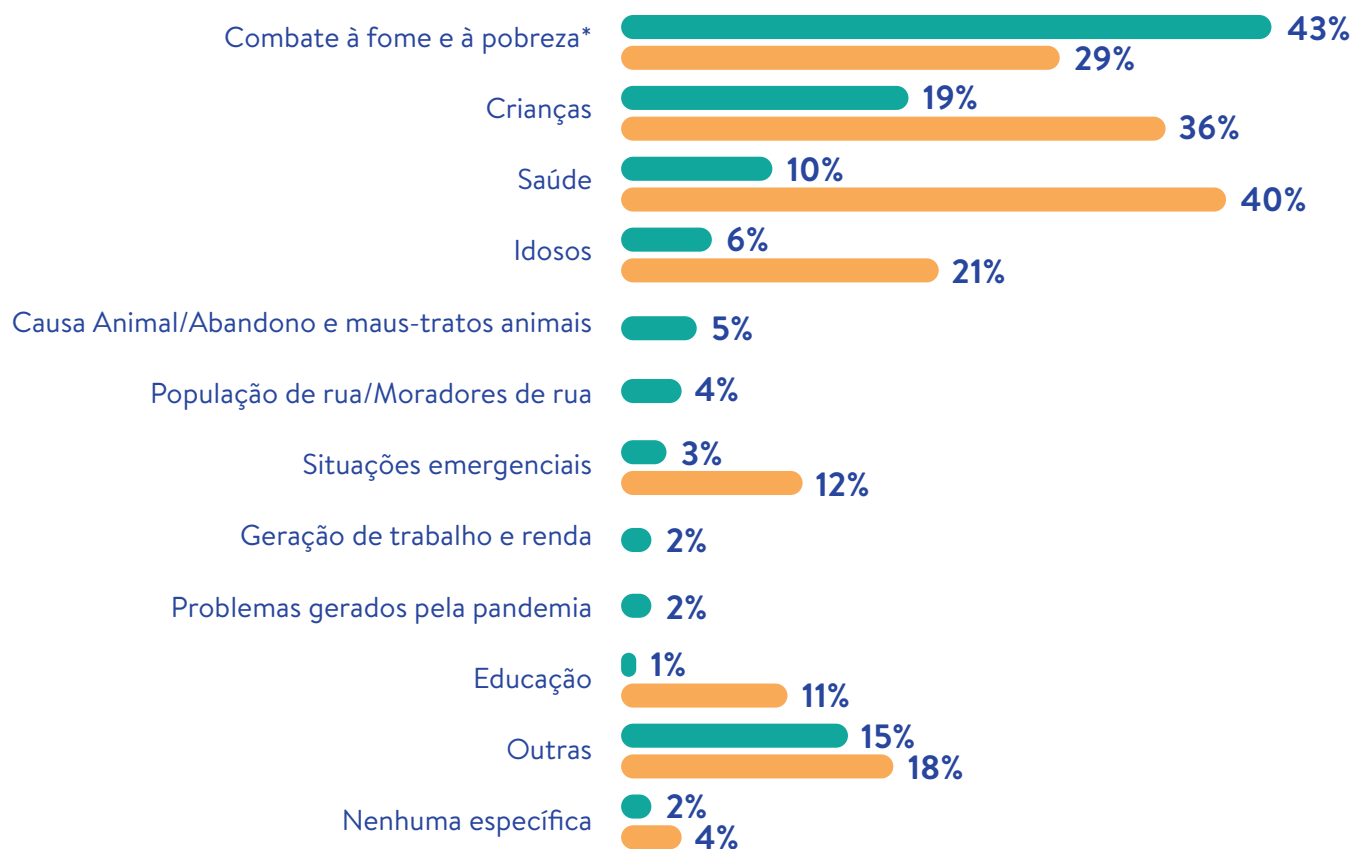
(2020) Q6. Agora, eu gostaria que você avaliasse as seguintes frases referentes a instituições socioambientais, conhecidas como ONGs, dando uma nota de 1 a 5, onde 1 significa que você discorda totalmente e 5 você concorda totalmente com as seguintes frases:

Bases: 2015 (2230); 2020 (2103)

CAUSAS MAIS SENSIBILIZADORAS

O efeito da pandemia mudou as prioridades dos brasileiros quando se trata de causas. Enquanto em 2015 Saúde e Crianças ocupavam os primeiros lugares na preferência, em 2020 o Combate à Fome e à Pobreza foi citado por 43% da população como sendo a causa mais sensibilizadora, seguida por Crianças, Saúde e Idosos.

Duas outras causas também ganharam muitos adeptos nos últimos cinco anos - o Combate ao Abandono e Maus-tratos de Animais, e os Moradores de Rua. Ambas haviam pontuado muito pouco em 2015, mas aparecem no ranking de 2020 em quinto e sexto lugar, respectivamente.



(2015) P8. Quais causas mais sensibilizam você para uma eventual doação? Mais alguma?
 (2020) Q8. E quais causas você diria que mais te sensibilizam para uma eventual doação? Mais alguma causa sensibiliza você para uma eventual doação? Alguma outra?

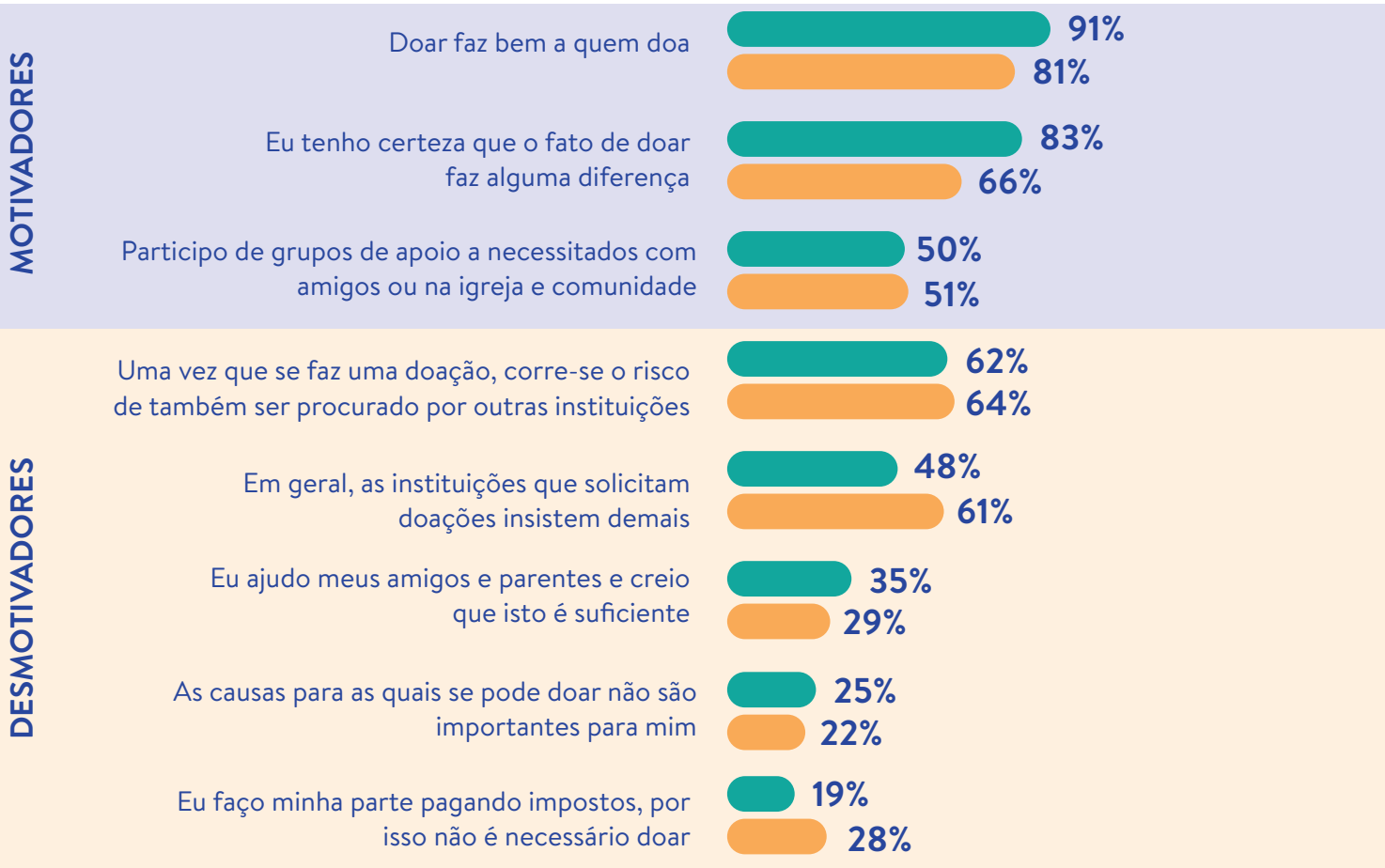
2015 2020

*para efeito de comparação com 2015, algumas categorias foram somadas

Bases: 2020 (2103); 2015 (2230)

PERCEPÇÃO EM RELAÇÃO À DOAÇÃO

Apesar do encolhimento na prática, a população brasileira vê de forma cada vez mais positiva a doação. Mais de 80% da sociedade acreditam que o ato de doar faz diferença, e entre os não doadores essa concordância atinge 75%. O conceito de que a doação faz bem para o doador cresceu significativamente, de 81% para 91% da população, atingindo uma maioria quase absoluta.



(2015) P7. Qual sua posição com as seguintes frases referentes a doação? Dê nota de 1 a 5, onde com 1 você discorda totalmente e com 5 você concorda totalmente

(2020) Q7a/Q7b. Falando agora sobre o tema doação, por favor me diga qual o seu grau de concordância com as seguintes frases utilizando uma escala de 1 a 5, onde 1 significa que você discorda totalmente e 5 você concorda totalmente

● 2015 ● 2020

Bases: Total ponderada 2020 (amostra A: 1054 / amostra B: 1049); 2015 (2230).

AS PESSOAS NÃO DEVEM FALAR QUE DOAM

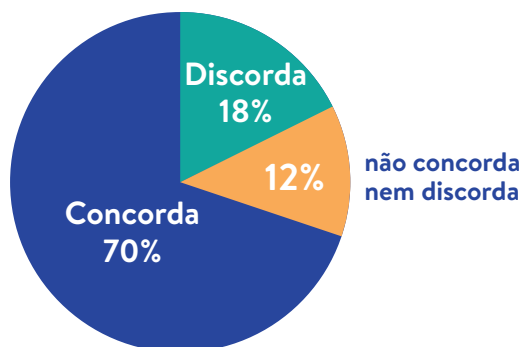
Outro aspecto positivo é que a ideia de que o doador não deve falar que faz doações está perdendo força. Em 2015, ela contava com a concordância de 84% da população e, em 2020, o percentual caiu para 68%. Este é um ponto especialmente importante porque o falar sobre a doação estimula sua prática, traz inspiração, esclarece temores e desperta o interesse de outras pessoas.

2020

Doadores

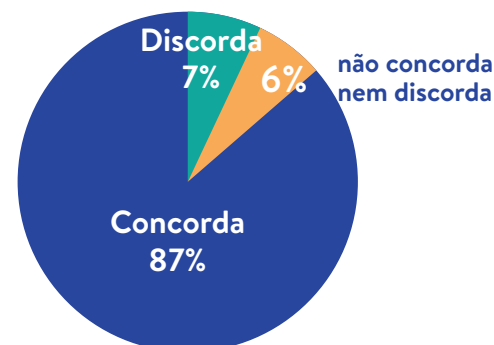


Não doadores



2015

Doadores



Não doadores



(2015) P7. Qual a sua posição em relação às seguintes frases referentes à doação?

(2020) Q7a. Falando agora sobre o tema doação, por favor me diga qual o seu grau de concordância com as seguintes frases

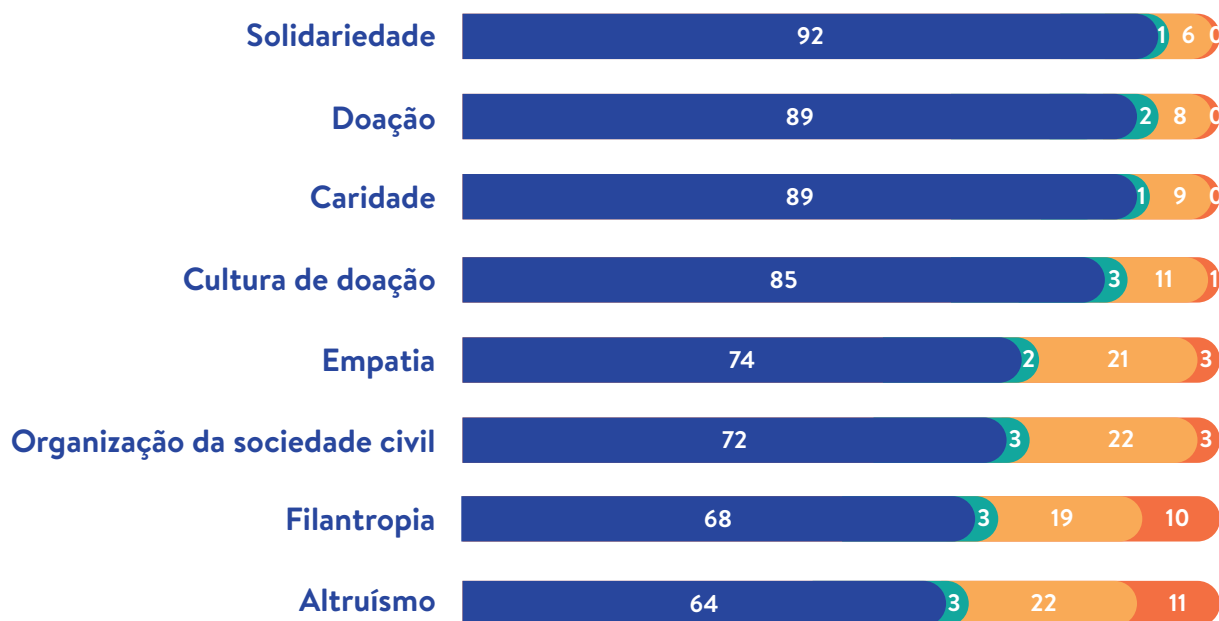
Bases: (2020) Doadores (771) e não doadores (717); (2015) Doadores (1016) e Não doadores (1214).

PERCEPÇÃO DOS CONCEITOS RELACIONADOS À DOAÇÃO

O conceito de 'solidariedade' continua sendo o mais simpático aos brasileiros, seguido pelas palavras 'doação' e 'caridade'.

'Filantropia' e 'altruísmo' ainda são desconhecidos por 10% e 11% da população, respectivamente, além de contar com níveis altos de avaliação negativa.

Resultados em % da população



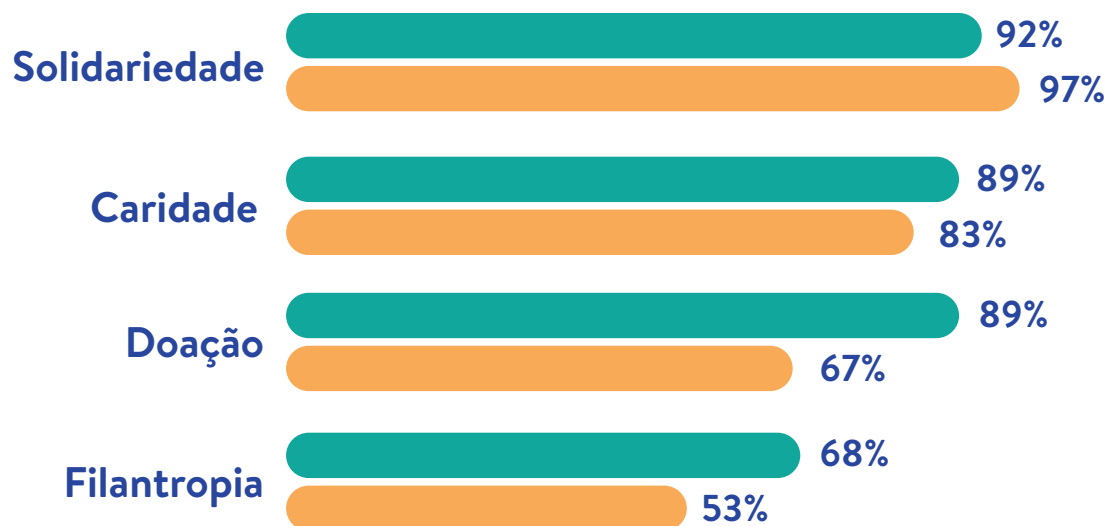
● Positivo ● Neutro ● Negativo ● NS/NR

Q4. Quando eu falo [citar a palavra], você associa o termo com algo positivo ou negativo?

Base: (2103)

PERCEPÇÃO SOBRE CONCEITOS RELACIONADOS À DOAÇÃO

Ao compararmos com os conceitos avaliados também em 2015, vemos que a palavra 'doação' é a que mais avançou na percepção positiva da população.



● 2015 ● 2020

(2015) P3/P4. Quando eu falo (citar palavra) você associa o termo com algo positivo ou negativo?
 (2020) Q4. Quando eu falo [citar a palavra], você associa o termo com algo positivo ou negativo?

*Em 2015 não houve levantamento dos termos Empatia/Altruísmo/ Org. Soc. Civil/Cultura de Doação

Bases: 2020(2103); 2015 (2230)

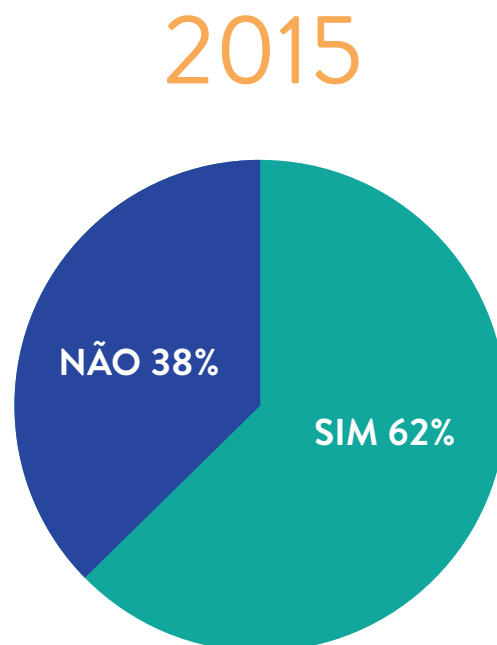
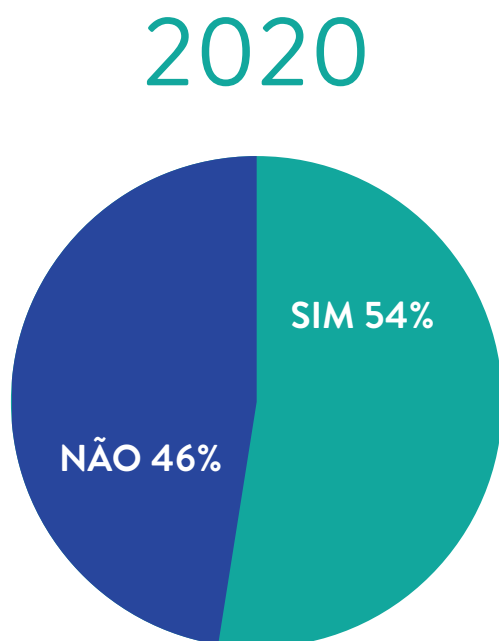


DOAÇÃO DE BENS E VOLUNTARIADO

PROPORÇÃO DE DOADORES DE BENS

A doação de bens é a modalidade mais praticada entre os brasileiros, mas mesmo ela encolheu entre 2015 e 2020.

Os doadores de bens caíram de 62% da população, em 2015, para 54%, em 2020, oito pontos percentuais, quase a mesma redução sofrida pela doação em dinheiro para organizações/iniciativas socioambientais.



(2015) P16. Você fez doação de alguma coisa: bens, materiais ou alimentos?/ (2020) Q29. E por acaso você fez doação de algum produto ou item, como bens materiais ou alimentos durante o ano de 2020?

Bases: 2015 (2.230)
2020 (2.103)

QUAIS TIPOS DE BENS FORAM MAIS DOADOS

A doação de bens foi fortemente influenciada pela pandemia, como se vê pelo aumento na doação de alimentos e pelo surgimento de novas categorias que não constavam em 2015, tais como ‘produtos de higiene e limpeza’ e ‘remédios e itens de saúde’.

Doou bens ou alimentos em 2020?



● 2015 ● 2020

(2015) P16/P17. Você fez doação de alguma coisa: bens, materiais ou alimentos? Você doou (estimular itens)

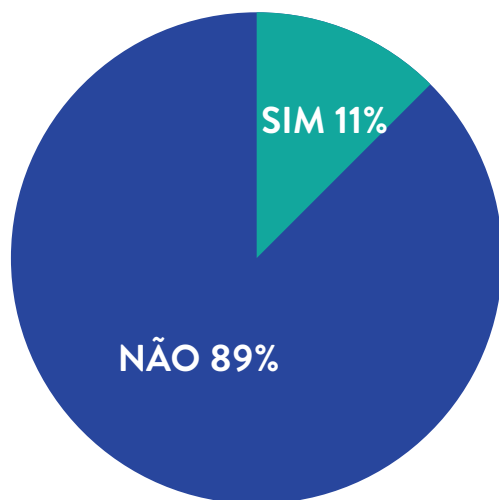
(2020) Q29. E por acaso você fez doação de algum produto ou item, como bens materiais ou alimentos durante o ano de 2020? E quais dos seguintes itens abaixo você doou?

Bases: (2020) Fez alguma doação em 2020 (1386); (2015) Fez alguma doação em 2015 (1707)

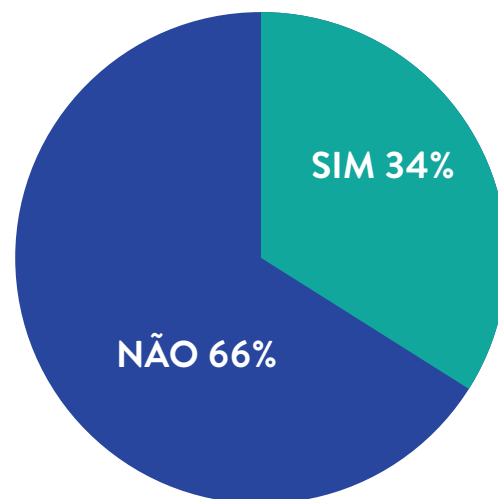
QUANTOS FIZERAM TRABALHO VOLUNTÁRIO

Como era de se esperar, o isolamento social exigido pela pandemia prejudicou muito a prática do voluntariado. Voluntários tiveram que se adaptar e restringir às atividades que podiam ser realizadas à distância. Com isso, o percentual da população que se engajou em trabalhos voluntários caiu de mais de um terço para apenas 11%.

2020



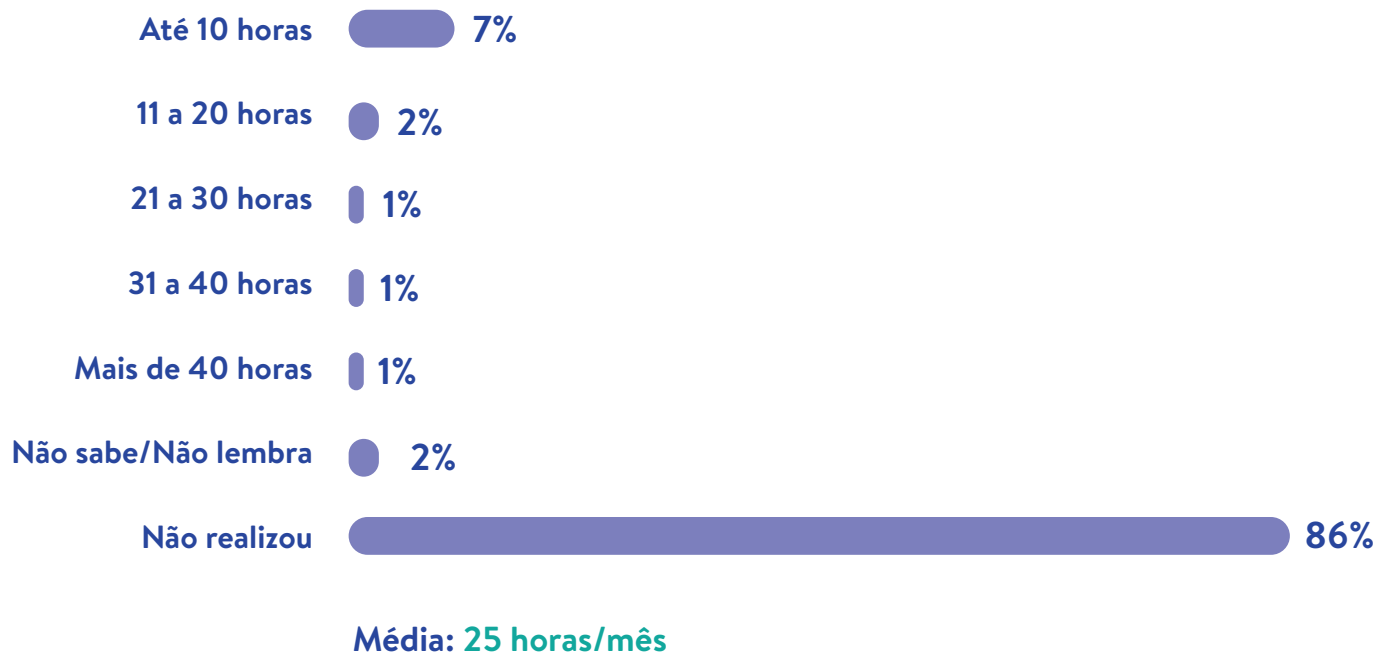
2015



(2015) P14. Esta doação foi de trabalho voluntário?
(2020) Q30. Por acaso você realizou algum trabalho voluntário durante o ano de 2020?

Bases: 2015 (2.230)
2020 (2.103)

QUANTO TEMPO OS VOLUNTÁRIOS TRABALHARAM POR ANO



Q30. Por acaso você realizou algum trabalho voluntário durante o ano de 2020? [CASO SIM] E aproximadamente quantas horas por mês você se dedicou a este trabalho? Q30a. E esse trabalho voluntário que você fez foi para iniciativas ligadas à pandemia?

Base: (2103)



ANÁLISE DA PESQUISA DOAÇÃO BRASIL 2020 POR UM ESTUDIOSO DA FILANTROPIA

Marcos Kisil

Fundador e Conselheiro do IDIS

INTRODUÇÃO

O surgimento de novas Organizações da Sociedade Civil (OSCs) é instrumento importante para as sociedades democráticas, e seu número e áreas de interesse estão em rápida expansão no Brasil. As OSCs produzem bens e serviços que não são fornecidos, ou são fornecidos em número e qualidade insuficientes pelo poder público.

Ainda que essa tendência seja extremamente positiva como forma de participação cidadã em atender necessidades sociais, econômicas, sanitárias, culturais e ambientais da sociedade brasileira, sua factibilidade e viabilidade implicam na necessidade também crescente de recursos para serem canalizados a essas organizações.

Embora essas entidades possam receber recursos governamentais por meio de parcerias e contratos para prestação de serviços, a necessidade e demanda por recursos, especialmente financeiros, é muito superior à oferta. Além dos recursos públicos serem limitados, muitas vezes OSCs são excluídas por questões de caráter ideológico, e também porque os governantes acreditam que as OSCs podem ganhar poder perante a sociedade pela sua relevância social, e, como governantes, podem se achar perdedores de um poder que lhes seria útil dentro da máquina pública. Assim, torna-se importante conhecer o quanto a sociedade civil, exercendo sua responsabilidade social por meio de indivíduos, famílias e empresas, está disposta a doar para sustentar essas organizações.

Para o benefício da própria sociedade é vital que se conheça como os doadores estão sensibilizados e agindo para o bem comum. Saber suas motivações, opiniões, preferências, graus de compromisso e disposição em doar tornam-se informações críticas para uma necessidade crescente de mobilização dos atuais e novos doadores.

ANTECEDENTES E FATOS RELEVANTES

2020 deve ser entendido como um ano atípico para analisar o comportamento dos doadores e das doações no Brasil. A primeira razão é a pandemia do coronavírus, que trouxe sérias consequências para a saúde individual e coletiva e para a economia, que vinha de um processo lento de crescimento, que se degenerou pelo aumento do desemprego, pela necessidade de afastamento social e *lockdown* urbanos, e, especialmente, pela extrema dificuldade das autoridades federais em estabelecer programas de assistência social para os atingidos pela deterioração econômica e sanitária, afetando um número crescente de miseráveis e pobres da sociedade.

Na verdade, a pandemia revelou a imensa massa de brasileiros que vivem em condições sub-humanas e sem a garantia de seus direitos, presentes no texto constitucional. Mais de 50 milhões de brasileiros se apresentaram para receber o auxílio emergencial provido pelo Governo Federal, além dos já cadastrados 13 milhões receptores do Bolsa Família. O que se revelou foi a imensa carência na qual vive quase um terço dos brasileiros. São questões estruturantes, que exigem transformações profundas em nossa sociedade, e que não receberam a devida atenção das autoridades constituídas ao longo de várias décadas.

Para exemplificar o desafio vivido pela sociedade brasileira, podemos tomar as condições sanitárias e de habitação já preexistentes. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divulgou um levantamento no qual revela que, em meio à pandemia da Covid-19, o Brasil tem 5.127.747 domicílios em aglomerados subnormais, denominados também favelas, áreas de invasão, grotas, baixadas, cortiços, mocambos, palafitas, ressacas, entre outros. Esses domicílios estão distribuídos em mais de 734 municípios do País, totalizando 13.151 aglomerados subnormais.

De forma geral, são caracterizados pela carência de serviços públicos essenciais como saúde, educação e saneamento básico, e estão localizados em áreas que apresentam restrições à ocupação. Trinta e cinco milhões de brasileiros não têm acesso à água tratada e 50% dos municípios não têm serviços de tratamento de esgoto.

Nas condições descritas, como seria possível para esta população manter distanciamento social, fazer a higiene das mãos sem acesso a água e manter uso diligente de máscaras? Diante da relativa inércia e incapacidade de gestão do setor público, tivemos o surgimento de iniciativas da sociedade civil nessas mesmas comunidades, e que dependiam de recursos doados para minimizar tanto o impacto sanitário quanto o impacto econômico aos quais está submetido esse importante segmento de brasileiros.

Em abril de 2020, por iniciativa da União de Moradores de Paraisópolis, uma das maiores favelas da cidade de São Paulo, se conformava uma rede de líderes e empreendedores sociais das 10 maiores favelas do Brasil, criando um movimento chamado Comitê das Favelas que reivindicava políticas públicas de enfrentamento à pandemia nas favelas brasileiras. Porém, esse movimento não era só reivindicativo, mas também mobilizador de recursos financeiros da própria sociedade civil e de recursos materiais, como alimentos, medicamentos, produtos higiênicos e máscaras. A iniciativa inspirou outras comunidades e foi replicada em 380 territórios de 14 estados brasileiros.

A essa dramática questão humanitária se somou a questão econômica. Sabemos que o Brasil fechou o ano com uma queda de 4.1% no PIB, com 14 milhões de desempregados e com um déficit das contas públicas de 96% do PIB, o pior da história.

Assim, a sociedade civil se viu obrigada a assumir diversas causas e prover serviços e bens de interesse da cidadania

devido à incapacidade e incompetência dos governos em garantir os direitos constitucionais.

A FILANTROPIA BRASILEIRA EM RELAÇÃO AO MUNDO

No Brasil, a cultura da doação não é tão consolidada quanto em outros países. Um índice criado pela Charities Aid Foundation (CAF) comparou as doações feitas em 126 países, usando como critérios três tipos de ação: ajuda a estrangeiros, doação de dinheiro e tempo de voluntariado. Os dados publicados em 2021, já em plena pandemia, mostraram o Brasil ocupando o 54º lugar no ranking, subindo 14 posições em relação aos dados de 2018, e 20 posições em relação a sua posição média nos últimos 10 anos.

PESQUISA DOAÇÃO BRASIL 2020

ANÁLISE DO CONTEXTO

A análise dos resultados da Pesquisa Doação Brasil 2020 mostra claramente o impacto da pandemia com suas consequências sociais e econômicas.

A pandemia

Em 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou o novo coronavírus como uma pandemia mundial. Desde o início, a grande maioria dos países têm se esforçado para combater e minimizar a crise de saúde pública. Em janeiro de 2021, o *Covid Performance Index*, do *Lowy Institute*, analisou as respostas de 98 países à Covid-19 e avaliou o Brasil como o de pior desempenho. Isso mostra como a pandemia afetou toda a sociedade brasileira, e não encontrou no poder público, especialmente ao nível Executivo Federal, a necessária liderança qualificada para estabelecer, executar e monitorar um plano de enfrentamento que minimizasse esse desastroso impacto. Passado um ano, em março de 2021, o Brasil foi apontado

pela segunda vez como epicentro da pandemia em nível mundial, resultado de uma instabilidade política provocada pelo próprio governo federal, que levou o País a um colapso do seu sistema de saúde.

Impacto econômico

O impacto econômico da pandemia pode ser dimensionado pelo tombo histórico de 4,1% do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil em 2020, quando apenas duas regiões escaparam dessa contração econômica: Norte e Centro-Oeste. Ambas cresceram, respectivamente, 0,4% e 0,2% no ano passado, segundo o Banco Central (BC). O Índice de Atividade Econômica Regional explica que, embora toda a economia brasileira tenha sido prejudicada pela pandemia de Covid-19, esse impacto se deu de forma distinta entre as regiões. Isso porque cada uma tem uma estrutura econômica própria e recebeu de maneira distinta os auxílios governamentais — como o auxílio emergencial —, que amorteceram o tombo em 2020.

O Norte, por exemplo, foi favorecido nas duas pontas e, por isso, teve o melhor desempenho regional do País. Cresceu 0,4% no ano passado porque recebeu uma grande fatia do benefício pago durante a crise sanitária, o que estimulou a atividade comercial.

Já o caso do Centro-Oeste, que cresceu 0,2%, foi porque é o berço do agronegócio, único setor a avançar em 2020. Segundo o IBGE, enquanto os serviços caíram 4,5% e a indústria recuou 3,5%, a agropecuária avançou 2%, puxada pela safra recorde de soja e pelas exportações para a China.

Nordeste, Sul e Sudeste não escaparam da recessão, mesmo tendo apresentado certa recuperação no segundo semestre. Segundo o BC, o Nordeste caiu 2,1% em 2020 por conta da contração dos serviços; o Sul também recuou 2,1% porque so-

freu com quebras de safra e a redução da atividade industrial; e o Sudeste desabou 1,3% por também ter sido afetado negativamente por esses fatores, embora tenha se beneficiado da alta dos serviços financeiros e da produção de alimentos.

Iniciamos 2021 em meio a muitas incertezas. Já em janeiro a crise sanitária varreu o Amazonas quando os casos de Covid-19 explodiram devido à nova variante do vírus, provocando o desabastecimento de oxigênio em Manaus — que matou centenas de pessoas — e levou o estado a um recuo de “magnitude similar à observada em abril de 2020”, quando a economia do Norte caiu 4,9%, nesse mês específico.

Outra incerteza foi o acesso à vacinação em massa. Uma série de desacertos fez o Brasil perder a grande oportunidade de ter acesso às vacinas existentes e que poderiam ser disponibilizadas à sociedade brasileira. Em agosto de 2021, temos somente 20% da população imunizada. E isso enquanto novas variantes do coronavírus estão se multiplicando, trazendo no horizonte a possibilidade do Brasil ser atingido por uma nova onda de infectados e mortos, especialmente entre os não vacinados.

A Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (Fecomercio SP) estima que a economia brasileira deve recuperar o nível do começo da década passada somente em 2023. Convém lembrar que os estados do Sudeste concentram 55% da soma de todos os bens e serviços finais produzidos no Brasil.

Outra questão resultante de uma economia desaquecida é a alta de desemprego, especialmente entre os jovens de 18 a 24 anos, que, ao final de 2020, era de 29,8%. Isso representa uma alta de seis pontos percentuais em relação a 2019. É a maior taxa anual da série histórica. Na população em geral, a taxa de desemprego é de 13,9%, permanecendo acima da média entre mulheres (16,4%). Já entre os homens, a taxa é de 11,9%.

O IBGE informou ainda que o desemprego entre os negros é de 17,2%, acima da média nacional. Esse grupo é o mais presente nas faixas de pobreza e extrema pobreza e, com maior frequência residem em domicílios inadequados e propícios à contaminação pela exiguidade de espaços e más condições de saneamento.

No intervalo de um ano, a população ocupada foi reduzida em 7,3 milhões, chegando ao menor número da série anual (86,1 milhões). Com isso, pela primeira vez, menos da metade da população em idade para trabalhar estava ocupada no País.

O rendimento médio real de todos os trabalhos, habitualmente recebido por mês, foi estimado em R\$ 2.507 em 2020. É uma redução de 4,2% em relação ao trimestre imediatamente anterior (R\$ 2.616), mas é um aumento de 2,8% em relação ao 4º trimestre de 2019 (R\$ 2.240). O motivo: a injeção de recursos na economia via auxílio emergencial.

Análise dos dados da PESQUISA DOAÇÃO BRASIL

A comparação entre os dados das pesquisas de 2015 e 2020 é absolutamente necessária e descreve o forte impacto resultante da pandemia.

A relação da deterioração da economia e seu impacto nas doações são evidenciados pela:

- Diminuição dos doadores (11 pontos percentuais), e crescimento dos não doadores (11pp).
- Diminuição de doações em dinheiro (11pp) e em bens (9pp).
- Diminuição do trabalho voluntário (20pp), que pode ser atribuído ao desemprego, resultando na busca de trabalho informal que demanda mais tempo para ter

uma remuneração menor, e também pelo medo de ser contaminado em ações nas quais se sentisse vulnerável a uma possível transmissão.

O impacto do PIB regional explica a redistribuição geográfica dos doadores. No Sudeste, a concentração cresceu (7pp), e de maneira mais modesta no Norte (2,5pp) e Centro-Oeste (1pp), e a expressiva diminuição no Nordeste (10pp), embora continue sendo a região mais doadora, na qual 40% da população fez doações para organizações/iniciativas socioambientais.

É curioso o crescimento da presença dos doadores com mais de 50 anos (4pp), passando a representar 35% dos doadores, embora a taxa de desemprego dessa faixa etária superou 7% pela primeira vez em 2020. Essa aparente contradição mostra a necessidade desse grupo de ajudar as gerações mais jovens que são mais afetadas pelo desemprego, os filhos e netos que precisam ser apoiados diretamente.

Uma evidência encontrada é o aumento das doações feitas em uma única oportunidade durante o ano (7pp), que é uma característica de doações feitas em situações de emergência. Isso, aparentemente, resulta das doações feitas no período de abril a agosto de 2020, quando se atingiu um recorde histórico de doações, de acordo com o registrado no Monitor das Doações Covid-19, da Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR). O decréscimo das doações nos meses seguintes, apontado pelo mesmo Monitor, mostra que as razões emocionais das pessoas para doar se sobrepuseram às razões racionais, que decresceram em 5pp.

A pandemia também levou as pessoas com mais altas rendas a aumentar suas doações em até 7pp.

O impacto econômico nas doações pode também ser percebido pela diminuição da mediana das doações, que caiu de R\$ 240 para R\$ 200, embora o valor da média

tenha praticamente dobrado, ou seja, houve doações de valores mais altos, desprezadas no cálculo da mediana.

Talvez o melhor indicador do impacto do PIB nas doações está na importante redução do valor doado (R\$10,3 bilhões em 2020 e R\$ 13,7 bilhões em 2015) em relação ao PIB: 0,14% em 2020 e 0,23% em 2015;

Outra evidência do impacto da deterioração da economia nas doações pode ser o fato de que o número de pessoas que não doou em nenhum dos últimos cinco anos aumentou em 24pp entre 2015 e 2020. A falta de dinheiro, a perda de emprego e a crise econômica foram identificadas como as três razões principais pelos participantes do estudo.

Observando um recorte específico dos não doadores, é possível perceber que 85% deles são parte das classes C (51%) e D/E (33%), o que reforça a relação entre renda mais baixa e não ter condições de doar. E é interessante notar que mesmo regiões mais ricas têm maior número de não doadores: Sudeste 37%, Sul 22%. A razão parece estar na insatisfação com o nível de renda (37%) e com a posição no trabalho (31%).

Algumas evidências colhidas entre os não doadores abrem esperança de que aumente a possibilidade de se tornarem doadores. Entre elas:

- 57% estariam dispostos a se tornarem doadores no futuro.
- Se tivessem mais dinheiro (aumento de 11pp), gostariam de doar por razões de solidariedade (aumento de 30pp).

A relação do impacto social da pandemia nas doações pode ser entendida pelos seguintes dados:

- Quando convidados a escolher as razões para doar a partir de uma lista, houve um aumento do número de doadores motivados pela solidariedade com os menos favorecidos (21pp), especialmente quando se combate a pobreza e a fome (aumento de 14pp), especialmente na região Norte.
- Maior interesse em doar diretamente para pessoas ou grupos mais vulneráveis e de maior necessidade (aumento de 6pp) do que doar para instituições formais (diminuição de 20pp).
- As doações realizadas de maneira racional, em que o doador apoia uma causa (decrécimo de 6pp), e a busca cuidadosa pela melhor organização para doar (decrécimo de 5pp), foram substituídas por doações emocionais, provocadas pela epidemia.
- O aumento das doações de caráter emocional e direto pode explicar o aumento da satisfação em ser doador (9pp).
- Caiu a percentagem de não doadores que se sensibilizam pelas organizações ao pedirem doações, mesmo que as conheça (decrécimo de 7pp), e que sejam transparentes em relação ao uso dos recursos doados (decrécimo de 12pp). Parece que os doadores estão mais dispostos a doar diretamente para os mais necessitados, sem o intermédio de uma organização.
- Outra evidência importante é o aumento em 10pp dos não doadores que acreditam que a doação faz diferença para a sociedade.
- Houve uma redução de 12pp entre não doadores que acreditam que não se deve dar publicidade às doações.

CONCLUSÃO

A Pesquisa Doação Brasil 2020 mostra o quanto as doações, e seus doadores, foram impactados pela pandemia do coronavírus desde março de 2020, situação agravada pela deterioração da situação econômica e social. Queda do PIB, aumento do desemprego, crescente pobreza, falta de acesso aos serviços de saúde em quantidade e qualidade necessárias, debilidades financeiras e operacionais dos serviços de educação e assistência social são pontos que podem ser facilmente identificados como fatores que aumentaram a demanda por bens e serviços.

O posicionamento político-ideológico dos governantes, especialmente em nível federal, não resultou num plano de enfrentamento da crise que fosse eficiente, eficaz e de impacto. Ao contrário, contribuiu para a deterioração econômica e social com políticas equivocadas.

Com as necessidades progressivamente mais presentes na vida do brasileiro, o que se assistiu foi uma mobilização espontânea e meritória da sociedade civil. Porém, fazer face a uma demanda crescente e extraordinariamente alta de serviços de caráter assistencial pelas organizações da sociedade civil e por grupos que se organizaram pelo espírito altruísta e voluntário, levou a uma demanda de recursos também crescentes e extraordinários a serem disponibilizados por meio de doações. Como vimos, o impacto econômico da crise limitou seriamente a capacidade quantitativa de doação. Mas também trouxe modificações qualitativas representadas pelo aumento de doar por razões emotivas e não racionais, de doar diretamente aos mais pobres e sofridos sem passar por organizações sociais formalmente organizadas, de valorizar as doações assistencialistas e não as de caráter desenvolvimentistas.

Por último, convém destacar a percepção dos doadores de que a presença de meios de doação via internet facilitou o processo de doação. Isto mostra que a tecnologia se tornou instrumento importante, a ser observado num futuro pós-pandêmico imediato, para aumentar o número de doações e doadores.



ANÁLISE DA PESQUISA DOAÇÃO BRASIL 2020 POR ATIVISTAS DA CULTURA DE DOAÇÃO

Joana Lee Ribeiro Mortari

Diretora da Associação Acorde

Membro do Comitê Coordenador do Movimento por uma Cultura de Doação

João Paulo Vergueiro

Diretor da Associação Brasileira de Captadores de Recursos ABCR

Professor da Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado FECAP

A cultura brasileira tem como características a solidariedade e a empatia. Isso é perceptível nas ruas, no dia a dia, com as inúmeras ações que acontecem cotidianamente para ajudar quem precisa, também comprovado por pesquisas como o Índice Global da Solidariedade (World Giving Index WGI, CAF, 2021), que apresenta o País na 54ª posição dentre mais de 110 países estudados.

Ainda que generosos, estamos longe do nosso potencial de doação. O próprio WGI mostra que apenas 26% da população brasileira realizou uma doação em dinheiro para alguma organização da sociedade civil (OSC) em 2020, e a pesquisa Doação Brasil apresentou um resultado curioso, e até inesperado, de redução de 13 bilhões e 700 milhões de reais doados em 2015 para 10 bilhões e 300 milhões em 2020.

A Pesquisa Doação Brasil 2020 mostrou também que, em média, cada pessoa doou 967 reais. Em uma rápida projeção de um cenário em que toda a população adulta e economicamente ativa doasse (cerca de 130 milhões de pessoas, de acordo com o IBGE), poderíamos esperar um volume muito maior de doações individuais no País, de, pelo menos, 125 bilhões de reais por ano.

Temos, no Brasil, as matérias-primas da doação: solidariedade, empatia, riqueza. Quais são os entraves para que as transformemos neste potencial doador? Apesar do volume total de doações ter diminuído nos últimos cinco anos, a Pesquisa Doação Brasil 2020 traz indícios de mudanças positivas na cultura de doação brasileira e avanços em relação a algumas das barreiras enfrentadas, das quais destacamos: o aumento das doações da população de alta renda, o aumento da confiança no trabalho das organizações da sociedade civil, e a mudança na percepção da importância do poder transformador da doação.

MUDANÇA NA PERCEPÇÃO DA IMPORTÂNCIA DO PODER TRANSFORMADOR DA DOAÇÃO

Um ato de doação acontece por motivos diversos, mas uma cultura doadora se forma e se fortalece a partir da percepção, pelo indivíduo, de seu potencial na transformação positiva das condições socioambientais de seu país. Histórica e culturalmente, a população brasileira reconhece o Estado como sendo o principal responsável pela solução de problemas sociais, o que não acontece em outros países. A comparação da Pesquisa Doação Brasil 2020 com a de 2015 indica que esta percepção está mudando: em 2020, quando perguntados sobre o grau de responsabilidade do governo na solução dos problemas sociais, 39% responderam ‘muito responsável’ e 34% responderam ‘um pouco responsável’, enquanto em 2015, 87% dos brasileiros traziam o governo como principal responsável pelos problemas sociais. Quanto mais o cidadão brasileiro se reconhece como parte da solução, mais ele percebe que doar é transferir esse poder para uma organização social que está endereçando a causa que ele quer ver defendida.

Somamos a isso o aumento da percepção de que doar faz diferença: na pesquisa 2020, 72% dos entrevistados não doadores dizem concordar que o ato de doar faz diferença, um acréscimo de 10 pontos percentuais em relação à pesquisa anterior. Outro dado interessante sobre a percepção do brasileiro no tocante à importância da doação é que 57% das pessoas que não doam responderam que estão dispostas a doar, em comparação com 40% há cinco anos. O maior impedimento das pessoas entrevistadas ao ato de doar é a percepção de falta de recursos financeiros, resposta que aparece como razão principal para não doar em perguntas feitas de diferentes formas.

O aumento significativo de doações de pessoas com renda acima de 6 salários mínimos também indica que onde a fal-

ta de recursos não foi um impedimento, as doações aconteceram. Em se tratando de doação de dinheiro, que é o foco da Pesquisa Doação Brasil, estamos falando da renda disponível dos indivíduos (ou familiar), que é o recurso que sobra após o pagamento de impostos.

Mas a renda disponível inclui também toda e qualquer despesa assumida pelas pessoas, como contas de consumo, compras de alimentos, lazer, etc. Em um ambiente de crise econômica, agravada por uma inesperada crise de saúde, a expectativa é que a renda disponível se reduza e, por consequência, também o percentual e volume das doações.

Esse efeito foi devidamente observado na pesquisa, que também identificou resultado interessante e que se alinha com essa premissa: nas maiores faixas de renda salarial, aquelas que são menos impactadas pela crise econômica e pela crise de saúde, as doações não apenas aumentaram como se descolaram e estão mais de 20 pontos acima da média nacional - e a população com renda superior a seis salários mínimos mensais doa, proporcionalmente, mais que o dobro do que quem tem até 2 salários mínimos como renda mensal familiar.

AUMENTO DA PERCEPÇÃO DA IMPORTÂNCIA DO TRABALHO DAS OSCS

O segundo desafio previamente identificado para a formação de uma cultura doadora forte no Brasil é a falta de percepção da população brasileira sobre a importância das OSCs e a dificuldade de confiar que o dinheiro doado será bem utilizado. Ambas têm diversas causas, mas estão bem documentadas nos resultados da pesquisa de 2015. Em primeiro lugar, precisamos lembrar que o setor social brasileiro é jovem, em comparação com outros países mais doadores, estruturado durante o período da redemocratização do País, e que a formação do campo de atuação

social e do campo de financiamento (ou da cultura de doação) alavancam um ao outro ao mesmo tempo que dependem um do outro.

Em 2013, um trabalho publicado pela Fundação Getúlio Vargas considerava doações individuais como “Novos Formatos” de financiamento da sociedade civil brasileira (MENDONÇA, 2013). Na última década, muitas ferramentas tecnológicas foram desenvolvidas no Brasil, tornando a doação de indivíduos mais fácil. O início do período pandêmico, primeiro semestre de 2020, colocou em destaque a capilaridade da atuação das OSCs na mídia, o que contribuiu para a percepção da importância do trabalho por elas realizado pela população em geral. A pesquisa 2020 traz indícios deste avanço no reconhecimento das OSCs como atores importantes desse processo de fortalecimento da democracia brasileira por meio da atuação privada para fins públicos. Quando estimulados a opinar sobre as diferentes razões para doar para organizações sociais, 93% responderam que confiam na organização para a qual doam, versus 74% no ano de 2015. Para os não doadores, ao avaliarem a importância e razões para não doar, 33% responderam que não confiam em organizações que pedem recursos, versus 45% no ano de 2015.

DE ‘DOADOR OCULTO’ A AGENTE MULTIPLICADOR DA CULTURA DE DOAÇÃO

No Brasil, como em outros países, há traços culturais e de natureza religiosa que indicam que não falar sobre as próprias doações é algo meritoso. Para o técnico do Instituto Gallup, responsável pela Pesquisa Doação Brasil 2015, “é fundamental a mudança de mentalidade do brasileiro transformando-o de um ‘doador oculto’ para um agente multiplicador da cultura de doação” (HERNANDES, 63). Ainda segundo ele, “o protagonismo desta mudança deve ser assumido pela sociedade civil”.

Na pesquisa de 2020, 70% dos entrevistados não-doadores concordam que as pessoas não devem falar sobre doação, em comparação com 82% há cinco anos. Dentre os entrevistados doadores, 68% concordam que não devem falar sobre o que doou, uma queda de 19 pontos percentuais. Por mais que ainda sejam altos, os números estão em queda.

Em 2020 foi publicado um trabalho elaborado por mais 70 organizações e indivíduos (a sociedade civil) interessados em promover a cultura de doação no Brasil que tem como uma de suas diretrizes educar para a cultura de doação. Segundo a diretriz, “com mais pessoas falando abertamente sobre suas doações, será possível sensibilizar um universo amplo e potente de doadores, tornando o ato de doar parte do cotidiano de todo o cidadão” (MCD, 13).

CONCLUSÃO

Se antes não tínhamos referência concreta em relação ao tamanho e perfil da generosidade da população brasileira, apenas bons indícios, agora temos duas edições da Pesquisa Doação Brasil, com diferença de cinco anos entre elas.

Já sabíamos em 2015, e isso foi reforçado em 2020, que somos um povo solidário, e a doação individual continua como uma das principais fontes de receita que movimenta o setor sem fins lucrativos no País.

Destacamos neste texto alguns aspectos importantes que observamos ao comparar as duas edições da pesquisa: o aumento das doações da população de alta renda, o aumento da confiança no trabalho das organizações da sociedade civil, a mudança na percepção da importância do poder transformador da doação. Estamos caminhando para um Brasil mais doador.

Novas edições da Pesquisa Doação Brasil não são apenas

necessárias, mas fundamentais para construirmos essa série histórica, termos cada vez melhores bases de comparação da evolução do comportamento da doação brasileira e nos alinharmos às melhores práticas internacionais de estudo do setor filantrópico.

BIBLIOGRAFIA

IDIS, CAF World Giving Index Report 2021 - Charities Aid Foundation. <https://www.idis.org.br/publicacoesidis/world-giving-index-2021/>, acessado em 6 de agosto de 2021.

Hernandes, José Paulo. Orientações de quem fez a pesquisa. PESQUISA DOAÇÃO BRASIL, IDIS, 2015.

Mendonça, Patrícia, Alves, Mário Aquino, Nogueira, Fernando. Arquitetura institucional de apoio às organizações da sociedade civil no Brasil. São Paulo: Editora FGV, 2013.

MOVIMENTO POR UMA CULTURA DE DOAÇÃO. “Por um Brasil Mais Doador, Sempre”. https://4c7e479b-c69d-474d-971e-377669452104.filesusr.com/ugd/7ec-c18_817ef228e8394f7c9041a426d32c40c5.pdf, acessado em 6 de agosto de 2021.

Coordenação



Realização



Apoio



ISBN: 978-85-60904-20-4

