



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS – CCJE
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIA CONTÁBEIS – FACC

MURILO DANTAS BASTOS

**DESAFIOS NA GESTÃO FINANCEIRA DE INSTITUIÇÕES FILANTRÓPICAS
NO COMBATE À PANDEMIA DA COVID-19**

Rio de Janeiro – RJ

2022

MURILO DANTAS BASTOS

**DESAFIOS NA GESTÃO FINANCEIRA DE INSTITUIÇÕES FILANTRÓPICAS
NO COMBATE À PANDEMIA DA COVID-19**

Projeto de monografia apresentado como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Administração pela Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro (FACC/UFRJ).

Orientador (a): Luciano Coutinho

Rio de Janeiro – RJ

2022

RESUMO E PALAVRAS-CHAVE

Tendo em vista o contexto da pandemia da COVID-19, pesquisa-se sobre os desafios na gestão financeira de instituições filantrópicas no combate à pandemia da COVID-19. Para tanto, é necessário descrever as características do trabalho dessas instituições filantrópicas, caracterizar as ações filantrópicas e/ou de investimento social desenvolvidas por elas e analisar o resultado das ações de um empreendedor social do Rio de Janeiro no combate à crise da pandemia da covid-19. Realiza-se, então, uma pesquisa qualitativa descritiva. Diante disso, verifica-se que no geral a filantropia está ligada a organizações e pessoas que dispõem de recursos voltados a projetos que visam ganhar alguma relevância na sociedade, constatou-se também que essas instituições filantrópicas estão assumindo um papel de destaque como agentes sociais e políticos sob influência de uma elite social. Isso se manifesta ao apresentar resultados relevantes durante a pandemia, movimentando milhões em diversas ações no combate a COVID-19, o que impõe a constatação de que mesmo com potencial e crescimento nas últimas décadas, a filantropia atua num espaço controverso, que pode ser uma ferramenta usada tanto para preencher uma lacuna pelo Estado mas também para fomentar a boa imagem de grandes corporações.

Palavras-Chave: Filantropia; Investimento Social; Responsabilidade Social Corporativa. COVID-19; Responsabilidade Social.

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - Temas e termos	13
TABELA 2 - Artigos selecionados na base SciELO.....	13

LISTA DE SIGLAS

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas;

CIS - Contratos de Impacto Social;

GIFE - Grupo de Institutos, Fundações e Empresas;

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística;

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada;

ISO - International Organization for Standardization;

NBR - Norma Brasileira Regulamentadora;

OSCIP - Organização Social de Interesse Público;

ONG - Organização Não-Governamental;

RSE - Responsabilidade Social Empresarial.

SUMÁRIO

1. Introdução.....	6
1.1. Formulação do problema de pesquisa.....	10
1.2. Objetivos.....	11
1.2.1 Objetivo Geral.....	11
1.2.2. Objetivos Específicos.....	11
1.3. Justificativas.....	11
2. Referencial Teórico.....	13
2.1. Características das Ações Filantrópicas.....	14
2.2. Aspectos das Fundações Filantrópicas.....	19
2.3. Filantropia x Responsabilidade Social Corporativa.....	23
2.4. Redes de apoio à pandemia no Rio de Janeiro.....	30
3. Metodologia.....	33
3.1. Método, Classificação e Técnicas de Pesquisa.....	33
3.2. Amostra de documentos.....	34
3.3. Procedimentos de coleta e análise de dados.....	34
4. Resultados.....	36
5. Considerações finais.....	39
REFERÊNCIAS.....	41

1. Introdução

A história da filantropia no Brasil tem início ainda na época da colônia e está intimamente ligada à Igreja Católica, conforme afirma o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE), destaca-se também que a partir da independência do Brasil ao final do século XIX surgiram novos modelos de organizações quando sociedades católicas laicas, confrarias e organizações voluntárias passaram a criar hospitais, orfanatos e asilos com patrocínios e doações.

Já para Sartore (2013) a filantropia no Brasil surgiu na década de 1960 com a criação da Associação Cristã dos Dirigentes de Empresas do Brasil. De acordo com a autora, foi criada para dar protagonismo ao papel social dos empresários, mas só nos anos 1980 ganha forma para tomar o lugar do papel do Estado.

No Brasil a filantropia esteve durante muito tempo associada à caridade devido a um caráter cristão trazido da Igreja Católica “quando a preocupação era a de erradicar a pobreza através da filantropia empresarial, impulsionada por um sentimento religioso através do qual a ajuda é dada por esmolas e doações por parte dos empresários.” (SARTORE, 2013, p.2).

Porém, com o passar do tempo isso deixa de ser uma virtude cristã para dar lugar como uma virtude do homem bem-sucedido, aquele com inclinação para doar como afirma Gisele Sanglard (2003).

Inclusive, a autora considera que a caridade por ter um sentido de algo piedoso e por pressupor como uma forma de abdicação da vaidade do doador, deixa de fazer sentido com a ideia de filantropia, que passa a ser um gesto de utilidade e que encontra na publicidade a sua maior arma para evidenciar a visibilidade do doador perante a sociedade.

Gisele Sanglard (2003), afirma que a filantropia pode ser compreendida como a laicização da caridade cristã, isto é, a diferença entre o conceito de filantropia e de caridade diferenciam-se através da forma como são realizadas e não na ação em si, ou seja, a forma de doar. Ainda que o resultado das ações tanto da filantropia quanto da caridade era o mesmo.

Para o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE), outro ponto relevante para o início da trajetória da filantropia no Brasil é que pela sua natureza política e o crescente poder dessas organizações acabou levando a um maior controle do Estado na década de 1930 devido ao aumento das leis trabalhistas,

regulamentações e subsídios. É necessário ressaltar que a independência do setor foi bastante prejudicada pela ditadura militar instaurada no país em 1964.

Este cenário muda drasticamente após o fim do regime militar em 1985 conforme analisa o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE). Inclusive iniciando um período de desenvolvimento muito positivo ainda que o surgimento de novas organizações sociais tenha sido mais intenso nos anos 1990 por conta da abertura econômica no Brasil e o controle inflacionário que fez com que acelerasse o crescimento do setor empresarial, tornando-o mais dinâmico.

Logo após este período, devido a um escândalo de corrupção envolvendo a esposa do então presidente Fernando Collor e a instituição filantrópica a qual ela administrava, a filantropia passou a ser olhada de forma negativa perante aos brasileiros, conforme destaca o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE) ao relembrar a trajetória da filantropia no Brasil.

Em virtude disso, inclusive, foi criado o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE) e seu primeiro documento oficial foi o código de ética para desassociar a imagem negativa que a filantropia havia ganhado para dar espaço para ser vista como um setor específico da sociedade civil.

Atualmente os investimentos de caráter social e/ou filantrópico são realizados muitas vezes por fundações ou organizações do terceiro setor e vem se caracterizando por variadas formas e práticas de ação. (BORGES; MIRANDA; VALADÃO, 2021)

Essas práticas conhecidas como filantropia e/ou investimento social privado vem ganhando espaço e têm mostrado grande relevância no meio corporativo. Essas organizações vêm assumindo grande papel de destaque enquanto agentes sociais e políticos.

Segundo Borges, Miranda e Valadão (2021) os investimentos sociais têm formas distintas de aplicação. Sendo o investimento social direto quando a própria empresa gerencia e controla os projetos, conhecido como responsabilidade social das empresas; indireto quando ocorrem através de parcerias e a partir de fundações e/ou instituições filantrópicas, esta última, cuja características são objeto de estudo deste trabalho acadêmico.

Para Borges, Miranda e Valadão:

Essas entidades surgem da necessidade da empresa de consolidar uma política de responsabilidade social e de distribuir e controlar melhor os recursos que destina na busca do bem comum. A abordagem estratégica da filantropia defende que as fundações apresentam vantagens em relação ao governo, visto que não sofrem as pressões políticas tão comuns à administração pública (BORGES; MIRANDA; VALADÃO, 2021, p.12)

Essas distintas formas de mobilizar o investimento social normalmente acabam gerando certas dicotomias devido a influência do modelo de administração empresarial nas instituições filantrópicas mesmo sendo importante para a mudança de concepção da filantropia como caridade, acabou dificultando a identificação da fronteira do que é o investimento social/filantropia da responsabilidade social corporativa, conforme destaca o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE).

Contudo, Borges, Miranda e Valadão (2021) afirmam que para além de mobilizar investimentos sociais, essas instituições filantrópicas atuam de maneira a gerar benefícios para a imagem de seus instituidores (investidores) por essas ações. Gisele Sanglard (2003) compartilha desta mesma visão e complementa que a publicidade fomenta a rivalidade entre os doadores e os tornam “bons sócios” por promoverem as suas boas ações perante a sociedade.

Portanto, os resultados gerados por esses investimentos sociais melhoram a imagem dessas empresas que doam dinheiro e ajudam a fomentar a imagem corporativa da companhia como uma empresa que se preocupa com questões sociais.

Sendo assim, mesmo que a filantropia tenha se afastado bastante da ideia clássica que a vinculada ao Estado, o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE) ainda aponta para algumas questões que devem ter a devida atenção como a já citada fronteira no entendimento do que é responsabilidade social corporativa e o que é filantropia, delimitação que muitas vezes pode parecer mal definida e por consequência mal entendida. Também é apontado que o ambiente jurídico no Brasil é defasado e não acompanhou o desenvolvimento do terceiro setor, inclusive, a falta de incentivos fiscais.

Agora que podemos entender melhor a filantropia e que não se trata de uma prática igual a responsabilidade social corporativa, ainda que os termos sejam confundidos por conta das fronteiras entre as duas práticas. Entramos no contexto ao qual este estudo busca explorar.

No ano de 2020 o mundo se deparou com o início de uma pandemia. A Covid19 chegou causando impactos ainda sem precedentes, nada parecido aconteceu nos últimos 100 anos.

O coronavírus, como também é conhecido, parecia ser uma enfermidade um tanto democrática, isto é, teoricamente todo mundo estava sob o mesmo risco de ser contaminado pela doença, sem distinções de gênero, raça ou classe social. Mas vale lembrar, em condições completamente distintas.

Pouco tempo depois de sua chegada ficou escancarado que não é bem assim. Isso tornou-se muito visível principalmente em países como o Brasil, país com longo histórico de problemas sociais e ambientais.

Todos foram lançados no oceano da covid-19. Uns atravessaram a nado, outros a remo, uns de barco e alguns poucos em iates. Igualar a situação de uma família rica morando numa casa grande com acesso a todos os recursos sem precisar sair de casa com uma família numa periferia ou uma favela morando em uma casa pequena não parece nem de longe que estávamos todos no mesmo barco.

Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2020) apontam que o nível de pessoas em situação de extrema pobreza atingiu o número de 13,5 milhões, o maior nível em 7 anos. Só para ter uma ideia, esse número representa, por exemplo, a população de países como a Bolívia, Grécia, Bélgica e até mesmo Portugal.

No contexto do trabalho e/ou desemprego, a taxa de desocupação no ano de 2020 chegou a 14,4% segundo o IBGE sendo mais evidente entre jovens entre 18 e 24 anos. Segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA (2020) a taxa de desocupação nesta faixa etária chegou a 29,8% no quarto trimestre de 2020. Isso significa que mais de 4 milhões de jovens estavam à procura de emprego.

Outro dado importante apontado pelo IBGE (2020) é o número de pessoas afastadas do trabalho devido ao distanciamento social por conta da pandemia. Número que chegou a 2,7 milhões de pessoas e outras 15,3 milhões de pessoas não puderam procurar trabalho ou pela falta de oferta na localidade em que moram devido a pandemia.

O IPEA (2020) aponta para um recorte no qual a educação interfere diretamente. Enquanto o número de desocupação aumentou neste período para pessoas com ensino médio incompleto em contrapartida a ocupação para aqueles

com ensino superior continuou crescendo, inclusive, com alta.

Portanto, mais uma vez fica evidente que os segmentos mais vulneráveis da população sofrem muito mais com as consequências dos impactos negativos trazidos pela pandemia.

Os dados do IBGE (2020) mostram que de maneira geral, a população preta ou parda representa mais de 72% dos pobres e se considerar um recorte separando mulheres pardas ou negras conclui-se que possui um contingente maior dentro dessa perspectiva, mais de 27% delas estão abaixo da linha da pobreza.

Nesta conjuntura apresentada nasce a necessidade de tentar mitigar os impactos negativos em decorrência da pandemia da Covid-19 e promover a transformação deste cenário combatendo problemas sociais, econômicos e socioambientais.

Desta forma, este estudo busca analisar as ações de um empreendedor social do Rio de Janeiro. A SITAWI Finanças do Bem é uma organização social de interesse público (OSCIP) referência no desenvolvimento de soluções financeiras para impacto social e na análise da performance socioambiental de empresas e instituições financeiras.

SITAWI que em Swahili (idioma falado no leste da África) significa desenvolver e florescer, hoje conta com escritórios em São Paulo, Rio de Janeiro, Carauari (Amazonas) e Bogotá (Colômbia) e seu papel é o de promover a transformação do papel do capital nos negócios, isto é, atribuir outros valores no valor do dinheiro.

Atualmente a SITAWI utiliza um programa de finanças sociais que é responsável pelo desenvolvimento dos chamados Contratos de Impacto Social (CIS), conceito vindo do inglês “Social Impact Bonds”; pela gestão de Programas Territoriais; gestão de Fundos Filantrópicos e pelos Fundos Sociais Rotativos.

A partir dessas iniciativas são realizadas doações, empréstimos, garantias ou investimentos socioambientais para organizações e/ou negócios de impacto.

1.1. Formulação do problema de pesquisa

Conforme exposto, o problema de pesquisa foi definido em: Quais os desafios de um empreendedor social do Rio de Janeiro na mobilização de capital para impacto econômico positivo no combate ao COVID-19 ?

1.2. Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo geral deste estudo consiste em analisar os principais desafios na coordenação das ações de um empreendedor social do Rio de Janeiro no cuidado a pandemia da covid-19.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Descrever as características do trabalho de instituições/fundações filantrópicas;
- Caracterizar ações filantrópicas/investimento social desenvolvidas pela instituição durante a pandemia;
- Analisar o resultado das ações de um empreendedor social do Rio de Janeiro no combate à crise da pandemia da COVID-19.

1.3. Justificativas

Tema inspirado no contexto da pandemia da COVID-19 que visa analisar a filantropia como meio de gerir recursos para atender a população com perfil econômico mais vulnerável.

Segundo Sartore (2013) às transformações no mundo corporativo e nas finanças se transformaram nos últimos anos e definiram novos atores no espaço social. Como destaca a autora:

Meu principal argumento é que essas transformações recentes ficam mais evidentes a partir da incorporação das ideias da Sustentabilidade Empresarial (SE) por atores ligados ao campo das finanças, a qual ocorre a partir da criação do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) na Bolsa de Valores do Estado de São Paulo em 2005 (SARTORE, 2013, p.1)

A ideia de responsabilidade social corporativa tornou mais evidente a preocupação das empresas em atuar como filantropos. Essas organizações ajudam a construir uma relação entre as empresas e a sociedade a partir da responsabilidade social e não faltou exemplo durante a pandemia ações de grandes

empresas ou mesmo de personalidades conhecidas em resposta à crise do COVID-19.

De acordo com Guillaumon *et al.* (2021) existem três grupos: cluster de ações de mitigação; cluster integrativo e cluster de ajuda nos processos. Esses três grupos são analisados pelos autores à luz da teoria da dádiva de Marcel Mauss que descreve as relações e prestações de reciprocidade e portanto o retorno que essas ações podem trazer para esses atores.

Guillaumon *et al.* (2021) afirmam que a sociedade civil integra o cluster de ações de mitigação, o setor público fica a cargo do cluster integrativo e as universidades e empresas privadas no cluster de ajuda nos processos.

Além do mais, essas iniciativas são importantes para construir uma boa imagem das grandes corporações perante à sociedade e são impulsionadas principalmente em condições emergenciais como a pandemia da COVID-19. Fazem com que as iniciativas do terceiro setor que neste caso tem o papel de intermediar as ações dessas grandes empresas cheguem à sociedade em resposta à crise.

Diante disso, este estudo objetiva contribuir para a área dos estudos organizacionais justificando-se a partir da análise sobre as dinâmicas apresentadas a partir dos desafios para encontrar soluções variadas para gerir os recursos mobilizados para o combate à crise da COVID-19.

Portanto, o projeto está estruturado da seguinte maneira: posteriormente a primeira etapa de contextualização do tema e definição dos objetivos propostos, seguidamente pelo referencial teórico e os procedimentos metodológicos que se pretende usar e logo após, a indicação do cronograma de pesquisa que apresentará os passos seguintes para elaboração desta monografia.

2. Referencial Teórico

Para identificar os artigos para integrar este tópico, foi realizado um levantamento bibliográfico no qual foi aplicado, inicialmente, o cruzamento entre os temas: filantropia, investimento social e responsabilidade social. Em seguida, foi empregado o cruzamento dessas expressões com o termo Covid-19 e pandemia, como mostra o Quadro 1.

Quadro 1: Temas e Termos

Temas	Conectores	Termos
Filantropia	AND	"investimento de impacto", "responsabilidade social"
Pandemia	AND	"investimento de impacto", "responsabilidade social"
COVID-19	AND	"pandemia", "coronavírus"

A busca ocorreu na plataforma SciELO, o campo resumo buscando artigos sem distinção de tempo para buscar o maior número possível de artigos e depois ir filtrando após leitura dos resumos de cada um.

Houve um retorno de cerca de 103 artigos quando pesquisado o termo "filantropia" porém, à medida que foram adicionados conectores o número de artigos ficava consideravelmente menor. Em alguns casos o resultado era dois ou três artigos, em outros casos um pouco mais.

Entretanto, apesar desta dificuldade inicial, os artigos encontrados mostraram grande contribuição para o entendimento do tema e assim ajudaram a começar o presente estudo. A partir disso, foram selecionados os artigos constantes do Quadro 2.

Quadro 2: Artigos selecionados na base Scielo.

AUTORES	ANO	PERIÓDICO	TÍTULO DA OBRA	CLASSIFICAÇÃO DO PERIÓDICO
Wilkis	2007	MANA, Estudo da Antropologia Social.	Os usos sociais do dinheiro em circuitos filantrópicos: o caso das "publicações de rua"	A1

Borges, Miranda e Valadão	2011	RAE - Revista de Administração de Empresas	O discurso das fundações corporativas: caminhos de uma "nova" filantropia?	A2
Sartore	2013	CADERNO CRH	Da filantropia ao investimento socialmente responsável: novas distinções	A1
Silva e Oliven	2020	MANA, Estudo da Antropologia Social.	Filantropocapitalismo versus filantropia para a justiça social: um debate norte-americano sobre como lidar com a pobreza.	A1
Guillaumon <i>et al.</i>	2021	Sociedade & Estado	A Covid-19 chegou no Brasil, e daí? A primeira resposta das redes solidárias sob a perspectiva da dádiva	B1
Ribeiro, Braga e Teixeira	2021	Cadernos Metropole	Desigualdade socioespacial e o impacto da Covid-19 na população do Rio de Janeiro: análises e reflexões	B1
Flexor, Silva e Rodrigues	2021	Cadernos Metropole	A Covid-19 e o agravamento das desigualdades na Região Metropolitana do Rio de Janeiro	B1

Fonte: elaboração própria

2.1. Características das Ações Filantrópicas

É importante destacar que durante o processo de administração do desempenho operacional ocorre por meio dos conselhos diretores, diretores gerais, reitores, tesoureiros, entre outros profissionais responsáveis pela administração, consomem boa parte do seu tempo em estudos, reuniões, negociações, preparação e apresentação dos relatórios, com a finalidade de assegurar todo o equilíbrio entre receitas e despesas, para o que enfrentam toda sorte de interesses em comum

“A filantropia é simultaneamente um mercado, uma obrigação moral, uma forma de interesse e uma maneira de os membros de elites estabelecerem redes entre eles” (SILVA, OLIVEN, 2020, p.28).

Ou seja, na prática a filantropia é associada a organizações e pessoas que possuem tempo e recursos voltados para projetos que visam obter alguma relevância para a sociedade.

Como destaca MAIA (2002),

a filantropia difere de responsabilidade social basicamente porque filantropia é uma ação social, seja praticada isoladamente ou sistematicamente, e nada diz sobre a visão da empresa e sobre o planejamento estratégico de sua atuação social

As transformações socioeconômicas nas últimas décadas colocaram o mercado financeiro no centro das dinâmicas socioeconômicas e o tornou grande influenciador diante dos demais setores da economia, conforme indica Sartore (2013). Isto é, o campo financeiro acaba gerando posições de novos atores sociais.

Além disso, mais transformações ocorreram desde a década de noventa. Entre elas as práticas de Responsabilidade Social das Empresas (RSE) que ganharam muita ênfase no mundo corporativo ainda que essa ideia antecede a década de noventa, (SARTORE, 2013, p.1) indica que “a ideia de que o empresário possui um papel social a ser desempenhado em prol da sociedade antecede os anos noventa e vem passando por transformações, criando novas formas de atuação no mundo dos negócios.”

Carroll (1979, 1991) caracteriza a RSC de uma forma que auxilie os executivos a conciliar os interesses dos acionistas com os interesses de outros grupos que cobram tal legitimação. Esse autor constrói um modelo base acerca da natureza da RSC, onde os componentes constituintes, da base para o topo, são: econômico, legal, ético e discricionário ou filantrópico.

Godfrey (2005), destaca que:

a filantropia é uma dimensão da RSC que, sob certas condições, é capaz de imputar à firma valores e caráter exemplares e de gerar aprovação por parte de vários públicos (GODFREY, 2005, p.3)

Enquanto a responsabilidade econômica e a responsabilidade legal elas fazem parte de um rol de exigências da sociedade aos negócios, a responsabilidade ética é esperada e a filantropia é desejada e/ou esperada.

Ou seja, a ideia de "filantropia estratégica" reflete no processo de aceitação de que o benefício público e o bem-estar social que é propiciado por meio das práticas de RSC geram valor para os acionistas e auxilia na redução do risco para a reputação da firma.

Destaca-se que a filantropia trata basicamente de uma ação social externa destas empresas, tendo como beneficiário principal toda a comunidade em suas diversas formas (conselhos comunitários, organizações não-governamentais, associações comunitárias etc.).

Essas entidades possuem estruturas especializadas com a finalidade de proporcionar benefício público, e, por uma natureza legal e estatutária, são entidades independentes dessas empresas que são estabelecidas.

Ao comunicarem seus projetos e ações por meio de diferentes meios de comunicação, essas fundações afetam a subjetividade social. Isso significa que podem ser criadas, com o objetivo de manter ou transformar a visão acerca de como essas questões sociais devem ser tratadas (Fairclough, 2001, 2005).

Esse processo pode lhes permitir criar, manter ou ampliar o poder no contexto social (Thompson, 2002). Mas é válido lembrar que “embora a filantropia goste de ser encarada como uma prática moderna e “científica”, há obviamente algo “religioso” nessa perspectiva da obrigação moral” (SILVA; OLIVEN; 2020, p.25)

Deste modo, a prática filantrópica seria uma oportunidade de reconhecimento dos indivíduos. “A prática da filantropia coloca os doadores num circuito que cria relações interpessoais que são importantes no estabelecimento de conexões e redes sociais. De algum modo, não praticar filantropia exclui o magnata do círculo de seus pares” (SILVA; OLIVEN; 2020, p.27).

Ou seja, para Silva e Oliven (2020) acumular fortuna é uma marca dos bem-sucedidos e a prática filantrópica seria então uma forma de participação democrática na redistribuição de recursos.

Inclusive, Wilkis (2007) aponta que a filantropia está partindo para um sentido de mercantilização das doações como traço marcante para as transformações recentes dentro do universo das organizações.

Por este motivo, a filantropia ainda está em um universo controverso no qual existem diferentes narrativas sobre sua prática, segundo Silva (2020).

Então, considera-se que a filantropia não é algo fácil de administrar.

Ainda que etimologicamente a origem da palavra se traduz em amor à humanidade, ela ainda se encontra “em um esforço da separação do ato

afetivo caritativo e da prática estruturada e planejada da filantropia” (SILVA; OLIVEN; 2020, p.3).

A autora destaca duas grandes vertentes: o filantropocapitalismo (que podemos encontrar como “nova filantropia” ou “filantropia estratégica”) e a filantropia progressista ou de justiça social.

Esses atores sociais envolvidos com a filantropia partem do pressuposto que o mercado continua sendo o melhor mecanismo para regular a economia e por consequência a sociedade ao passo que adotar métodos empresariais podem desenvolver programas filantrópicos.

No entanto, utilizam-se jargões como estratégia, orientação de mercado e medição de impacto.

Os atores desse campo procuram se distanciar de modelos de caridade que consideram paliativos e declaram buscar soluções efetivas para os problemas sociais” (SILVA; OLIVEN; 2020, p.10)

Portanto, outra consequência dessas transformações socioeconômicas além de gerar novas posições de atores sociais trabalhando em frentes de emergências sociais que Sartore (2013) denominou como um Espaço das Práticas Sociais dos Empresários.

Para Silva e Oliven (2020) a filantropia contemporânea apresenta duas vertentes, o que os autores chamam de filantropocapitalismo e a filantropia social, enquanto a responsabilidade social para eles ainda é algo a ser definido.

Portanto, para os autores, o filantropocapitalismo parte da linha de que o mercado é o melhor regulador econômico e social e enquanto a filantropia social (ou progressista) apresenta uma ótica na qual os movimentos sociais podem promover uma melhor perspectiva de justiça social.

Sartore (2013) também apresenta uma certa divisão de atores dentro da ideia de Responsabilidade Social das Empresas (RSE). Esse autor destaca uma polarização entre atores atuantes em uma esfera ligada à responsabilidade social empresarial e do desenvolvimento sustentável e uma outra esfera ligada à governança corporativa.

“A principal distinção é a de que os primeiros focam as suas práticas para os executivos das empresas, enquanto os segundos focam as suas práticas para os investidores” (SARTORE, 2013, p.11).

Sendo assim, nesta seção, podemos verificar o escopo de como a ideia de filantropia e responsabilidade social corporativa se apresentam no contexto socioeconômico atual.

A ideia de ação filantrópica está mais ligada à ideia de doação, de caridade, mas em alguns referenciais norte-americanos, na última década, percebe-se que o termo também aparece significando ações estratégicas (Smith, 1994).

Levando em consideração os verdadeiros motivos que levam as empresas a esse tipo de ação, Logan et al (1997) observa que as razões dificilmente serão as mesmas dentro de uma companhia para outra, mas os benefícios sempre vão mostrar a importância de incentivar a maior participação do mercado, sem nenhuma suspeitas prévias sobre seus motivadores.

A finalidade é sensibilizar e formar uma grande massa de atuação nessa área no setor empresarial, é por isso que a prioridade é fazer uso de argumentos de negócios do que esperar pelo senso cívico ou filantrópico.

Há muitas formas de interação da empresa privada com a comunidade ou organizações sem fins lucrativos: o patrocínio cultural de atividades promovidas por organizações do terceiro setor (marketing cultural), a associação da marca da empresa a uma causa (marketing relacionado a uma causa), a promoção do voluntariado entre os funcionários, a operação direta de programas sociais, doações em dinheiro, até a constituição de uma organização específica mantida pela empresa para desempenhar ações na área social (Falconer, 1999).

Lembrando que os programas de contribuição empresarial são, em sua grande maioria, difusos e dispersos, que acabam refletindo as crenças e os valores pessoais dos executivos e funcionários, em vez de estarem de fato vinculados a objetivos sociais ou empresariais bem formulados, já que as ações de filantropia serão verdadeiramente estratégicas quando se investir em áreas dentro do contexto competitivo que beneficiem tanto a empresa quanto a sociedade.

Ou seja, a empresa não vive isolada da comunidade, no contexto no qual ela está localizada e a capacidade de competir depende de tais circunstâncias do local onde é operado.

2.2. Aspectos das Fundações Filantrópicas

“As fundações corporativas vêm assumindo papel de destaque como agentes sociais e políticos, não apenas pelo volume de recursos de que dispõem, mas pelo modo como se inserem nos problemas da vida diária das pessoas” (BORGES; MIRANDA; VALADÃO, 2021, p.2). Isto é, segundo os autores, a filantropia corporativa é capaz de assumir através de diversos meios para atender as necessidades básicas da sociedade.

Hoje no mundo corporativo as empresas partem (ou propõem) que a motivação não deve ser voltada exclusivamente para os interesses dos acionistas, ou seja, não deve ser diretamente voltada para o lucro e sim considerar também a sua função social.

Deste modo, tais organizações surgem para suprir carências da população que o Estado não consegue atender.

Se as potencialidades da sociedade brasileira são brevemente mencionadas, o que se destaca são as fraquezas, os problemas e as necessidades. O que não deixa de ser uma forma de justificar a presença das fundações, as quais passam a realizar o papel que antes caberia ao Estado. (BORGES; MIRANDA; VALADÃO, 2021, p.9)

Sendo assim, o motivo das práticas como a do filantropocapitalismo encontram sua justificativa é de que o capitalismo é a melhor forma de sistema social já elaborado porém com algumas falhas.

“A filantropia é uma prática de sociedades complexas, nas quais a desigualdade e pobreza constituem uma preocupação moral das elites” (SILVA; OLIVEN; 2020, p.28).

No Brasil é possível identificar diferenças nas práticas filantrópicas do empresariado a partir do campo das finanças, inclusive, o primeiro fundo social foi inaugurado no país surge por consequência da concentração do setor bancário ao final da década de noventa, conforme afirma Sartore (2013).

Além disso, Sartore (2013) indica que a incorporação destas práticas é na verdade consequência de uma influência de elites sociais ligadas ao mercado financeiro, ao terceiro setor, na academia e também nos sindicatos ao passo que motiva a criação de espaços para um discurso assistencialista. Ou seja, se a sociedade é carente, as fundações podem atender ou diminuir essas carências.

Entretanto, Borges, Miranda e Valadão (2021) destacam que a atuação da filantropia justificam que as fundações apresentam vantagens frente ao governo devido a não sofrer influência política e também vantagens no que tange a iniciativas individuais, visto que, podem atingir ganhos em escala através das suas ações, isto é, conseguem atingir um número maior de pessoas. Mas como apresentado na seção anterior, a filantropia ainda atua num campo controverso.

No entanto, Borges, Miranda e Valadão (2021) consideram que essas instituições:

(...) disseminar uma visão dos problemas do país que praticamente nega que a má distribuição da riqueza é um dos maiores senão o maior problema do Brasil. Não se discute que existe uma relação entre essas dimensões, desfavorecendo a crítica e a reflexão. (BORGES; MIRANDA; VALADÃO, 2021, p.9)

Outro ponto que foi destacado por Silva e Oliven (2020) é a concentração da crítica a filantropia como apenas um meio de representar o jogo de interesses para os mais ricos obterem isenções fiscais através de doação.

“Ao assimilarem cada vez mais as técnicas do marketing e da comunicação pública, as organizações filantrópicas realizam atualmente campanhas para vender um produto com o objetivo de arrecadar dinheiro para a causa que perseguem.” (WILKIS, 2007, p.1)

Portanto, além de ferramentas pelas quais as empresas operam o investimento social, serve também para adquirir mais benefícios através das doações, como afirmam os autores (Borges; Miranda; Valadão, 2020). E assim essas fundações filantrópicas apresentam-se como extensão de grandes corporações.

Como foi apurado um dos resultados dessa disputa, ainda é encontrado em seu pleno andamento, podendo ser identificado no que alguns autores chamam de “colonização” dentro do campo da ação social pelos princípios, lógicas e metodologias de uma gestão originária por parte do setor privado (Tenório, 2004. Pinheiro, 1999), processo que, segundo Paoli (2003), estaria privatizando essa esfera pública, conforme em que reduz essas as questões políticas a questões de eficiência técnica, desqualificando o Estado como um executor dessas políticas sociais.

Às maneiras pelas quais o empresariado vem se envolvendo nessas questões com caráter social são designadas de maneiras variadas, mas a que parece ter ganhado uma boa aceitação e ganhando ainda mais visibilidade, ao menos no Brasil, essa a expressão de responsabilidade social empresarial ou responsabilidade social corporativa, com caráter filantrópico.

Segundo Porter e Kramer (2002, p. 45) “Quanto mais ela estiver relacionada à melhoria social com a área de atuação da empresa, mais ela gerará benefícios econômicos”. Portanto, não existe nenhum conflito intrínseco e sim vínculo de forma integral, que ocorre em longo prazo entre as metas sociais e econômicas.

De acordo com Austin (2001), a forma mais elaborada das empresas contribuírem para a sociedade, acontece por meio das alianças com as organizações sem fins lucrativos.

Destaca-se que as parcerias, não possuem essas exigências de planos elaborados, mas paciência e perseverança para que essas alianças sejam transformadas em uma estratégia mais eficaz. Elas são atribuídas nesse movimento,

por meio das mudanças rápidas, estruturais e irreversíveis que ocorrem na sociedade devido a forças políticas, econômicas e sociais.

Já que essas forças políticas que contribuem para o estabelecimento dessas alianças surgem da constatação de que o poder público, possuindo limites e que o poder privado pode suprir essas lacunas deixadas. O estágio filantrópico é caracterizado por ser o tipo mais comum de relacionamento entre a empresa e as organizações não-governamentais (ONGs).

Nessa fase consiste basicamente em doações anuais da empresa, em espécie ou em produtos, que são estimuladas por pedidos da instituição receptora. O estágio transacional, por sua vez, é a fase no qual a interação está alinhada em atividades mais específicas, com o envolvimento dos parceiros é mais ativo e o fluxo de valor passa a ter um caráter de mão dupla.

A competência das empresas passa a ser destacada e a parceria se torna ainda mais importante para a missão e a estratégia de ambas. Esse envolvimento do pessoal da empresa gera além da motivação, traz uma percepção do desenvolvimento dos empregados.

Por último, o estágio integrativo entra em ação quando as colaborações evoluem para alianças ainda mais estratégicas, mais conectadas com a missão e alinhadas com a estratégia e valores da empresa.

De acordo com Mintzberg e outros (1996), muito individualismo resulta no isolamento, mas integração demais pode levar a uma ação muito difusa, em que as partes não conseguem contribuir com nada novo.

A identidade de cada parte necessita ser preservada, embora esperando-se que algumas práticas e características de cada envolvido sejam alteradas pelo processo de cooperação.

Essa fluidez das relações organizacionais pode resultar inclusive em que suas capacidades sejam mais determinadas pela relação do que por características intraorganizacionais, como tamanho ou tecnologia (Clegg e Hardy, 1998).

Como destaca Melo Neto (1999), a modalidade de ação de investimentos em projetos e programas sociais é o que está crescendo no país. Pois, as empresas

nacionais e muitas corporações multinacionais estão criando institutos sociais com a finalidade de gerir suas próprias ações sociais.

Já outras empresas elas financiam diretamente os projetos da comunidade e algumas criam e desenvolvem seus próprios programas e projetos sociais. Cresce também o volume investido em patrocínio de programas e projetos sociais, sobretudo aqueles que contam com o apoio do governo e de outras entidades.

2.3. Filantropia x Responsabilidade Social Corporativa

Nesta seção vamos aprofundar um pouco do que vimos na introdução deste estudo. Isto é, a fronteira a qual foi apontada uma certa dificuldade na distinção entre a prática da filantropia da prática da responsabilidade social corporativa.

Mas antes, é necessário reconhecer que o “Terceiro Setor”, como é conhecido, apresenta-se não como uma solução para a questão social que o Estado não consegue atender e sim como uma ferramenta que pode complementar e/ou suprir algum espaço que o Estado não consegue ou possui dificuldade em atender.

Outra ponto é que precisamos reconhecer a existência de um debate no qual o “Terceiro Setor” pode representar interesses de grupos específicos e funcionar para encobrir o que Carlos Montaña (2020) chama de “fenômeno real e muito caro” para os brasileiros.

Carlos Montaña (2020) admite que com o crescimento das ONGs e ações de instituições filantrópicas cresceram e ganharam relevância devido ao volume de recursos financeiros movimentados nas últimas décadas e ao número de pessoas envolvidas. Porém, os dados sobre esse crescimento em termos de número ainda são imprecisos e confusos e portanto o fenômeno mencionado pelo autor configura-se como um desmonte da intervenção social promovida pelo Estado.

Segundo Gianna Maria (2004) a responsabilidade social corporativa é um assunto que vem ganhando espaço na sociedade e atrai cada vez mais atenção onde a sociedade como um todo está mais atenta a postura das empresas em relação aos problemas sociais e ambientais.

Inclusive, a autora acredita que a responsabilidade social corporativa tem potencial para assumir uma resposta à crise que vive o capital. Nesse cenário, Gianna Maria (2004) fala sobre a empresa em busca de se tornar uma instituição das instituições num primeiro momento, e depois, numa mudança nos padrões da

concorrência e na adequação às novas exigências de um mercado cada vez mais globalizado.

Um ponto importante para o início desta seção é apontado pelo GIFE (2006) sobre o ambiente brasileiro. Nele o grupo assinala que o Brasil possui um dos mais dinâmicos movimentos de responsabilidade social corporativo do mundo e que teve uma rápida disseminação.

uma forma de conduzir os negócios da empresa de tal maneira que a torna parceira e corresponsável pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio-ambiente) e conseguir incorporá-los no planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos e não apenas dos acionistas ou proprietários (Instituto Ethos, 2002).

Na visão de Srour (1998, p. 293), o que direciona as empresas para o lucro com responsabilidade, pelo fato da pura maximização do lucro, é o fato de que, como “as relações que amarram empresa e contrapartes são relações de poder”, os stakeholders podendo serem mobilizados e retaliar a empresa que desrespeite normas básicas do trato com a sociedade

De acordo com GRAJEW (2001),

O conceito de responsabilidade social está se ampliando, passando de filantropia, a relação socialmente compromissada da empresa com a comunidade, para abranger todas as relações da empresa: com seus funcionários, clientes, fornecedores, acionistas, concorrentes, meio ambiente e organizações públicas e estatais.

Desta forma acabou causando impactos no ambiente filantrópico e influenciou para que o setor não tivesse compreensão de si mesmo enquanto um setor, ou seja, se nem mesmo o setor tinha consciência de si mesmo, quem dirá o restante da sociedade. O mesmo fenômeno ocorre quanto à responsabilidade social corporativa em relação à filantropia.

Segundo Carlos Nelson (2007), a responsabilidade social corporativa carrega em si uma tradição histórica de filantropia assistencialista, isto é, a

filantropia e a doação ainda permanecem muito presentes no movimento da responsabilidade corporativa. Pois, a responsabilidade social, pontua, faz parte do planejamento estratégico da empresa, por ser uma ferramenta muito utilizada em sua gestão.

O foco da responsabilidade social foca principalmente na cadeia de negócios da empresa englobando preocupações com um público maior (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente), com essas demandas e necessidades a empresa visa buscar entender e incorporar em seu negócio.

É importante afirmar que um posicionamento socialmente responsável por parte da organização ela é uma representação de uma estratégia de marketing, pois garante um diferencial competitivo, que se dá especialmente por meio da consolidação de uma imagem corporativa favorável não apenas junto aos clientes, que possuem a tendência a se tornar ainda mais fiéis à marca do produto que está sendo comercializado pela empresa, como também em conjunto aos trabalhadores, visando reforçar o comprometimento e a identificação com a organização, tornando-se, desta maneira, muito mais produtivos.

A responsabilidade social ela deve priorizar principalmente às empresas que possuem deveres para com a sociedade, além de suas obrigações meramente econômicas em conjunto aos proprietários e acionistas, e também além das obrigações legais ou contratuais.

Ao olhar para a trajetória dessas duas vertentes pode-se observar que até mesmo numa linha do tempo elas sempre se esbarram, isto é, para Carlos Nelson (2007) nos EUA e Europa a responsabilidade social das empresas surge nos anos 1960 e no Brasil passa a ganhar mais atenção nos anos 1990 com a redemocratização e abertura econômica do país a partir da Constituição Federal de 1988, também conhecida como constituição cidadã. Satore (2013) segue uma linha parecida, afirmando que a filantropia surge no país neste mesmo período em 1960 e ganhando mais visibilidade a partir de 1980.

Sendo assim, é necessário apresentar a distinção entre as duas práticas. Então pode-se afirmar que “a filantropia é simultaneamente um mercado, uma obrigação moral, uma forma de interesse e uma maneira de os membros de elites estabelecerem redes entre eles” (SILVA, OLIVEN, 2020, p.28). Ou em outras

palavras, pode-se dizer que é o capital privado empregado a favor do bem público sem que se espere necessariamente o retorno financeiro.

Já a responsabilidade social corporativa, segundo Carlos Nelson (2007), trata-se da adoção de um modelo de gestão de negócios onde denota o compromisso social no desenvolvimento, ou seja, um comportamento socialmente responsável dentro do planejamento do negócio levando em consideração os potenciais impactos negativos que o negócio está atrelado com o objetivo de evitar ou diminuir esses impactos.

Podemos também utilizar o conceito de responsabilidade social corporativa conforme a ISO 26000: “A responsabilidade social de uma organização deve prever os impactos de suas decisões e atividades na sociedade e meio ambiente, através de comportamento ético e transparente que contribuam para o desenvolvimento sustentável” (International Organization for Standardization, 2010).

Contudo, as distinções não ficam limitadas a conceituação dessas vertentes, existem diferenças legais a serem observadas. A responsabilidade social, por exemplo, não se manifesta de forma obrigatória no Brasil e sim algo incorporado às empresas como modelo de comportamento socialmente responsável conforme afirma Carlos Nelson (2007).

Porém, existem normas como a ISO 26000 ou a ABNT NBR 16001:2012. No caso da ISO 26000 trata-se de uma norma internacional publicada em 2010 pela International Organization for Standardization que é responsável pelo desenvolvimento de padrões e normas para organizações.

A NBR 16001:2012 foi desenvolvida em 2004 pela Associação Brasileira de Normas e Técnicas (ABNT) para estabelecer padrões para um sistema de responsabilidade social.

Para o reconhecimento e/ou desenvolvimento das atividades filantrópicas foi elaborada a [lei 9.790/99](#), que regulamentou as Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIPs). Favorecendo o desenvolvimento do terceiro setor e das atividades filantrópicas. Temos duas formas de estrutura fiscal para essas organizações: associações e fundações.

As associações são administradas por assembleias gerais, ou seja, existem reuniões em torno de um objetivo comum, já as fundações são administradas por

conselhos, que tem como objetivo principal manter os fundos e outros ativos a elas doados.

O GIFE (2006) aponta que a maioria das organizações acabam escolhendo a estrutura fiscal de associação já que as fundações estão sujeitas ao controle estatal enquanto as associações só precisam apresentar uma declaração anual de isenção de impostos.

Com efeito, fica claro que fazer a distinção entre filantropia e responsabilidade social corporativa é muito importante, não apenas para saber diferenciar na prática o que cada uma vertente faz mas também para que cada uma das duas possa ganhar sua devida importância para que suas tecnologias sejam melhor desenvolvidas para beneficiar a sociedade.

A gestão da responsabilidade social ocorre em duas dimensões, basicamente, como observa MELO NETO e FROES (2001): a responsabilidade social interna e a responsabilidade social externa à empresa.

A finalidade da responsabilidade interna tem como foco os funcionários da empresa e suas famílias, diferente da dimensão externa que está relacionada com a responsabilidade da empresa para com a comunidade onde está inserida e a sociedade como um todo.

Destaca-se que em ambas as dimensões a empresa exerce a sua cidadania empresarial e tornando-se uma empresa-cidadã. Todas essas partes que estão interessadas no negócio, que são a interface da empresa com a sociedade, estão presentes em uma das dimensões.

Outro ponto, que devemos prestar atenção é na responsabilidade social interna que é considerada por MELO NETO e FROES (id.) como uma prioridade de forma inquestionável sobre a atuação de responsabilidade externa. Ela é justificada em sua posição sempre afirmando que ao privilegiar essas ações externas em detrimento de benefícios ao quadro funcional cria-se descontentamento, ansiedade e desmotivação.

Da mesma maneira, ASHLEY (2002), acredita que é incoerente uma empresa desenvolver excelentes projetos assistenciais para a comunidade em geral e não tratar bem seus funcionários. A responsabilidade social é utilizada como ferramenta de gestão por ser um elemento motivador do corpo funcional.

Essa imagem de empresa-cidadã está sendo cada vez mais percebida e valorizada pelos clientes e consumidores, e ainda está sendo importante para atrair e manter uma força de trabalho ainda mais produtiva.

Muitas organizações em diversos países passaram então a divulgar suas ações no campo social, o que resultou na criação de um instrumento chamado balanço social (IBASE, 2002)

CERTO E PETER (1993, p. 21) pontua o seguinte que a “responsabilidade social é a obrigação administrativa de tomar atitudes que protejam e promovam os interesses da organização juntamente com o bem-estar da sociedade como um todo”, e completa: “reconhecer que tais obrigações existem, tem necessariamente, um impacto sobre o processo de administração estratégica”

Uma das faces desse processo pode ser identificada durante o desenvolvimento do que vem sendo nomeado genericamente por meio da expressão “terceiro setor” (Fernandes, 1994; loschpe, 1997), dentro desse campo social onde a sua existência concreta é hoje uma constatação inescapável, tendo uma caracterização necessita, tanto a parte teórica quanto empírica, é extremamente difícil, por se tratar de um espaço social que está longe de ser homogêneo e no qual a disputa por uma definição das fronteiras, dos princípios e valores que necessita ser legitimado (Bourdieu, 1989).

Assumindo sua responsabilidade social, as empresas desenvolvem diversos programas, dentre eles: relações com os empregados, serviço ao público e à comunidade, proteção ambiental, defesa do consumidor, assistência médica e educacional, desenvolvimento e renovação urbana, cultura, arte e recreação (MEGGINSON; MOSLEY; PIETRI JR., 1998)

As empresas, como espaços de grandes centros de poder e que em suas mãos possuem grandes volumes de recursos financeiros e humanos, têm a finalidade fundamental de enfrentar tais problemas estruturais.

A responsabilidade social tornou-se abrangente, envolvendo uma dimensão de responsabilidade alcançando toda a cadeia produtiva da empresa: clientes, funcionários, fornecedores, além da comunidade, ambiente e sociedade como um

todo. Lembrando que a atuação empresarial deve ser abrangente e preocupante. Pode ser preocupante por dois motivos diferentes.

A primeira preocupação é pelo fato de não contar com algumas empresas que cumprem o seu papel social e, então, dificultando ainda mais um desenvolvimento social sustentável e muito mais humano.

A segunda preocupação, porém, traz um desafio ainda maior, pois envolve toda uma reflexão sobre qual sociedade é mais apropriada não somente ao desenvolvimento econômico, mas ao desenvolvimento humano.

Barbosa (2001), destaca o seguinte:

As empresas estão cada vez mais se tornando comunidades auto suficientes e se apóia em duas teses: as empresas são as mais importantes instituições do mundo contemporâneo e estão se transformando em instituições totais. Assim, as empresas estão transformando a vida humana, em seu aspecto mais íntimo

Essa transformação passa por uma relação totalizante entre empresa e funcionários, de modo que impacta também na sociedade como um todo. A empresa toma para si questões antes designadas a outros sistemas organizacionais, que se tornam periféricos. Determinando esse movimento uma lógica de mercado, a única que justifica o que deve ou não ser feito.

Destaca-se que as ações de responsabilidade social corporativa podem levar a sociedade a uma legitimação destas empresas como ordenadoras e provedoras centrais e mantenedoras do bem-comum.

Com isso, ampliando o poder empresarial, tornando-se necessário delimitá-lo, pois as empresas são apenas mais uma faceta social, com objetivos próprios e específicos.

Além disso, o crescimento econômico só será possível se estiver alicerçado em bases sólidas e, portanto, deve haver um desenvolvimento de estratégias empresariais competitivas que passem por soluções ambientalmente sustentáveis, socialmente corretas e economicamente viáveis. (Lewis, 2003, p.356)

Ou seja, essa relação entre as empresas e a sociedade é baseada em um contrato social que evolui de acordo com as mudanças sociais e as consequentes

expectativas da sociedade. Dentro deste contrato a sociedade legitima a existência da empresa, reconhecendo todas as suas atividades e obrigações, sempre estabelecendo limites legais para a sua atuação.

De acordo com Carroll (1999, p.282), essa alteração no contrato estava presente no relatório Social Responsibilities of Business Corporation Report, que foi reformulada pelo Committee for Economic Development, entidade formada pelos administradores de empresas e educadores, como segue:

“Os negócios estão sendo chamados para assumir responsabilidades amplas para a sociedade como nunca antes e para servir a ampla variação de valores humanos (qualidade de vida além de quantidade de produtos e serviços). Os negócios existem para servir a sociedade; seu futuro dependerá da qualidade da gestão em responder às mudanças de expectativas do público”

A sociedade possui o direito de mudar todas as suas expectativas dos negócios como instrumento da própria sociedade.

2.4. Redes de apoio à pandemia no Rio de Janeiro

Em março de 2020 o mundo se deparou com uma crise de saúde devido à disseminação da covid-19. Este acontecimento trouxe novos desafios para todas as áreas da sociedade e exigiu uma grande capacidade de mobilização e coordenação de diversos atores.

Diante da crise, ficou claro que o vírus não faz distinção de quem será contaminado, mas com certeza os efeitos são muito mais devastadores para aqueles que estão em grupos sociais menos favorecidos, como indicam Ribeiro, Braga e Teixeira (2021).

Contudo, Flexor, Silva e Rodrigues (2021) reconhecem que um dos maiores e mais graves impactos é o aumento das desigualdades em escala mundial. Inclusive, reafirmando as já conhecidas desigualdades só que agora ainda mais profundas por conta da crise humanitária ao contrário do que se falava no início da pandemia.

Um discurso que o vírus atingiria a todas na mesma escala. Sendo assim, os autores ainda destacam:

À época dos rumores acerca da atual pandemia, detinha alguma força a ideia de que todos estavam no mesmo barco, ou seja, que essa crise alcançaria igualmente todas as classes sociais, nas diversas partes do mundo. Talvez por isso, no começo da Covid-19, tenha ganhado algum eco o tipo de discurso de que o vírus nos igualaria, pouco importando a classe social de pertencimento. (FLEXOR; SILVA; RODRIGUES, 2021, p.3)

No caso do Estado do Rio de Janeiro foi ainda mais grave devido a escândalos de corrupção durante o período da pandemia, posições negacionistas do governo federal e estadual e o sucateamento da saúde pública, conforme alerta Ribeiro, Braga e Teixeira (2021).

Para Flexor, Silva e Rodrigues (2021) os esforços necessários para recuperar os indicadores sociais e econômicos antes da pandemia serão imensos, ao passo que a crise gerada a partir de março de 2020 se aprofunda cada vez mais.

A partir disso, Guillaumon *et al.* (2021) observaram que diversos setores tomaram iniciativas para conter os impactos causados pela covid-19 partindo do pressuposto que o Estado se mostrou ineficiente para combater os problemas urgentes causados pela pandemia da covid-19. O que gerou um vácuo de ações que passou a ser ocupado por diversos atores como a iniciativa privada, terceiro setor e sociedade civil.

Diferentes frentes foram tomadas para o combate da pandemia. No geral, iniciativas emergenciais na esfera pública, privada e também de da sociedade civil através da formação de redes solidárias. Basicamente o que todos esses atores têm em comum é que esses movimentos de maneira geral não são movimentos organizados e possuem atuações pontuais.

Segundo Guillaumon *et al.* (2021), as redes solidárias podem fazer com que recursos cheguem mais rapidamente à população mais vulnerável onde a gestão pública e o terceiro setor não conseguem chegar por seu caráter emergencial e espontâneo. Afirma ainda que a gestão pública pode ajudar a fomentar o desenvolvimento dessas redes.

Entretanto, Guillaumon *et al.* (2021) apontam que ainda que as ações de grupos solidários sejam importantes, a iniciativa privada representa um papel importante na crise da covid-19, tendo em vista que as doações desempenham uma

função importante para distribuição de recursos e serviços no combate a pandemia. Afirma ainda que:

Considerando a responsabilidade social corporativa e o potencial das parcerias público-privada, espera-se que novos modelos de colaboração, com a transparência e a responsabilidade necessárias, sejam formados a partir da complementaridade de conhecimentos e recursos, até mesmo junto às instituições de ensino e pesquisa, visando uma gestão integrativa e multissetorial não ancorada apenas na caridade. (GUILLAUMON *et al*; 2021, p.18)

Contudo, a expectativa é que a pandemia mostre que existem muitas oportunidades para enfrentar crises e problemas sociais com soluções inovadoras unindo ações de redes de solidariedade, terceiro setor, iniciativas privada e do poder público e tornar esses esforços uma forma legítima para combater crises de qualquer tipo.

3. Metodologia

Nesta seção o objetivo é apresentar a classificação da pesquisa, o método e as técnicas essenciais do presente estudo bem como mostrar as características das organizações analisadas, os instrumentos e procedimentos de coleta e análise dos dados.

3.1. Método, Classificação e Técnicas de Pesquisa

O presente estudo se caracteriza como ponto de vista da abordagem, isto é, segundo Creswell (2010, p.206) “A investigação qualitativa emprega diferentes concepções filosóficas; estratégias de investigação; e métodos de coleta, análise e interpretação dos dados”.

Para Silva e Menezes (2005) o método qualitativo supõe que a interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa, ou seja, o próprio ambiente é a fonte direta para a coleta de dados e o pesquisador se estabelece como instrumento chave durante a pesquisa.

A pesquisa será descritiva e com corte transversal, ou seja, a coleta de dados ocorre em um momento específico e tem por objetivo descrever e analisar o estado de uma ou mais variáveis em um determinado momento.

Como este estudo caracteriza-se como uma pesquisa descritiva, ou seja, devido ao estudo expor características de um determinado fenômeno ocorrido em período específico, conforme determina Vergara (1998).

Caracteriza-se também como uma pesquisa documental, segundo Godoy (1995) este tipo de pesquisa pode trazer contribuições para o estudo de alguns temas que geralmente são considerados como importantes fontes de dados, isto é, tendo em vista a natureza do estudo que permite novas interpretações e análises acerca do assunto e da organização investigada.

3.2. Amostra de documentos

Os documentos a serem analisados constam na base de dados da organização estudada. A *SITAWI* - Finanças do Bem é uma organização social de interesse público (OSCIP) pioneira no desenvolvimento de soluções financeiras para empresas e instituições financeiras.

Esses documentos são de livre acesso e estão acessíveis ou no sítio da organização em forma digital, inclusive, há toda uma parte destinada a uma base de dados com diversos relatórios, publicações e notícias. No caso dos relatórios anuais é preciso cadastrar o e-mail para recebê-los sem qualquer tipo de custo financeiro.

Sendo assim, Creswell (2007) indica que a investigação documental pode ser realizada em documentos conservados em órgãos públicos e privados de qualquer espécie ou mesmo com pessoas. Isso vale para documentos como regulamentos, relatórios, ofícios, memorandos, balancetes, vídeos.

Todos os documentos analisados terão início a partir de 2019, momento em que começaram a circular notícias sobre a COVID-19. Abaixo, uma prévia dos principais documentos que serão analisados:

- Relatório anual SITAWI 2020
- Publicações de veículos tradicionais de comunicação
- Publicações na mídia online, youtube e afins

Contudo, é válido ressaltar que o relatório de 2019 servirá para estabelecer um comparativo no volume de ações e traçar estatísticas para fazer as verificações nos impactos econômicos e analisar o crescimento das ações filantrópicas. Outro ponto é que possivelmente haverá alterações no presente estudo tendo em vista que as ações continuam em 2021 e sendo assim, teremos em breve o relatório de 2021.

3.3. Procedimentos de coleta e análise de dados

Para a presente pesquisa serão coletados os dados a partir dos arquivos da *SITAWI* - Finanças do Bem. Disponíveis no site da instituição, e em documentos de comunicação jornalística no ambiente digital.

Sobre a análise dos documentos levantados para o presente estudo será realizada a análise de conteúdo, ou seja, será baseada na extração de significados

dos dados. Esses dados também podem ser traduzidos através de gráficos, tabelas e/ou através de estatísticas descritivas, isto é, através da análise de frequências e percentuais.

Desta forma, abrange todo o processo de preparação e toda a condução dos dados para diferentes análises para que tenha a oportunidade de aprofundar na compreensão dos dados e permitir uma melhor interpretação dos significados dessas informações obtidas na coleta de dados.

4. Resultados

A SITAWI, no ano de 2020, no ápice da pandemia, consolidou a Plataforma de Empréstimo Coletivo, que foi lançada em 2019, um grande movimento inovador, trazendo mecanismos com a finalidade de fomentar as organizações de impactos, por meio da sua capacidade de mobilização e pela assistência para as organizações.

A segunda rodada de investimentos pela Plataforma de Empréstimo Coletivo da SITAWI teve como foco negócios da Amazônia. Numa busca por negócios que desempenham um papel na economia da floresta em pé, esta rodada selecionou, após 200 candidaturas, 5 negócios com claro impacto ambiental e social que demonstravam expressiva dificuldade de acesso a capital e clara necessidade de desenvolvimento de seus negócios.

A Na'kau Chocolates, TUCUM, COEX Carajás, Prátika engenharia e OKA Sucos endereçam importantes questões para a Amazônia como comércio justo, geração de renda, produção agroecológica ou através de Sistemas Agroflorestais (“SAFs”) de produtos nativos, empoderamento de comunidades indígenas e quilombolas e ações para reflorestamento.

A Rodada Amazônia contou com aporte financeiro da USAID e Humanize através de programa de fomento ao impacto socioambiental positivo da Plataforma de Parceiros pela Amazônia (“PPA”). O capital recebido foi usado na modalidade de blended finance, servindo tanto à operação de investimento da SITAWI, como também ao investimento de impacto propriamente dito, recebido pelas organizações selecionadas.

Ao todo, a rodada contou com a participação em torno de 71 investidores pessoas físicas, que esgotaram as reservas de investimento em menos de 24 horas do lançamento da rodada, e co-investidores âncora, mobilizando R\$ 3,3 milhões.

O Fundo Salvando Vidas leva suprimentos necessários para o enfrentamento da COVID-19 a cerca de mil hospitais filantrópicos em todo o Brasil. O Fundo conta com recursos de pessoas físicas e jurídicas através da lógica de ‘matchfunding’, com a meta de R\$100 milhões.

O Fundo Emergencial para a Saúde - Coronavírus Brasil contribui para entidades que estão na linha de frente do combate à pandemia, como a Fiocruz e o Hospital das Clínicas de São Paulo. As doações serão revertidas em testes rápidos, máscaras descartáveis, respiradores, cama de hospital, entre outros itens de primeira necessidade.

O Fundo Noroeste Com Vida visa a conscientização e a aquisição dos itens necessários para apoiar a população do Noroeste Paulista durante a COVID-19, fortalecendo o Sistema Público de Saúde que atende regularmente mais de 1 milhão de pessoas.

O Fundo #ExisteAmor, criado pelos artistas Milton Nascimento e Criolo, tem como foco apoiar os mais de 40 milhões de brasileiros em situação de vulnerabilidade social durante a pandemia da COVID-19 através de organizações como É de Lei, SP Invisível e Arsenal da Esperança.

O Fundo Doe Saúde oferece atendimentos médicos por telemedicina, testes para agentes da saúde e uma plataforma de troca de melhores práticas compartilhadas com o corpo clínico de hospitais parceiros. O fundo começa a operar a partir dos hospitais públicos sob gestão da OpyHealth em Belo Horizonte (MG) e em Manaus (AM).

O Fundo Exemplo Arrasta é fruto da ação de um grupo de amigos que se desafiou a agir na luta contra a COVID-19. O objetivo do Fundo é doar recursos para líderes comunitários e projetos que fazem a diferença frente à pandemia, apoiando famílias em situação de extrema vulnerabilidade social.

O Fundo Perifa Connection atua na distribuição de cestas básicas, kits de hortifrúti orgânicos, kits de limpeza e água para as famílias que fazem parte dos grupos mais atingidos economicamente pela pandemia, na região da Baixada Fluminense, no Rio de Janeiro.

O Fundo Movimento #TodoCuidadoConta apoia 50 hospitais de referência sem fins lucrativos e que atendem ao SUS em todo o país, com foco nas pequenas e médias cidades fora dos grandes centros.

O Fundo União Amazônia Viva atua no combate à crise do coronavírus na

região, com foco no Alto Rio Negro e no Baixo Amazonas. A iniciativa apoia ações de saúde (compra de EPIs e equipamentos hospitalares) e de apoio às comunidades (segurança alimentar e itens de higiene).

O Fundo Seguimos Juntos The Coca-Cola Foundation apoia a população brasileira em vulnerabilidade social com atendimento de necessidades básicas como alimentação, limpeza, higiene e EPIs.

5. Considerações finais

Quando iniciou-se o trabalho de pesquisa, constatou-se que era necessário analisar a filantropia como meio de gerir recursos para atender a demandas sociais de parte da população. Que havia uma dificuldade do Estado em chegar em certas partes da sociedade com maior vulnerabilidade econômica. Por este motivo tornou-se importante estudar sobre os desafios na gestão de recursos de instituições filantrópicas.

Diante disso, a pesquisa teve como objetivo geral analisar os principais desafios na coordenação das ações de um empreendedor social do Rio de Janeiro no cuidado a pandemia da COVID-19. Constatou-se que o objetivo geral foi atendido porque efetivamente o trabalho de pesquisa conseguiu demonstrar que mesmo no ano de 2020, no ápice da pandemia, instituições como a SITAWI conseguiram consolidar diversos projetos de combate a pandemia da COVID-19 em várias regiões do país.

O objetivo específico inicial era descrever as características do trabalho de instituições e/ou fundações filantrópicas. Constatou-se que ele foi atendido pois foi demonstrado que, no geral, a filantropia está ligada a organizações e pessoas que dispõem de recursos voltados para projetos para ganhar alguma relevância na sociedade. Que são usados jargões como estratégia, orientação para resultados e afins para reforçar que essas ações fazem parte da estratégia das organizações que doam esses recursos para ter seus nomes ligados a essas instituições, inclusive, algumas delas têm seu nome ligado ao projeto como por exemplo o Fundo Seguimos Juntos The Coca-Cola Foundation ou o Fundo BNDES Salvando Vidas.

O segundo objetivo específico apresentado foi de caracterizar as ações filantrópicas e/ou investimento social desenvolvidas durante a pandemia e foi atingido pois constatou-se que essas instituições estão assumindo cada vez mais destaque como agentes sociais e políticos. Pode-se concluir que a incorporação dessas ações filantrópicas são bastante influenciadas pelas elites sociais o motiva de certa forma um discurso assistencialista no qual essas instituições podem atender ou diminuir os problemas sociais.

Já o terceiro objetivo específico apresentado consiste em analisar o resultado das ações de de um empreendedor social do Rio de Janeiro. A instituição estudada

foi a SITAWI Finanças do bem, apontada como referência no desenvolvimento de soluções financeiras para impacto social. Suas iniciativas consistem em realizar aportes para para outras instituições em outras partes do país, realizar empréstimos sociais para pequenos empreendedores, principalmente, em regiões mais carentes e/ou afastadas dos grandes centros. Pode-se concluir que esse objetivo foi atingido ao apresentar na seção de resultados as diversas vertentes em que a instituição atuou durante a pandemia, movimentando milhões para fomentar ações de institutos de pesquisa, ONG, hospitais, pequenos empreendedores em periferias e regiões mais afastadas como na região amazônica.

Diante da metodologia proposta, percebe-se que o trabalho poderia ter sido realizado com uma pesquisa mais ampla no que diz respeito à bibliografia. Poderia ter sido realizada uma coleta de dados com algumas pessoas envolvidas nos projetos geridos pela SITAWI através de entrevistas semi-estruturadas. Esses foram alguns pontos em que houve uma certa limitação devido ao período atípico que foram os anos de pandemia. Também é necessário ressaltar que houve uma limitação de tempo, por exemplo, o relatório anual de 2021 não ficou pronto a tempo de poder usar na presente pesquisa, o que comprometeu de certa forma a demonstração dos resultados de forma mais ampla, então só foi possível analisar o que já havia sido consolidado como relatórios e documentos disponíveis do ano de 2020.

Por fim, ficou constatado que a filantropia, mesmo com todo seu potencial e crescimento nas últimas décadas, ainda ocupa um espaço controverso. Sua expansão revela que o terceiro setor pode ser uma ferramenta mais do que prestar assistência à parte mais vulnerável da sociedade, uma forma de fomentar a boa imagem de grandes organizações e representar seus interesses. Diante disso, constatou-se que o terceiro setor existe devido a problemas de governos e do Estado de maneira geral. Mas, deve-se lembrar que o terceiro setor não substitui o papel do Estado, afinal, quem segurou a onda durante essa crise causada pela pandemia da COVID-19 foi o Estado através de medidas econômicas. Se aceitarmos a crença de que o terceiro setor resolve tudo, estaremos retirando a responsabilidade dos governos e da sociedade mais ampla de apresentar respostas aos anseios da população.

REFERÊNCIAS

- ALYRIO, R.D. **Metodologia Científica**. PPGEN: UFRRJ, 2008.
- ASHLEY, P. A. (Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002. 205 p.
- AUSTIN, J. E. **Parcerias: fundamentos e benefícios para o terceiro setor**. Tradução: Lenke Peres. São Paulo: Futura, 2001.
- BARBOSA, L. **O centro do universo**. Exame. São Paulo, ano 35, n. 7, p.107-110, 4 abr. 2001.
- BARROS, A. J. P.; LEHFELD N. A. S. **Fundamentos de metodologia: um guia para iniciação científica**. São Paulo: McGraw-Hill, 1986.
- BORGES, J. F.; MIRANDA, R. VALADÃO, V. M. V. **O discurso das fundações corporativas: caminhos de uma nova filantropia?** **RAE: Revista de Administração de Empresas**, Uberlândia, v. 47, p.101-115, n.4, dez. 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/YGJVwDxJpwNdwWVRML5GcRy/?lang=pt#>. Acesso em: 19 ago. 2021.
- BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Lisboa, Difel, 1989.
- CARROLL, A. B. **The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders**. *Business Horizons*, v. 34, n. 4, p. 39-39, 1991
- CARROL, A.B., 1979 . **A Three dimensional conceptual model of corporate performance**. *Academy of Management Review* (pre-1986); Oct 1979; 4, 000004; ABI/INFORM
- CERTO, S. C.; PETER, J. P. **Administração estratégica: planejamento e implantação**. 2. ed. São Paulo: Makron Books, 1993.

CLEGG, Stewart e HARDY, Cynthia. **Introdução: organização e estudos organizacionais**. In: CALDAS, Miguel; FACHIN, Roberto; FISCHER, Tânia. **Handbook de estudos organizacionais: modelos de análise e novas questões em estudos organizacionais**. Vol. 1. São Paulo: Atlas, 1998.

CRESWELL, J. W. **Procedimentos qualitativos. Projeto de pesquisa. Métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3.ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CRESWELL, J. W. **Projeto de Pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Porto Alegre. Editora: Artmed. 2ª Edição. 2007.

FALCONER, Andres Pablo. **A promessa do terceiro setor – um estudo sobre o papel das organizações da sociedade civil e do seu campo de gestão**. São Paulo: FEA/USP, 1999. (Dissertação de mestrado).

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Ed. da Universidade de Brasília, 2001.

FAIRCLOUGH, N. **Discourse analysis in organization studies: the case for critical realism**. Organization Studies, v. 26, n. 6, p. 915-939, 2005.

FERNANDES, RUBEN César. **Privado porém Público: o terceiro setor na América Latina**. Rio de Janeiro, Relume-Dumará, 1994.

FLEXOR, G.; SILVA, R. D.; RODRIGUES, A, O. **A Covid-19 e o agravamento das desigualdades na Região Metropolitana do Rio de Janeiro**. **Cadernos MetrÓpole**, São Paulo, v. 23, n 52, p. 905-926, set-dez. 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cm/a/D9Hznm7gWz8x7XtM5btf5fD/?lang=pt>. Acesso em 10 set. 2021.

GIL, A. C. **Técnicas de pesquisa em economia**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1986.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1995.

GUILLAUMON, S. *et al.* **A Covid-19 chegou no Brasil, e daí?: A primeira resposta das redes solidárias sob a perspectiva da dádiva**. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 36, n.1, p.13-36, maio. 2021. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/se/a/JR9FkpL9nVn6JS5Y6pWQ4wh/?lang=pt>. Acesso em: 19 ago. 2021.

GODFREY, P. C. **The relationship between corporate philanthropy and shareholder wealth: a risk management perspective.** Academy of Management Review, v. 30, n. 4, p. 777-798, 2005.

GRAJEW, O. **Por um mundo mais seguro: a crise mundial coloca em evidência a responsabilidade das empresas na busca e na construção de uma sociedade mais justa.** GUIA EXAME DE BOA CIDADANIA CORPORATIVA, São Paulo, v. 35, n. 24, p. 20-21, nov. 2001.

IBASE. **O Ibase e o balanço social.** Disponível em: Acesso em: 30 abr. 2002

INSTITUTO ETHOS. Disponível em < <http://www.ethos.org.br>>. Acesso em set.2002.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa,, elaboração, análise e interpretação de dados.** São Paulo: Atlas, 1986

LEWIS, Stewart, **Reputation and corporate responsibility,** Journal of Communication Management, 2003, vol. 7, 4 356-364

LOGAN, David et al. **Global corporate citizenship - rationale and strategies.** Washington, D.C.: The Hitachi Foundation, 1997.

MAIA, R. **[Palestra proferida na Fundação Getúlio Vargas].** São Paulo, 23 abr. 2002.

MEGGINSON, L. MOSLEY, D. C.; PIETRI JR. P.H. **Administração: conceitos e aplicações.** 4.ed. São Paulo: Harbra, 1998.

MELO NETO. Francisco Paulo; FROES, César. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor.** Rio de Janeiro: Editora Quilatarã, 1999.

MELO NETO, F. P.; FROES, C. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor.** 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MINTZBERG, Henry; JORGENSEN, Jan; DOUGHERTY, Deborah; WESTLEY, Frances. **Some surprising things about collaboration - knowing how people connect makes it work better.** *Organizational Dynamics*, 25(1), 60-71, 1996.

MUNHOZ, D. G. **Economia aplicada: técnicas de pesquisa e análise econômica.** Brasília: Universidade de Brasília, 1989.

PAOLI, Maria Célia. **Empresas e Responsabilidade Social: os enredamentos da cidadania no Brasil.** In SANTOS, Boaventura de Souza. **Democratizar a Democracia: os caminhos da democracia participativa.** 2. ed. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2003.

PINHEIRO, Leandro R. Parceiros, **Voluntários e Gestão de Competências.** PUCRS, 1999 (Trabalho de Graduação – Mimeo)

PORTER, M. E. KRAMER, M. R. **A vantagem competitiva da filantropia corporativa,** *Harvard Business Review – América Latina*, v. 80, n. 12, p. 42- 54, 2002

RIBEIRO, D. A.; BRAGA, A. F. D.; TEIXEIRA, L. **Desigualdade socioespacial e o impacto da Covid-19 na população do Rio de Janeiro: análises e reflexões.** *Cadernos Metrópole*, São Paulo, v. 23, n.52, p. 949-969, set-dez. 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cm/a/3WJjLRs9WCgwCLZM5ctykjm/?lang=pt>. Acesso em: 19 ago. 2021.

SARTORE, Maria. **Da filantropia ao investimento socialmente responsável: novas distinções.** *Caderno CRH*, Rio de Janeiro, v. 25, n.66, p. 451- 464, dez. 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ccrh/a/PdhBW5Yk5t6ScZcx9dBnB8M/?lang=pt>. Acesso em: 19 ago. 2021.

SILVA, P. K.; OLIVEN, R. G. **Filantropocapitalismo versus filantropia para a justiça social: um debate norte-americano sobre como lidar com a pobreza.** *Mana: Estudos de Antropologia Social*, Porto Alegre, v. 26, n.1, p. 01-034, abr. 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/mana/a/Hg6X3JkGHTtwmgzTJwmQv8Q/?lang=pt><https://www.scielo.br/j/cm/a/3WJjLRs9WCgwCLZM5ctykjm/?lang=pt>. Acesso em: 19 ago. 2021.

SMITH, Craig. **The new corporate philanthropy.** Harvard Business Review. p.105-116, mayjune, 1994.

SROUR, Robert Henry. **Poder, cultura e ética nas organizações.** Rio de Janeiro: Campus, 1998.

TENÓRIO, Fernando Guilherme . **Um espectro ronda o terceiro setor, o espectro do mercado: ensaios de gestão social.** Ijuí, Ed. Unijuí, 2004

WILKIS, Ariel. **Os usos sociais do dinheiro em circuitos filantrópicos: o caso das "publicações de rua".** *Mana: Estudos de Antropologia Social*, Rio de Janeiro, v. 14 ,n.1, p. 205-234, jun. 2008. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/mana/a/XStPHcwc3ks9MjPmxByvpRC/?lang=pt>. Acesso em: 19 ago. 2021.

VERGARA, S. C. **Começando a definir metodologia. Projeto e relatórios de pesquisa em administração.** São Paulo: Atlas, 1998, p. 44-51.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração.** São Paulo: Atlas, 2004.