



◀ RENATA DE TOLEDO RODOVALHO é consultora na Apoena sustentável e membro do Grupo de Estudos de Voluntariado Empresarial.



## VOLUNTARIADO E CULTURA DE DOAÇÃO

**E**sta reflexão sobre voluntariado e cultura de doação pode começar com uma pergunta: Estamos doando mais? Na era da internet e das redes sociais, o cyberativismo já é uma realidade e as pessoas estão de fato usando esses espaços para se colocar politicamente, para advogar por causas sociais e ambientais e até para criar campanhas de doação.

Quem ainda não ouviu falar de *crowdfunding* não ficará ileso por muito tempo! ONGs, artistas, coletivos culturais e até empreendedores sociais estão usando essa poderosa ferramenta de doação coletiva para viabilizar financeiramente seus projetos. Com a internet, o conceito de doação em si vem se transformando profundamente. Se antes quem doava não podia esperar nada em troca, pois o ato de doação

era uma demonstração legítima de altruísmo desinteressado, hoje, os usuários das plataformas de *crowdfunding* oferecem aos seus doadores contrapartidas proporcionais ao valor doado, já que o doador passa a ser um coautor da iniciativa e, portanto, precisa ser recompensado. A plataforma Kiva, por exemplo, permite que doadores de qualquer parte do mundo apoiem pessoas em regiões de extrema pobreza. O interessante sobre esta plataforma é que o valor doado volta para o doador quando o beneficiário recupera o investimento. Nesse caso, além de poder recuperar o dinheiro, ele também pode reinvestir o mesmo valor em um novo projeto, se assim desejar.

Isso muda totalmente o papel do doador no processo e a sua maneira de se relacionar com as causas pelas quais advoga. A ideia de que estamos todos interconectados nunca foi tão verdadeira, pois a internet escancarou as questões sociais e ambientais, antes mascaradas pelo filtro das lentes das emissoras de televisão; hoje, inúmeros pontos de vista surgem nas redes sociais, quebrando o monopólio da informação. Mas será que isso é suficiente para afirmarmos que estamos diante de uma nova cultura de doação? As pessoas doam mais porque está mais fácil doar? O fato é que existem poucos dados sobre as doações no Brasil, e isso nos mostra o quanto precisamos evoluir neste campo.

Em matéria publicada na Folha de São Paulo, em 9 de dezembro de 2013, a pesquisa “World Giving Index 2013” – Uma visão global das tendências de doação” mostrou que o Brasil caiu 37 posições no ranking dos países mais solidários do mundo em cinco anos. Mesmo com a elevação de renda da população no período, as doações, o trabalho voluntário e a ajuda a estranhos — itens avaliados na pesquisa — diminuíram, o que não aconteceu nos outros países também avaliados. Essa pesquisa reforça o argumento daqueles que acreditam que a cultura de doação e o voluntariado não emergem simplesmente da elevação da renda e melhora da qualidade de vida da população. Desenvolver uma cultura de doação envolve outros aspectos do desenvolvimento social como ampliação da visão de mundo, melhoria na qualidade da educação, acesso à informação e conhecimento sobre as causas da desigualdade social, que não são tão evidentes para todos.

A pesquisa ainda revela que, na América do Sul, o Brasil é o país menos generoso. “A questão da doação é mais fomentada nos outros países, faz parte da cultura”, explica Paula Fabiani, diretora-executiva do Instituto do Investimento Social (Idis).

O secretário-geral do Grupo de Institutos e Fundações e Empresas (Gife), Andre Degenszajn, afirma que “no Brasil existe muita doação, mas ela tende a ser dentro de uma mesma comunidade, como de grupos religiosos e menos em questões sociais, como a ambiental, por exemplo”.

*A ideia de que estamos todos interconectados nunca foi tão verdadeira, pois a internet escancarou as questões sociais e ambientais, antes mascaradas pelo filtro das lentes das emissoras de televisão; hoje, inúmeros pontos de vista surgem nas redes sociais, quebrando o monopólio da informação. Mas será que isso é suficiente para afirmarmos que estamos diante de uma nova cultura de doação?*

Mas quais seriam as possíveis soluções para disseminar o voluntariado e a doação no Brasil e criar, de fato, essa cultura de doação e participação social tão desejada? Algumas pessoas apostam em incentivos governamentais que facilitem a doação para organizações sociais, políticas claras e processos simples que ajudem o cidadão a destinar parte do seu imposto de renda para projetos de sua preferência, sem burocratizar.

Se por um lado os cidadãos não sabem muito bem como destinar recursos para organizações sem fins lucrativos de forma segura, por outro, as organizações tampouco sabem como estimular esses cidadãos a escolherem o seu projeto entre tantos disponíveis. No fim das contas, essa falta de conexão entre as partes desestimula o gesto da doação. E o mesmo acontece com o trabalho voluntário, já que muitas organizações não têm programas estruturados de voluntariado, não conhecem os mecanismos de atrair o interesse de possíveis candidatos e, uma vez atraídos, não conseguem mantê-los e reconhecê-los de maneira eficaz.

Em contrapartida, as empresas brasileiras têm investido cada vez mais em programas de voluntariado, segundo a pesquisa do Conselho Brasileiro de Voluntariado Empresarial, que está na sua terceira edição (Perfil do Voluntariado Empresarial no Brasil III, 2012). As empresas têm recurso e ferramentas para fomentar ações voluntárias bem estruturadas que disseminem, ao mesmo tempo, a importância de se engajar como voluntário em uma causa e de que a doação pode ser um importante complemento ao trabalho de cada um. Organizar campanhas, mobilizar pessoas e captar recursos são experiências voluntárias muito interessantes que disseminam tanto a cultura da participação como a da doação.

Como consultora, tenho visto muitas empresas banirem de seus programas as campanhas de doação por julgarem que esse é um tipo de atividade menos evoluída ou assistencialista, como se diz frequentemente. E para a cultura de doação, esse pode ser um grande obstáculo! Fala-se muito em qualificar o investimento social das empresas e das ações de voluntariado, entretanto, defendo o mesmo para as campanhas de doação. Uma campanha bem fundamentada, transparente, em que haja



igualmente oportunidades de doar e atuar como voluntário, ajuda a trazer resultados mais impactantes e com real potencial para disseminar a cultura de doação no país de forma mais eficaz. Nesse sentido, as organizações não governamentais também têm o importante papel de disseminar essa cultura, oferecendo informações e facilidades para os voluntários se engajarem e doarem para seus projetos.

Volto para a internet para finalizar essa reflexão de que hoje contamos com ferramentas poderosas para promover cada vez mais a participação social e a doação! Sites como o [Atados.com.br](http://Atados.com.br) e o [Juntos.com.vc](http://Juntos.com.vc) estão aproximando as pessoas das oportunidades de participação social e doação.

*Se por um lado os cidadãos não sabem muito bem como destinar recursos para organizações sem fins lucrativos de forma segura, por outro, as organizações tampouco sabem como estimular esses cidadãos a escolherem o seu projeto entre tantos disponíveis*

Os elementos estão aí, ao nosso alcance, e precisamos agora acrescentar um componente catalizador para transformar atos isolados em um movimento ampliado de participação social, e com essa nova perspectiva, fazer surgir o que de fato buscamos - uma Cultura de Doação. 🇧🇷