

TIC ORGANIZAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS

Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de
Informação e Comunicação nas Organizações
Sem Fins Lucrativos Brasileiras

—
2022
—

ICT NONPROFIT ORGANIZATIONS

Survey on the Use of Information and
Communication Technologies in Brazilian
Nonprofit Organizations



Atribuição Não Comercial 4.0 Internacional
Attribution NonCommercial 4.0 International



Você tem o direito de:
You are free to:



Compartilhar: copiar e redistribuir o material em qualquer suporte ou formato.
Share: copy and redistribute the material in any medium or format.



Adaptar: remixar, transformar e criar a partir do material.
Adapt: remix, transform, and build upon the material.

O licenciante não pode revogar estes direitos desde que você respeite os termos da licença.
The licensor cannot revoke these freedoms as long as you follow the license terms.

De acordo com os seguintes termos:
Under the following terms:



Atribuição: Você deve atribuir o devido crédito, fornecer um link para a licença, e indicar se foram feitas alterações. Você pode fazê-lo de qualquer forma razoável, mas não de uma forma que sugira que o licenciante o apoia ou aprova o seu uso.

Attribution: You must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made. You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use.



Não comercial: Você não pode usar o material para fins comerciais.
Noncommercial: You may not use this work for commercial purposes.

Sem restrições adicionais: Você não pode aplicar termos jurídicos ou medidas de caráter tecnológico que restrinjam legalmente outros de fazerem algo que a licença permita.
No additional restrictions: You may not apply legal terms or technological measures that legally restrict others from doing anything the license permits.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR
Brazilian Network Information Center

TIC ORGANIZAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS

Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias
de Informação e Comunicação nas
Organizações Sem Fins Lucrativos Brasileiras

2022

ICT NONPROFIT ORGANIZATIONS

Survey on the Use of Information and
Communication Technologies in Brazilian
Nonprofit Organizations

Comitê Gestor da Internet no Brasil
Brazilian Internet Steering Committee
www.cgi.br

São Paulo
2023

Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR - NIC.br

Brazilian Network Information Center – NIC.br

Diretor Presidente / CEO : Demi Getschko

Diretor Administrativo / CFO : Ricardo Narchi

Diretor de Serviços e Tecnologia / CTO : Frederico Neves

Diretor de Projetos Especiais e de Desenvolvimento / Director of Special Projects and Development : Milton Kaoru Kashiwakura

Diretor de Assessoria às Atividades do CGI.br / Chief Advisory Officer to CGI.br : Hartmut Richard Glaser

Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação – Cetic.br

Regional Center for Studies on the Development of the Information Society – Cetic.br

Coordenação Executiva e Editorial / Executive and Editorial Coordination : Alexandre F. Barbosa

Coordenação de Projetos de Pesquisa / Survey Project Coordination : Fabio Senne (Coordenador / Coordinator), Ana Laura Martínez, Daniela Costa, Fabio Storino, Leonardo Melo Lins, Luciana Portilho, Luísa Adib Dino, Luíza Carvalho e /and Manuella Maia Ribeiro

Coordenação de Métodos Quantitativos e Estatística / Statistics and Quantitative Methods Coordination : Marcelo Pitta (Coordenador / Coordinator), Camila dos Reis Lima, Mayra Pizzott Rodrigues dos Santos, Thiago de Oliveira Meireles e /and Winston Oyadomari

Coordenação de Métodos Qualitativos e Estudos Setoriais / Sectoral Studies and Qualitative Methods Coordination : Graziela Castello (Coordenadora / Coordinator), Javiera F. Medina Macaya e /and Luciana Piazzon Barbosa Lima

Coordenação de Gestão de Processos e Qualidade / Process and Quality Management Coordination : Nádilla Tsuruda (Coordenadora / Coordinator), Maísa Marques Cunha, Rodrigo Gabriades Sukarie e /and Victor Gabriel Gonçalves Gouveia

Coordenação da pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos / ICT Nonprofit Organizations Survey Coordination : Catarina Ianni Segatto

Gestão da pesquisa em campo / Field management : Ipec - Inteligência em Pesquisa e Consultoria: Denise Alcântara, Guilherme Militão, Letícia Passos, Moroni Alves e /and Rosi Rosendo

Apoio à edição / Editing support team : Comunicação NIC.br: Carolina Carvalho e /and Renato Soares

Preparação de texto e revisão em português / Proofreading and revision in Portuguese : Tecendo Textos

Tradução para o inglês / Translation into English : Prioridade Consultoria Ltda.: Isabela Ayub, Lorna Simons, Luana Guedes, Luísa Caliri e /and Maya Bellomo Johnson

Projeto gráfico / Graphic design : Pilar Velloso

Editoração / Publishing : Grappa Marketing Editorial (www.grappa.com.br)

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas organizações sem fins lucrativos brasileiras : TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022 [livro eletrônico] = Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian nonprofit organizations : ICT Nonprofit Organizations 2022 / [editor] Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. -- 1. ed. -- São Paulo : Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2023.

PDF

Edição bilingue : português / inglês

Vários colaboradores

Vários tradutores

ISBN 978-65-85417-00-6

1. Internet (Rede de computadores) - Brasil 2. Organizações sem fins lucrativos 3. Tecnologia da informação e da comunicação - Brasil - Pesquisa I. Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. II. Título : Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian nonprofit organizations : ICT Nonprofit Organizations 2022.

23-148311

CDD-004.6072081

Índices para catálogo sistemático:

1. Brasil : Tecnologias da informação e da comunicação : Uso : Pesquisa 004.6072081

2. Pesquisa : Tecnologia da informação e comunicação : Uso : Brasil 004.6072081

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br

Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br

(em março de 2023/ in March, 2023)

Coordenador / Coordinator

José Gustavo Sampaio Gontijo

Conselheiros / Counselors

Beatriz Costa Barbosa

Carlos Manuel Baigorri

Cláudio Furtado

Demi Getschko

Domingos Sávio Mota

Evaldo Ferreira Vilela

Fernando André Coelho Mitkiewicz

Jackline de Souza Conca

Jeferson Denis Cruz de Medeiros

José Alexandre Novaes Bicalho

Henrique Faulhaber Barbosa

Laura Conde Tresca

Marcos Dantas Loureiro

Maximiliano Salvadori Martinhão

Nivaldo Cleto

Orlando Oliveira dos Santos

Percival Henriques de Souza Neto

Rafael de Almeida Evangelista

Rosaura Leandro Baretta

Tanara Lauschner

Secretário executivo / Executive Secretary

Hartmut Richard Glaser

Agradecimentos

Apesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022 contou com o apoio de uma destacada rede de especialistas, sem a qual não seria possível produzir os resultados aqui apresentados. A contribuição desse grupo se realizou por meio de discussões aprofundadas sobre os indicadores, o desenho metodológico e a definição das diretrizes para a análise de dados. A manutenção desse espaço de debate tem sido fundamental para identificar novas áreas de investigação, aperfeiçoar os procedimentos metodológicos e viabilizar a produção de dados precisos e confiáveis. Cabe ressaltar, ainda, que a participação voluntária desses e dessas especialistas é motivada pela importância das novas tecnologias para a sociedade brasileira e a relevância dos indicadores produzidos pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) para o desenvolvimento de políticas públicas e de pesquisas acadêmicas.

Na 4ª edição da pesquisa TIC Organização Sem Fins Lucrativos, o Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) agradece aos seguintes especialistas:

Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR)

Fernando Nogueira

Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br)

Beatriz Costa Barbosa e Laura Conde Tresca

Consultores

Carlos Alberto Afonso, João Paulo Vergueiro e

Lais de Figueiredo Lopes

Escola Nacional de Ciências Estatísticas (Ence)

Pedro Luis do Nascimento Silva

Fundação Getúlio Vargas (FGV-SP)

Mário Aquino Alves

Fundação José Luiz Egydio Setúbal

Flávio Leão Pinheiro, Marcos Paulo Lucca Silveira e

Pietro Carlos de Souza Rodrigues

Fundação Telefônica

Catherine Rojas Merchán e Andre Luiz da Cunha

Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife)

Patricia Kunrath Silva

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)

Alessandro Pinheiro, Thiago Ferreira e Vinícius

Fonseca

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea)

Carla Bezerra

Instituto Ibirapitanga

Iara Rolnik

Rede Nossa São Paulo (RNSP)

Clara Meyer Cabral

Universidade de São Paulo (USP)

Patrícia M. Emerenciano de Mendonça

Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc)

Paula Chies Schommer

Acknowledgements

The ICT Nonprofit Organizations 2022 survey had the support of a notable network of experts, without which it would not be possible to deliver the results presented here. This group's contribution occurred through in-depth discussions about indicators, methodological design, and the definition of guidelines for data analysis. The maintenance of this space for debate has been fundamental for identifying new areas of investigation, refining methodological procedures, and enabling the production of accurate and reliable data. It is worth emphasizing that the voluntary participation of these experts is motivated by the importance of new technologies for the Brazilian society and the relevance of the indicators produced by the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) for policymaking and academic research.

For the 4th edition of the ICT Nonprofit Organizations survey, the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br) would like to specially thank the following experts:

Brazilian Fundraisers Association (ABCR)

Fernando Nogueira

Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE)

Alessandro Pinheiro, Thiego Ferreira and Vinícius Fonseca

Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br)

Beatriz Costa Barbosa and Laura Conde Tresca

Consultants

Carlos Alberto Afonso, João Paulo Vergueiro and Lais de Figueiredo Lopes

Getúlio Vargas Foundation (FGV)

Mário Aquino Alves

Group of Institutes, Foundations and Enterprises (Gife)

Patricia Kunrath Silva

Ibirapitanga Institute

Iara Rolnik

Institute for Applied Economic Research (Ipea)

Carla Bezerra

José Luiz Egydio Setúbal Foundation

Flávio Leão Pinheiro, Marcos Paulo Lucca Silveira and Pietro Carlos de Souza Rodrigues

National School of Statistical Sciences (Ence)

Pedro Luis do Nascimento Silva

Our São Paulo Network (RNSP)

Clara Meyer Cabral

Santa Catarina State University (Udesc)

Paula Chies Schommer

Telefônica Foundation

Catherine Rojas Merchán and Andre Luiz da Cunha

University of São Paulo (USP)

Patrícia M. Emerenciano de Mendonça

Sumário / Contents

7	Agradecimentos / Acknowledgements, 9
17	Prefácio / Foreword, 143
21	Apresentação / Presentation, 147
25	Resumo Executivo – TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022
151	Executive Summary – ICT Nonprofit Organizations 2022
33	Relatório Metodológico
159	Methodological Report
47	Relatório de Coleta de Dados
173	Data Collection Report
55	Análise dos Resultados
181	Analysis of Results
Artigos / Articles	
89	Uso de tecnologia na coprodução de dados por cidadãos e associações civis
213	Use of technology in data coproduction by citizens and civil associations <i>Fernanda Lima-Silva, Mário Martins, Livia Castro Degrossi e / and Maria Alexandra Cunha</i>
99	A periferia na rede: as TIC e a mobilização coletiva durante a pandemia
223	The periphery online: ICT and collective mobilization during the pandemic <i>Patricia Maria E. Mendonça, Jessica Gonçalves e / and Cássio Aoque</i>
109	Moeda social, tecnologias e desenvolvimento: o Banco Comunitário ICOM na pandemia
233	Social currency, technologies, and development: The ICOM Community Bank in the pandemic <i>Camilla Reis, Paula Chies Schommer e / and Willian Carlos Narzetti</i>
119	Implicações do uso de mídias sociais em organizações da sociedade civil
243	Implications of social media use by civil society organizations <i>Laura Conde Tresca</i>
129	TIC, doações individuais e organizações sem fins lucrativos
253	ICT, individual donations, and nonprofit organizations <i>João Paulo Vergueiro, Flávio Pinheiro e / and Marcos Paulo de Lucca-Silveira</i>
266	Lista de Abreviaturas / List of Abbreviations, 267

Lista de gráficos / List of charts

- 27 Organizações, por dispositivo (2022)
- 153 Organizations by devices (2022)

- 27 Organizações, por uso de Internet (2022)
- 153 Organizations by Internet use (2022)

- 29 Organizações, por *website* e/ou redes sociais, por porte e atividade (2022)
- 155 Organizations by websites and/or social networks, by size and activity (2022)

- 29 Organizações que possuem perfil ou conta própria em alguma plataforma ou rede social *online*, por atividades realizadas (2022)
- 155 Organizations with social network profile or accounts by activities carried out (2022)

- 58 Organizações, por público (2022)
- 184 Organizations by target audience (2022)

- 59 Organizações, por abrangência de atuação (2016-2022)
- 185 Organizations by scope of operation (2016-2022)

- 60 Organizações, por presença de área/ departamento (2016-2022)
- 186 Organizations by presence of areas/ departments (2016-2022)

- 62 Organizações, por fonte de recursos (2016-2022)
- 187 Organizations by sources of funding (2016-2022)

- 63 Organizações, por dispositivo (2022)
- 188 Organizations by devices (2022)

- 64 Organizações, por uso de Internet (2022)
- 189 Organizations by Internet use (2022)

- 66 Organizações que utilizaram a Internet, por tipo de atividade (2016-2022)
- 191 Organizations that used the Internet, by type of activity (2016-2022)

- 67 Organizações que recebem doações pela Internet (2016-2022)
- 192 Organizations that receive donations through the Internet (2016-2022)

- 69 Organizações, por tipo de serviço de governo eletrônico (2016-2022)
- 194 Organizations by type of e-government service (2016-2022)

- 72 Organizações, por *website* e/ou redes sociais, por porte e atividade (2022)
- 196 Organizations by websites and/or social networks, by size and activity (2022)

- 73 Organizações, por tipo de de plataforma ou rede social *online* em que estão presentes (2022)
- 197 Organizations by type of online platform or social network on which they are present (2022)

- 74 Organizações que possuem *website*, por recursos oferecidos nos últimos 12 meses (2022)
- 198 Organizations with websites by resources offered in the last 12 months (2022)

- 75 **Organizações que possuem perfil ou conta própria em alguma plataforma ou rede social online, por atividades realizadas (2022)**
200 Organizations with social network profiles or accounts by activities carried out (2022)
- 77 **Organizações nas quais os serviços de TIC foram desempenhados por equipe própria, voluntários e/ou empresa privada terceirizada (2022)**
201 Organizations where ICT-related services were performed in-house, by volunteers and/or by outsourced enterprises (2022)
- 78 **Organizações que utilizaram computador, por tipo de dificuldade para o uso de computador e Internet (2022)**
202 Organizations with computers by difficulty with using computers and the Internet (2022)
- 79 **Organizações, por área ou pessoa responsável ou contratação de serviços de terceiros para a implementação da LGPD (2022)**
203 Organizations by areas or persons responsible or third parties hired for the implementation of the Brazilian General Data Protection Law (LGPD) (2022)
- 80 **Organizações, por recursos relacionados à LGPD disponibilizados no website (2022)**
204 Organizations by resources related to the LGPD made available on their websites (2022)
- 121 **Organizações que possuem perfil ou conta própria em alguma plataforma ou rede social online, por tipo de rede social (2022)**
245 Organizations with social network profiles or accounts by type of social network (2022)
- 122 **Organizações que possuem perfil ou conta próprio em alguma rede social, por atividades realizadas (2022)**
246 Organizations with social network profiles or accounts by activities carried out (2022)
- 124 **Organizações que utilizaram computador, por tipo de dificuldade para o uso de computador e Internet (2022)**
248 Organizations with computers by type of difficulty with using computers and the Internet (2022)
- 132 **Organizações, por principal fonte de recursos (2012-2022)**
255 Organizations by main source of funding (2012-2022)
- 133 **Organizações que recebem doações individuais, por região (2012-2022)**
257 Organizations that receive donations from individuals, by region (2012-2022)
- 134 **Organizações que recebem doações individuais, por porte (2012-2022)**
258 Organizations that receive donations from individuals, by size (2012-2022)
- 135 **Organizações que recebem doações individuais, por área de atuação (2012-2022)**
259 Organizations that receive donations from individuals, by area of operation (2012-2022)
- 136 **Organizações que recebem doações pela Internet, por canal de captação (2016-2022)**
260 Organizations that receive donations through the Internet, by fundraising channel (2016-2022)

Lista de tabelas / List of tables

35	Categorização das organizações em atividades-fim
161	Classification of organizations by core activity
47	Amostra planejada, por região, atividade-fim e porte
173	Planned sample by region, core activity and size
51	Ocorrências finais de campo
177	Final field situations
52	Taxa de resposta, por região, atividade-fim e porte
178	Response rates, by region, core activity, and size
114	Aprendizagens sobre o uso das TIC no Banco Comunitário ICOM
238	Lessons learned about the use of ICT in the ICOM Community Bank

Lista de figuras / List of figures

- 92 Exemplo do mapa base do OSM em Rio Branco antes (março 2020) e depois (junho 2022) do mapeamento
216 Example of the OSM base map in Rio Branco before (March 2020) and after (June 2022) mapping
- 94 Aplicativo móvel do Projeto Dados à Prova D'Água
217 Waterproofing Data Project mobile application
- 95 Distribuição dos dados coproduzidos por cidadãos no aplicativo Dados à Prova D'Água entre 1 dezembro 2021 e 30 junho 2022
218 Distribution of the data co-produced by citizens in the Waterproofing Data application between December 1, 2021 and June 30, 2022
- 111 Fluxo de apoio Banco Comunitário ICOM
235 ICOM Community Bank support flow

Prefácio

Em setembro de 2022, o Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br) celebrou a notável marca de 5 milhões de nomes registrados sob o domínio .br¹. Se considerarmos os países da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e do Grupo dos 20 (G20), o .br ocupa a quinta posição entre os domínios de topo para código de país (*country-code Top Level Domain* [ccTLD]) mais populares.

Durante o ano de 2022, o domínio .br registrou ainda a marca de mais de 1,5 milhão de domínios protegidos pela tecnologia *Domain Name System Security Extensions* (DNSSEC), que assegura que o conteúdo do Sistema de Nomes de Domínio (*Domain Name System* [DNS]) é corretamente validado. Essa tecnologia impede ataques ao sistema e garante a origem fidedigna da resolução do domínio.

O modelo de ações do NIC.br é considerado referência internacional em áreas técnicas e operacionais quanto à governança da Internet. Esse modelo permite que a receita proveniente do registro de domínios seja revertida para projetos adicionais, que contribuem para o fortalecimento da Internet no país. Entre as atividades conduzidas pelo NIC.br, destacam-se: a implementação e a operação de Pontos de Troca de Tráfego (IX.br), uma interconexão metropolitana direta entre redes que compõem a Internet brasileira; a medição da qualidade da banda larga por sistemas desenvolvidos internamente e tornados disponíveis a todos; o tratamento de incidentes de segurança na rede e ações para a disseminação de boas práticas na Web.

O NIC.br também oferta periodicamente cursos e eventos de capacitação para representantes dos setores público e privado, ampliando de forma sustentável os conhecimentos entre atores relevantes para a governança da Internet.²

Está ainda entre as atribuições do NIC.br produzir e divulgar dados estatísticos confiáveis e representativos sobre o acesso e o uso das tecnologias digitais nos diversos segmentos da sociedade. Tal atividade está a cargo do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br)³, que conduz pesquisas

¹ Para mais informações, ver a notícia *NIC.br passa a marca de cinco milhões de domínios registrados*. <https://nic.br/noticia/releases/nic-br-passa-a-marca-de-cinco-milhoes-de-dominios-registrados/>

² Para mais informações, ver: <https://nic.br/atividades/>

³ Para mais informações, ver: <https://cetic.br/>

e estudos setoriais regulares e confiáveis. Essa atuação do Cetic.br|NIC.br ganhou destaque nacional e internacional em função da qualidade e da forma inovadora de produção de dados estatísticos sobre as tecnologias de informação e comunicação (TIC).

Desde a publicação da primeira edição das pesquisas TIC Domicílios e TIC Empresas, em 2005⁴, o Cetic.br|NIC.br acumula mais de 18 anos de atuação contínua na produção de dados estatísticos, pautada em metodologias rigorosas e comparáveis internacionalmente. Essa experiência o posiciona como um centro de referência mundial dedicado à medição das oportunidades e dos desafios relacionados ao uso das tecnologias digitais pela sociedade. Os indicadores produzidos pelo Cetic.br|NIC.br geram uma relevante série histórica de dados que permite o acompanhamento das mudanças ocorridas na oferta e na demanda de Internet no país, facilitando o monitoramento dos avanços nas políticas de inclusão digital nas últimas duas décadas.

Por meio da constante atualização de seus projetos e da implementação de inovações metodológicas, os estudos e pesquisas conduzidos pelo Cetic.br|NIC.br também permitem o acompanhamento de temas emergentes e das novas tendências observadas no setor. Em um momento de rápida disseminação de tecnologias disruptivas – como o crescimento do uso de sistemas baseados em Inteligência Artificial (IA) em muitos setores da sociedade e a expansão da economia digital cada vez mais pautada em armazenamento, processamento e fluxo de dados –, os estudos conduzidos pelo Cetic.br|NIC.br tornam-se importantes fontes de referência e de embasamento para o debate qualificado sobre os impactos desses temas na sociedade.

Tais estudos também estão em consonância com pautas essenciais para o desenvolvimento social sustentável. Isso inclui a promoção da educação, da assistência à saúde e ao bem-estar, da acessibilidade e da diversidade, da cultura, do acesso democrático e participativo a serviços governamentais, da segurança digital, da atenção à privacidade e de outros direitos nos espaços *online* e *offline*.

Os indicadores produzidos pelo Cetic.br|NIC.br geram insumos para que gestores públicos possam elaborar ações mais efetivas na expansão do acesso e do uso das tecnologias para a população. Além disso, tais indicadores são fundamentais para pesquisadores e organizações internacionais e da sociedade civil na avaliação das implicações das TIC nos diversos grupos e contextos sociais.

Ao ter em mãos esta publicação, o leitor se juntará às centenas de especialistas, entidades, instituições e organizações que compõem a rede de apoiadores das ações realizadas pelo NIC.br. A edição, seja em meio físico, seja na tela de um dispositivo digital, é a materialização do esforço empreendido pela equipe do Cetic.br|NIC.br e sua ampla rede de colaboração para distribuir mais um conjunto de dados atualizados e, assim, continuar contribuindo para a evolução da Internet no Brasil.

Boa leitura!

Demi Getschko

Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR – NIC.br

⁴ Para mais informações, ver a publicação *Pesquisa sobre o uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil 2005 – TIC Domicílios e TIC Empresas*. <https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-2005.pdf>

Apresentação

Em dezembro de 2019, o Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br) e o Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) – em parceria com a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) e o governo brasileiro, por meio do Ministério de Relações Exteriores (MRE) e do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC) –, promoveram o Fórum Regional sobre Inteligência Artificial na América Latina e Caribe. Sediado na Universidade São Paulo (USP), o fórum teve como tema *Inteligência Artificial: rumo a uma abordagem humanística* e reuniu especialistas em diversas áreas do conhecimento para debater as oportunidades, os avanços e os pontos críticos relacionados à crescente disseminação de sistemas que usam Inteligência Artificial (IA). Pouco mais de três anos após a realização do fórum, muitos dos assuntos discutidos ganharam mais relevância e urgência. A ética algorítmica e a necessidade de melhor definição para dimensões como explicabilidade e transparência no desenvolvimento de sistemas e agentes de IA são alguns deles.

Recentemente, o debate acerca desses assuntos ganhou mais atenção em razão da crescente disseminação do uso de sistemas baseados em IA generativa, como os *chatbots*, e da sua integração a aplicações, plataformas e *software* de uso corrente pela população, como: servidores de *e-mail*; sistemas de busca na Internet; plataformas de compartilhamento de conteúdos digitais; *software* de elaboração de textos e planilhas, entre outros diversos exemplos.

O desenvolvimento da IA está ocorrendo de forma acelerada. No final de 2022, a empresa OpenIA anunciou o lançamento do ChatGPT-3, um dos principais serviços baseados em IA do mercado. Em poucos meses, esse serviço havia sido acessado por milhões de usuários. Pouco mais de três meses depois, em março de 2023, a empresa anunciou uma nova versão do ChatGPT, com aprimoramentos que atribuíram maior precisão às respostas do sistema, tornando ainda mais difícil a diferenciação de um texto produzido por um agente de IA de um texto produzido pelo ser humano.

Diante do novo contexto, o Estado e a sociedade devem se dedicar a produzir soluções que favoreçam a inovação, ao mesmo tempo que mitiguem os riscos inerentes à adoção de tecnologias disruptivas. O Brasil tem dado passos importantes na transformação digital da sociedade, das organizações e do governo, como é o caso do lançamento da *Estratégia Brasileira de Transformação Digital* (e-Digital)¹, em 2018. Já em 2021, foi lançada a *Estratégia Brasileira de Inteligência Artificial* (Ebia)², que estabelece diretrizes para o desenvolvimento da IA no país, com o objetivo de impulsionar a inovação, a produtividade e a geração de valor para a sociedade. Todos esses esforços são fortalecidos pela atuação do CGI.br e do NIC.br na governança da Internet, cujo papel é fundamental para que tais debates se consolidem, com base em uma perspectiva multissetorial.

Cabe lembrar que no eixo de governança da IA, a Ebia prevê a criação de um observatório para mapeamento de presença e monitoramento dos impactos desses sistemas de IA nos diferentes setores da sociedade. A criação do Observatório Brasileiro de Inteligência Artificial (Obia) contará com a experiência do NIC.br e com a cooperação de atores estratégicos, como o Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE); o Center for Artificial Intelligence (C4AI), da USP, e a Fundação Seade do Governo do Estado de São Paulo.

O Cetic.br, departamento do NIC.br, produz e divulga anualmente dados estatísticos, análises e estudos confiáveis e atualizados por meio das pesquisas TIC, provendo insumos fundamentais para monitorar a implementação das estratégias digitais, como a Ebia e a e-Digital. As pesquisas realizadas pelo Cetic.br|NIC.br também são importantes para a elaboração de políticas digitais em diversos setores e para o acompanhamento do avanço das tecnologias digitais no Brasil.

Os indicadores das pesquisas TIC são referências essenciais no cumprimento do propósito do governo brasileiro de ampliar a conectividade, a inclusão e a educação digital em todas as regiões do país, como uma das vias para a promoção da equidade, da universalidade e da democratização da qualidade de vida para a população.

José Gustavo Sampaio Gontijo

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br

¹ Para mais informações, ver a publicação disponibilizada pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI) em <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/estrategia-de-governanca-digital/eDigital.pdf>

² Para mais informações, ver a publicação disponibilizada pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI) em https://www.gov.br/mcti/pt-br/acompanhe-o-mcti/transformacaodigital/arquivosinteligenciaartificial/ebia-documento_referencia_4-979_2021.pdf



RESUMO EXECUTIVO

PESQUISA TIC ORGANIZAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS 2022

Resumo Executivo

TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022

Em sua quarta edição, a pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022 foi realizada entre os meses de fevereiro e julho de 2022, em um contexto marcado pelos efeitos da pandemia COVID-19 e pela retomada das atividades presenciais. Os

resultados da pesquisa permitem identificar as mudanças relacionadas ao acesso, aos usos e à apropriação das tecnologias de informação e comunicação (TIC) nas organizações sem fins lucrativos brasileiras influenciadas pelo contexto da pandemia, bem como os desafios de acesso e de uso que ainda persistem. Os dados também mostram os efeitos do uso das TIC na atuação dessas organizações e na relação entre elas e seus públicos, outras organizações, atores-chave e a sociedade em geral.

PERFIL DAS ORGANIZAÇÕES

Os indicadores relacionados às capacidades administrativas das organizações mostram que, em 2022, houve um aumento na proporção de organizações com áreas ou departamentos específicos. Exemplo disso é que 80% das organizações possuíam área ou departamento administrativo e 68% delas tinham áreas ou departamentos de finanças ou contabilidade. As organizações que apresentaram maiores proporções de presença de todas as áreas investigadas são aquelas com dez ou mais pessoas remuneradas e as que atuam na área de educação e pesquisa. As organizações também contrataram serviços de terceiros, sobretudo serviços de finanças ou contabilidade (68%) e de tecnologia da informação ou informática (31%). Além disso, as organizações do setor contaram

com um número elevado de voluntários: 86% delas contaram com ao menos um voluntário e mais da metade contou com no mínimo dez pessoas voluntárias (58%).

No que se refere às capacidades financeiras, a maioria das organizações contou com doações voluntárias por pessoas físicas (63%),

proporção que aumentou 12 pontos percentuais em relação à edição de 2016. No caso das organizações que receberam doações por pessoas físicas, metade delas recebeu doações esporadicamente, 46% mensalmente e apenas 2% semestralmente. Também foi frequente a proporção de organizações que contaram com o pagamento de mensalidade e anuidades pelos

associados (47%). Houve um aumento nas proporções das organizações que receberam recursos de igrejas e organizações religiosas, bem como de outras organizações sem fins lucrativos. Já em relação aos recursos governamentais, a proporção registrada em 2022 diminuiu em relação à edição de 2016.

INFRAESTRUTURA DE TIC

Os resultados da TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022 apontam que avanços relacionados à infraestrutura ocorreram, mas ainda há desafios para uma conectividade mais significativa. Os dados mostram um predomínio do uso do telefone celular, o que pode impor barreiras à diversificação das atividades realizadas. Ainda, houve maiores proporções do uso de computadores de mesa nas organizações com dez ou mais pessoas remuneradas e naquelas que atuam na área de educação e pesquisa (Gráfico 1). Além disso, entre aquelas que utilizaram dispositivos, na

AVANÇOS
RELACIONADOS À
INFRAESTRUTURA
OCORRERAM, MAS
AINDA HÁ DESAFIOS
PARA UMA
CONECTIVIDADE
MAIS SIGNIFICATIVA

maioria dos casos, eles eram pessoais e não de propriedade das organizações, o que foi mais comum entre as de menor porte e aquelas que atuam com desenvolvimento e defesa de direitos e habitação e meio ambiente.

Em relação ao uso da Internet, observou-se um aumento desde a edição de 2016, ainda que esteja mais presente nas organizações com dez ou mais pessoas remuneradas e entre aquelas que atuam na área de educação e pesquisa (Gráfico 2). Acompanhando o crescimento do uso da Internet, houve uma ampliação do uso da fibra ótica. A pesquisa mostra ainda que a maioria das organizações utilizou Wi-Fi, mas somente 38% o disponibilizaram para o público. Com a maior presença de fibra ótica nas organizações sem fins lucrativos, a velocidade das conexões reportadas também foi maior. Exemplo disso é que conexões com velocidade acima de 30 a 100 Mbps foram utilizadas por cerca de metade das organizações.

USO DAS TIC

A edição de 2022 da pesquisa mostra que as atividades realizadas na Internet em maiores proporções continuam sendo aquelas relacionadas à comunicação, como o envio de *e-mail* ou o uso de mensagens instantâneas, e à busca de informações. Crescimentos expressivos entre 2016 e 2022 foram observados no uso mensagens instantâneas e telefone via Internet, VoIP ou videoconferência via Internet. Em relação à captação de recursos pela Internet, 22% das organizações receberam doações pela Internet em 2022, patamar que aumentou substancialmente em relação à edição de 2016.

No que se refere ao canal de recebimento das doações pela Internet, houve um aumento entre 2016 e 2022 de todos os investigados (plataformas ou redes sociais em que a organização estava presente,

website da organização, campanhas ou *sites* de financiamento coletivo ou *crowdfunding*). Contudo, os canais digitais foram utilizados em baixas proporções.

Os resultados da pesquisa mostram que, entre as organizações que usaram a Internet, 68% delas realizaram alguma atividade de governo eletrônico nos 12 meses anteriores à pesquisa. Assim como ocorre em outros indicadores, as proporções são maiores entre aquelas com dez ou mais pessoas remuneradas e as que atuam na área de educação e pesquisa. As atividades mais realizadas incluem aquelas relacionadas à busca de informações e às transações. Houve um crescimento na realização de algumas dessas atividades, sobretudo o pagamento *online* de impostos e de taxas.

Em relação à finalidade de uso de *software*, a adoção foi maior para atividades relacionadas a finanças e contabilidade e ao armazenamento de arquivos digitais. A utilização de *Customer Relationship Management* (CRM) foi baixa, já que apenas 12% reportaram utilizá-lo nos 12 meses anteriores à pesquisa. No que se refere ao pagamento por serviços em nuvem, apenas 21% das organizações pagaram pelo armazenamento de arquivos ou banco de dados, 19% por *e-mail*, 11% por *software* de escritório e 11% por capacidade de processamento em nuvem.

PRESEÇA NA INTERNET

As organizações sem fins lucrativos ainda estão presentes de forma restrita na rede, sobretudo no que se refere aos *websites*, tanto próprios como de terceiros. A presença *online* via *website* manteve-se estável, enquanto a presença em plataformas e redes sociais aumentou, sendo o Facebook a mais usada. As organizações de maior porte apresentaram uma maior presença em *websites* e redes sociais do que àquelas de menor porte (Gráfico 3).

A PRESEÇA ONLINE VIA WEBSITE MANTEVE-SE ESTÁVEL, ENQUANTO A PRESEÇA EM PLATAFORMAS E REDES SOCIAIS AUMENTOU

GRÁFICO 1

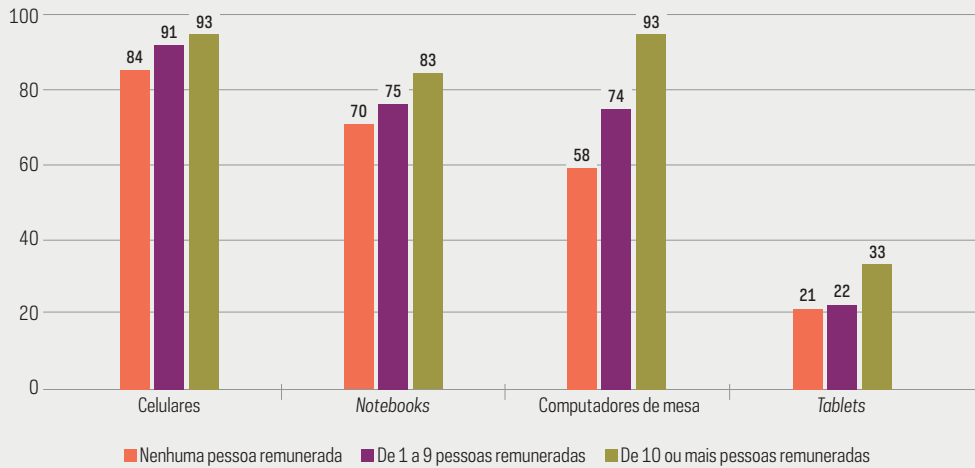
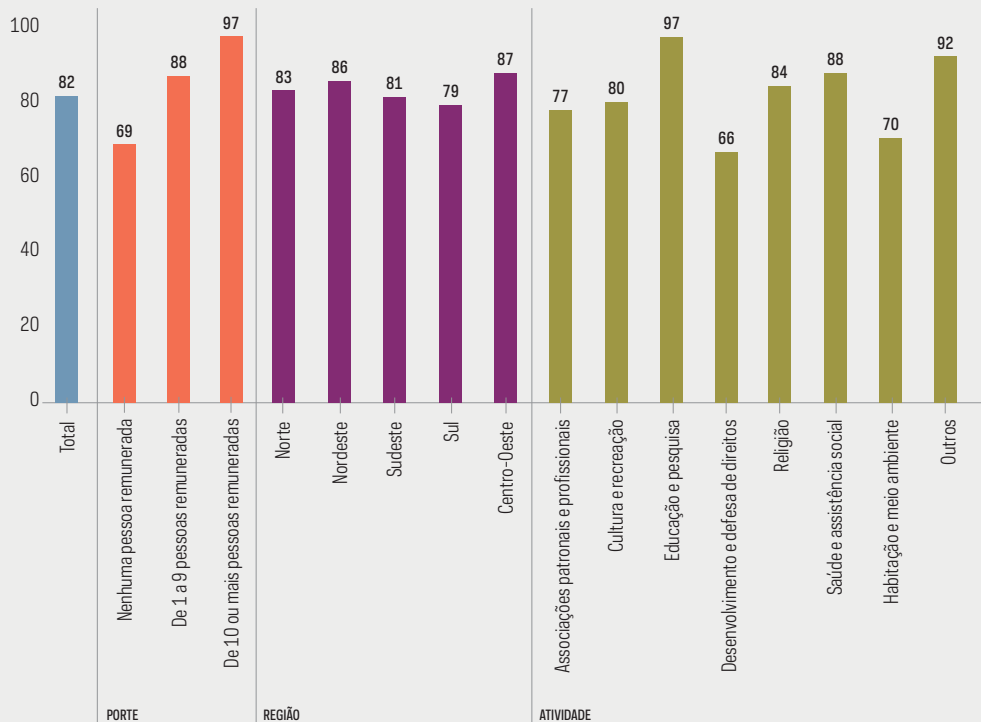
ORGANIZAÇÕES, POR DISPOSITIVO (2022)*Total de organizações (%)*

GRÁFICO 2

ORGANIZAÇÕES, POR USO DE INTERNET (2022)*Total de organizações (%)*

Os indicadores relativos às atividades realizadas pelas organizações nas redes sociais mostram que elas são similares aos recursos disponibilizados em seus *websites*, e as mais frequentes são as relacionadas à divulgação de informações e de atividades (Gráfico 4).

METODOLOGIA DA PESQUISA E ACESSO AOS DADOS

A pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos tem por objetivo mapear a infraestrutura, o uso e a apropriação das TIC nas organizações sem fins lucrativos brasileiras. Em 2022, foram entrevistados 1.529 responsáveis

por organizações sem fins lucrativos, selecionados aleatoriamente com base no Cadastro Central de Empresas (Cempre) 2020 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A coleta dos dados foi realizada entre fevereiro e julho de 2022 por meio de entrevistas telefônicas assistidas pelo computador (CATI). Os resultados da pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos, incluindo as tabelas de proporções, totais e margens de erro, estão disponíveis no *website* do Cetic.br|NIC.br (<https://cetic.br>). Os relatórios metodológico e de coleta de dados podem ser consultados tanto na publicação impressa como no *website*.



Barreiras para o uso das TIC

Há desafios relacionados à infraestrutura de TIC e à capacidade de tecnologia da informação (TI) entre as organizações sem fins lucrativos brasileiras. Entre as dificuldades no uso de computador, a maioria delas relatou que havia poucos recursos financeiros para investimento na área de tecnologia. Outras dificuldades incluíram falta de dispositivos adequados ao acesso à Internet e falta de habilidades digitais das equipes.

A pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022 abordou questões sobre a adaptação à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) nessas organizações, e aponta que esse processo ainda é um desafio para as organizações. Exemplo disso é que apenas 27% delas afirmaram que ofereceram treinamento interno sobre privacidade e proteção de dados às pessoas remuneradas ou voluntárias nos 12 meses anteriores à pesquisa, prática mais comum em organizações com dez ou mais pessoas remuneradas e naquelas que atuam nas áreas de educação e pesquisa e religião. Apenas 10% reportaram que pagaram cursos externos sobre o tema para seu pessoal.

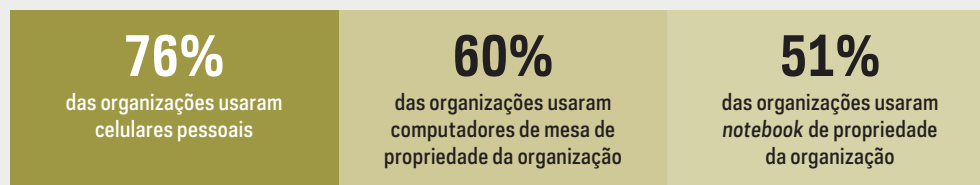


GRÁFICO 3

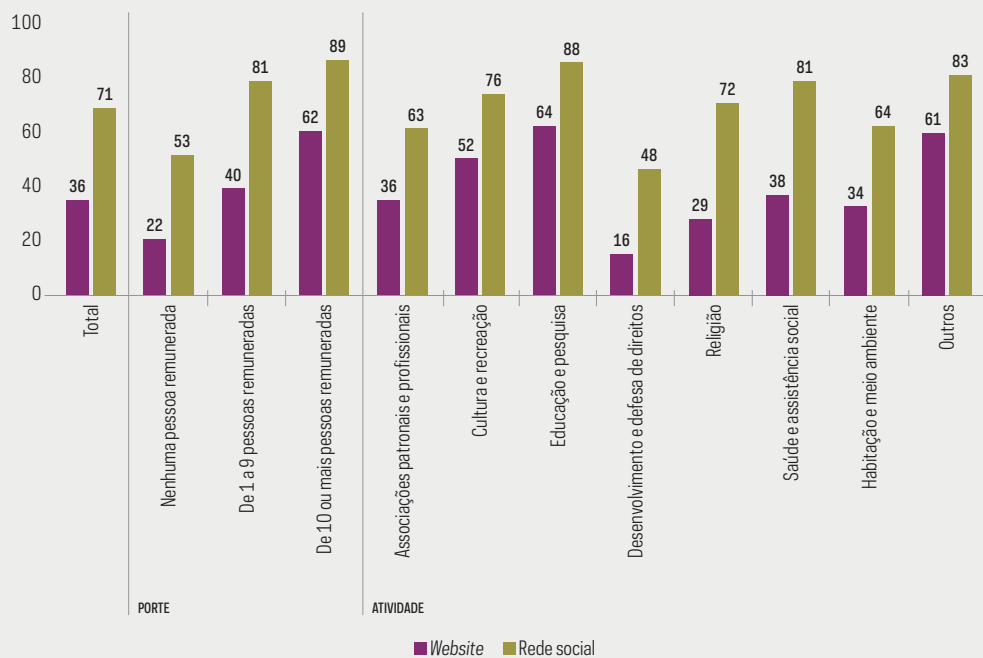
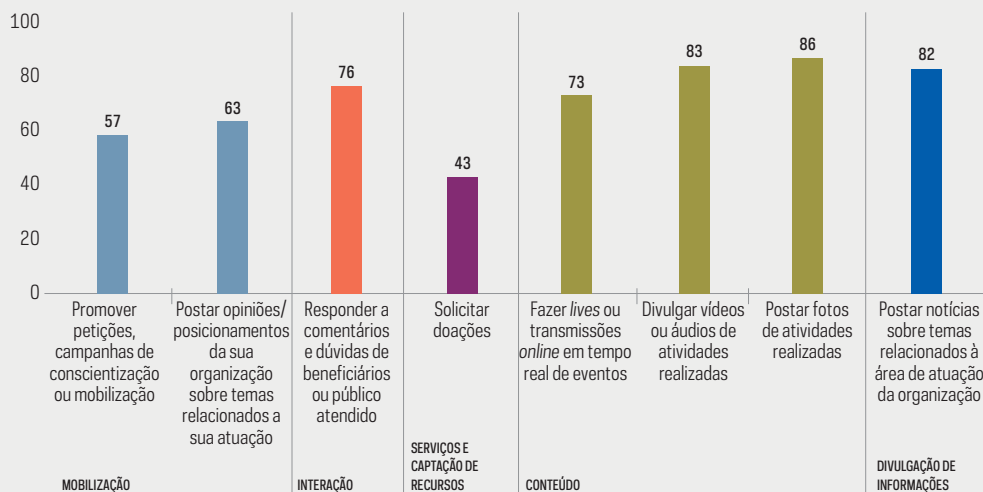
ORGANIZAÇÕES, POR WEBSITE E/OU REDES SOCIAIS, POR PORTE E ATIVIDADE (2022)*Total de organizações (%)*

GRÁFICO 4

ORGANIZAÇÕES QUE POSSUEM PERFIL OU CONTA PRÓPRIA EM ALGUMA PLATAFORMA OU REDE SOCIAL ONLINE, POR ATIVIDADES REALIZADAS (2022)*Total de organizações com acesso à Internet e que possuem perfil ou conta própria em alguma plataforma ou rede social (%)*



Acesse os dados completos da pesquisa

A publicação completa e os resultados da pesquisa estão disponíveis no *website* do **Cetic.br**, incluindo as tabelas de proporções, totais e margens de erro.





RELATÓRIO METODOLÓGICO

PESQUISA TIC ORGANIZAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS 2022

Relatório Metodológico

TIC Organizações Sem Fins Lucrativos

O Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), por meio do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), departamento do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br), apresenta a metodologia da pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC) nas organizações sem fins lucrativos – TIC Organizações Sem Fins Lucrativos. A pesquisa busca aprofundar a compreensão sobre o uso das TIC nas organizações da sociedade civil no Brasil, instituições centrais para a promoção do desenvolvimento humano e sustentável.

A pesquisa foi construída a partir de outras pesquisas internacionais e nacionais, como *As fundações privadas e associações sem fins lucrativos no Brasil* (Fasfil) e *Handbook on non-profit institutions in the system of national accounts* (Manual sobre as instituições sem fins lucrativos no sistema nacional de contas). A construção da pesquisa também considerou outros estudos sobre organizações da sociedade civil e contou com a colaboração de especialistas no tema.

Objetivos da pesquisa

A pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos tem como objetivo principal produzir indicadores e estatísticas sobre a incorporação das TIC nas organizações da sociedade civil, seu uso para gestão e realização de suas atividades e possíveis benefícios para as comunidades em que atuam. Também coleta dados sobre dimensões relacionadas às capacidades administrativas e financeiras dessas organizações. Especificamente, busca investigar:

1. infraestrutura de TIC;
2. uso das TIC para gestão e realização de atividades;
3. capacidades e habilidades em TIC;
4. capacidades financeiras e administrativas das organizações.

Conceitos e definições

Para permitir análises comparativas com outros países, a pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos baseia seu marco conceitual no *Handbook on non-profit institutions in the system of national accounts* (Manual sobre as instituições sem fins lucrativos no sistema nacional de contas), elaborado pela Divisão de Estatísticas das Nações Unidas (UNSD) em conjunto com a Universidade Johns Hopkins (JHU) e publicado em 2002 (Organização das Nações Unidas [ONU], 2002). A investigação também considerou as experiências anteriores de aplicação de parâmetros internacionais para a avaliação do cenário brasileiro, como é o caso do estudo Fasfil, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), realizado em 2016 e publicado em 2019.

ORGANIZAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS

Diante destes marcos referenciais, as organizações sem fins lucrativos analisadas são definidas como:

- a. privadas e, portanto, não integrantes do aparelho do Estado;
- b. sem fins lucrativos, isto é, organizações que não distribuem eventuais excedentes entre os proprietários ou diretores e que não possuem como razão primeira de existência a geração de lucros – podendo até gerá-los, desde que aplicados nas atividades-fim;
- c. institucionalizadas, isto é, legalmente constituídas;
- d. autoadministradas ou capazes de gerenciar suas próprias atividades; e
- e. voluntárias, na medida em que podem ser constituídas livremente por qualquer grupo de pessoas, isto é, a atividade de associação ou de fundação da entidade é livremente decidida pelos sócios ou fundadores (IBGE, 2019).

Para a definição do público-alvo da pesquisa, foi utilizada a Classificação dos Objetivos das Instituições sem Fins Lucrativos a Serviço das Famílias (COPNI). Essa definição corresponde à classificação adotada na última pesquisa Fasfil, coletada pelo IBGE em 2016. A partir da classificação utilizada, foram consideradas algumas das atividades COPNI para definir o universo de instituições que seriam pesquisadas.

A Tabela de Natureza Jurídica identifica a constituição jurídico-institucional das entidades públicas e privadas no país segundo cinco grandes categorias: “administração pública”, “entidades empresariais”, “entidades sem fins lucrativos” “pessoas físicas e organizações internacionais” e “outras instituições extraterritoriais” (IBGE, 2021).

ATIVIDADES-FIM

A categorização das organizações por atividade-fim é elaborada a partir de um conjunto de atividades coletadas na pesquisa Fasfil, do IBGE, conforme disposto na Tabela 1.

TABELA 1

CATEGORIZAÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES EM ATIVIDADES-FIM

Atividade-fim	COPNI	Descrição COPNI
Saúde e assistência social	022 e 050	Outros serviços de saúde Assistência social
Cultura e recreação	031 e 032	Cultura e arte Esporte e recreação
Educação e pesquisa	046 e 048	Estudos e pesquisas Outras formas de educação/ensino
Desenvolvimento e defesa de direitos	091, 092, 093, 094, 095 e 096	Associações de moradores Centros e associações comunitárias Desenvolvimento rural Emprego e treinamento Defesa de direitos de grupos e minorias Outras formas de desenvolvimento e defesa de direitos
Religião	060	Religião
Associações patronais e profissionais	073, 074 e 075	Associações empresariais e patronais Associações profissionais Associações de produtores rurais
Habitação e meio ambiente	010 e 080	Habitação Meio ambiente e proteção animal
Outros	108	Outras instituições privadas sem fins lucrativos não especificadas anteriormente

PORTE

Com relação ao porte das organizações, a pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos considera aquelas com nenhuma pessoa remunerada, de 1 a 9 pessoas remuneradas, e com 10 ou mais pessoas remuneradas. Pessoas remuneradas são aquelas, com ou sem vínculo empregatício, que recebem pagamento regular pelo seu trabalho.¹

¹ Para fins de seleção da amostra, são consideradas as quantidades de pessoas remuneradas no Cempre, definidas pelo IBGE como aquelas com ou sem vínculo empregatício, remuneradas diretamente pela organização. O número de pessoas remuneradas considera assalariados, autônomos remunerados diretamente pela organização, empregadores e sócios, pessoas da família e trabalhadores temporários. Não são considerados terceirizados e consultores.

POPULAÇÃO-ALVO

A população-alvo da pesquisa compreende todas as organizações sem fins lucrativos brasileiras listadas pelo Cadastro Central de Empresas (Cempre) do IBGE (IBGE, 2022) e que pertençam às naturezas jurídicas e aos setores da COPNI de interesse da pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos.

De acordo com a Tabela de Natureza Jurídica (IBGE, 2021), foram consideradas na pesquisa as organizações com as seguintes naturezas:

- 306-9 – Fundação privada;
- 323-9 – Comunidade indígena;
- 320-4 – Estabelecimentos, no Brasil, de fundação ou associações estrangeiras;
- 322-0 – Organização religiosa;
- 399-9 – Associação privada.²

Outro recorte importante definido pelo estudo TIC Organizações Sem Fins Lucrativos refere-se à exclusão de hospitais e instituições de ensino formal (escolas e universidades). Essa decisão tem o objetivo de considerar um grupo de organizações mais homogêneo, tendo em vista as atividades especializadas desse tipo de instituição. Outro motivo que orienta essa escolha é o fato de o Cetic.br|NIC.br já investigar a penetração das TIC em estabelecimentos de saúde com a realização da pesquisa TIC Saúde e em escolas públicas e privadas por meio da pesquisa TIC Educação.

No caso dos estabelecimentos de saúde, opta-se por não considerar no universo as organizações classificadas como de “Atividade de atenção à saúde humana”. Segundo a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) 2.0, essa divisão compreende as atividades de hospitais gerais ou especializados que permitem internações de longa ou curta duração, hospitais psiquiátricos, centros de medicina preventiva, consultórios médicos e dentários, clínicas médicas e outras atividades ambulatoriais. Essa divisão compreende também as atividades praticadas por todos os profissionais relacionados à área da saúde, as atividades de apoio à gestão de saúde e as de práticas integrativas e complementares à saúde humana.

Também são retiradas do universo de pesquisa as organizações dedicadas à educação escolar, que, segundo a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), oferecem Educação Básica e Educação Superior. Além disso, são excluídas as organizações de Educação Profissional de nível técnico e tecnológico, associadas à educação escolar. Ainda, são retiradas as organizações que realizam atividades

² Não são consideradas no estudo as naturezas:

- 303-4 – Serviço notarial e registral (cartório);
- 307-7 – Serviço social autônomo;
- 308-5 – Condomínio edifício;
- 310-7 – Comissão de conciliação prévia;
- 311-5 – Entidade de mediação e arbitragem;
- 313-1 – Entidade sindical;
- 321-2 – Fundação ou associação domiciliada no exterior; e
- 324-7 – Fundo privado.

de apoio à educação, tais como caixas e conselhos escolares, associações de pais e mestres, círculos de mestres e similares. Segundo a pesquisa Fasfil, esses tipos de organização não devem ser incluídos porque são criados a partir de exigências do governo para repasse de recursos públicos, não atendendo, portanto, ao critério de entidades que surgem de maneira voluntária (IBGE, 2019).

Sendo assim, não são consideradas na pesquisa as organizações com as seguintes classificações na CNAE 2.0:

- Seção: Q – Saúde humana e serviços sociais
Divisão:
 - 86 – Atividades de atenção à saúde humana
 - 861 – Atividades de atendimento hospitalar;
 - 862 – Serviços móveis de atendimento a urgências e de remoção de pacientes;
 - 863 – Atividades de atenção ambulatorial executadas por médicos e odontólogos;
 - 864 – Atividades de serviços de complementação diagnóstica e terapêutica;
 - 865 – Atividades de profissionais da área de saúde, exceto médicos e odontólogos;
 - 866 – Atividades de apoio à gestão de saúde;
 - 869 – Atividades de atenção à saúde humana não especificadas anteriormente.
- Seção: P – Educação
Divisão:
 - 85 – Educação
 - 851 – Educação Infantil e Ensino Fundamental;
 - 852 – Ensino Médio;
 - 853 – Educação Superior;
 - 854 – Educação Profissional de nível técnico e tecnológico;
 - 855 – Atividades de apoio à educação.

UNIDADE DE ANÁLISE E REFERÊNCIA

A unidade de referência é a unidade local que, segundo a definição do IBGE, corresponde:

ao(s) endereço(s) de atuação das empresas, usualmente designado(s) estabelecimento(s). Na prática, a definição de unidade local do Cadastro Central de Empresas do IBGE coincide com a dos cadastros da Administração Pública, onde cada local de atuação da empresa recebe uma identificação fiscal própria (número de registro no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ), podendo ocorrer, em casos isolados, a identificação de mais de uma unidade em um mesmo endereço. (...) Cada unidade local é identificada com um número CNPJ de 14 dígitos, cujos oito primeiros (raiz) identificam a empresa e são comuns a todas as unidades locais, os quatro seguintes (sufixo) identificam os endereços de atuação da empresa e os dois últimos são dígitos verificadores. (IBGE, 2007, p. 22)

DOMÍNIOS DE INTERESSE PARA ANÁLISE E DIVULGAÇÃO

Para as unidades de análise, os resultados são divulgados para os domínios definidos com base nas variáveis e nos níveis descritos a seguir.

- **região:** corresponde à divisão regional do Brasil em cinco macrorregiões, segundo critérios do IBGE, que considera: Norte, Nordeste, Sudeste, Sul e Centro-Oeste;
- **porte:** corresponde à divisão das organizações sem fins lucrativos segundo o número de pessoas remuneradas, respectivamente: nenhuma pessoa remunerada, de uma a nove pessoas remuneradas e de dez ou mais pessoas remuneradas;
- **atividade-fim:** corresponde à classificação das organizações em assistência social; associações de moradores; associações de produtores rurais; associações empresariais e patronais; associações profissionais; centros e associações comunitárias; cultura e arte; defesa de direitos de grupos e minorias; desenvolvimento rural; emprego e treinamento; esporte e recreação; estudos e pesquisas; habitação; meio ambiente e proteção animal; outras formas de desenvolvimento e defesa de direitos; outras formas de educação/ensino; outras instituições privadas sem fins lucrativos não especificadas anteriormente; outros serviços de saúde; e religião.

Para fins de divulgação dos resultados, foram agrupados alguns domínios de análise, com base nos erros amostrais obtidos após a coleta, nos seguintes grupos: associações patronais e profissionais; cultura e recreação; educação e pesquisa; desenvolvimento e defesa de direitos; religião; saúde e assistência social; habitação e meio ambiente; e outros.³

Instrumento de coleta

INFORMAÇÕES SOBRE OS INSTRUMENTOS DE COLETA

Para a coleta dos dados, foi elaborado um questionário estruturado. Esse questionário foi dividido em módulos relacionados ao objetivo geral e aos objetivos específicos da pesquisa. Para mais informações a respeito dos módulos da pesquisa, ver o “Relatório de Coleta de Dados”.

Plano amostral

O desenho considera a amostragem estratificada com seleção aleatória simples das organizações dentro de cada estrato.

³ As atividades de “educação, lazer e cultura”, que estavam agregadas na edição de 2012 da pesquisa, foram desmembradas em 2014 para “educação e pesquisa” e “cultura e recreação”. Também foi desmembrada em 2014 a opção “saúde e assistência social”, que em 2012 estava agregada ao item “outros”. Não houve alteração entre as edições de 2014 e de 2016. Entre as edições de 2016 e 2022, foi retirada a categoria “associações sindicais” de “associações patronais, sindicais e profissionais” e foi desmembrada “habitação e meio ambiente” de “outros”.

CADASTRO E FONTES DE INFORMAÇÃO

O Cempre, do IBGE, constitui uma consolidação e atualização das informações de empresas e outras organizações formais, inscritas no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), da Secretaria da Receita Federal, e suas respectivas unidades locais que responderam as pesquisas econômicas do IBGE e/ou declararam a Relação Anual de Informações Sociais (Rais), do Ministério do Trabalho (IBGE, 2022). O IBGE disponibiliza anualmente um panorama geral das organizações formais ativas no país, com destaque para informações sobre natureza jurídica, pessoas remuneradas e atividades econômicas.

Com o objetivo de produzir um retrato do uso das TIC nas organizações sem fins lucrativos brasileiras, considerando-se as diferenças entre atividades-fim, portes e regiões brasileiras, a pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos utiliza informações oriundas do Cempre, que serve como cadastro-base para o desenho da amostra e para a seleção das organizações a serem contatadas.

DIMENSIONAMENTO DA AMOSTRA

O tamanho da amostra inicialmente desenhada da pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos tem aproximadamente 3,5 mil organizações.

CRITÉRIOS PARA DESENHO DA AMOSTRA

A amostra da pesquisa é desenhada utilizando a técnica de amostragem estratificada, que visa melhorar a precisão das estimativas e garantir a inclusão de subpopulações de interesse. A estratificação ocorre em duas etapas.

A primeira etapa compreende a definição de estratos naturais a partir do cruzamento das variáveis região (Norte, Nordeste, Sudeste, Sul e Centro-Oeste) e atividades-fim, conforme descrito na Tabela 1. A partir de cada estrato natural, são definidos os estratos finais, que consideram a divisão dos estratos naturais por faixa do número de pessoas remuneradas na organização⁴. As faixas consideradas são: nenhuma pessoa remunerada, de uma a nove pessoas remuneradas e de dez ou mais pessoas remuneradas. A faixa do número de pessoas remuneradas considera a informação obtida no Cempre.

Definidas as variáveis, os estratos possibilitam que todas as regiões, atividades-fim e faixas de pessoas remuneradas estejam representadas na amostra, além de permitir análises para os domínios definidos por essas três variáveis individualmente. Contudo, com esse desenho não é possível tirar conclusões para categorias resultantes do cruzamento entre pares de variáveis.

⁴ Apesar de o domínio de interesse ser "pessoas remuneradas", a informação utilizada para estratificação são as pessoas ocupadas, conforme está disponível no Cempre, como aquelas pessoas com ou sem vínculo empregatício, remuneradas diretamente pela organização. O número de pessoas remuneradas considera assalariados, autônomos remunerados diretamente pela organização, empregadores e sócios, pessoas da família e trabalhadores temporários. Não são considerados terceirizados e consultores.

ALOCAÇÃO DA AMOSTRA

A amostra de organizações sem fins lucrativos é obtida por amostragem aleatória simples, sem reposição em cada estrato final. Dessa forma, dentro de cada estrato final, as probabilidades de seleção são iguais.

A partir do número de entrevistas para cada estrato natural, distribui-se o número de entrevistas por faixa de pessoas remuneradas, isto é, para os estratos finais. O tamanho final da amostra para cada variável de estratificação é apresentado nos relatórios de execução anuais da pesquisa.

SELEÇÃO DA AMOSTRA

Dentro de cada estrato, as organizações são selecionadas por amostragem aleatória simples. Define-se o processo de seleção conforme a Fórmula 1.

FÓRMULA 1

$$n_h = n \times \frac{N_h}{N}$$

N é o tamanho total da população

N_h é o tamanho da população no estrato h

n é o tamanho da amostra

n_h é o tamanho da amostra dentro de cada estrato h

Logo, as probabilidades de inclusão das unidades de amostragem i para cada estrato h são dadas pela Fórmula 2.

FÓRMULA 2

$$\pi_{ih} = \frac{n_h}{N_h}$$

Considera-se a taxa de resposta das organizações da edição anterior da pesquisa e, com isso, é selecionada aleatoriamente em cada estrato uma amostra reserva com o intuito de aproximar a amostra final do número inicialmente previsto de organizações. O uso da amostra reserva depende dos controles realizados para obtenção de entrevistas.

Coleta de dados em campo

MÉTODO DE COLETA

As organizações foram contatadas por entrevista com questionário estruturado a partir da técnica de entrevista telefônica assistida por computador (em inglês, *computer-assisted telephone interviewing* [CATI]). As entrevistas para aplicação do questionário tiveram duração aproximada de 41 minutos.

Em todas as organizações pesquisadas, buscou-se entrevistar o principal gestor (diretor, presidente ou membro executivo do conselho), ou seja, a pessoa que conheça a organização como um todo, tanto no que diz respeito às capacidades administrativas e financeiras, quanto à capacidade de TI e acesso e uso das TIC.

Processamento dos dados

PROCEDIMENTOS DE PONDERAÇÃO E CORREÇÃO DE NÃO RESPOSTA

A cada organização da amostra foi associado um peso amostral básico, obtido pela razão entre o tamanho da população e o tamanho da amostra no estrato final correspondente, conforme a Fórmula 3.

FÓRMULA 3

$$w_{ih} = \frac{N_h}{n_h}$$

w_{ih} é o peso básico associado a cada uma das organizações selecionadas, inverso da probabilidade de seleção do respondente, da organização i no estrato h

n_h é o tamanho da amostra de organizações no estrato h

N_h é o total de organizações no estrato h

Para corrigir os casos em que não se obteve a resposta de todos os selecionados, foi realizada uma correção de não resposta. A correção de não resposta é dada pela Fórmula 4.

FÓRMULA 4

$$w_{ih}^* = w_{ih} \times \frac{N_h}{\sum_i w_{ih}}$$

w_{ih}^* é o peso com correção de não resposta da organização i no estrato h

ERROS AMOSTRAIS

As medidas ou estimativas da precisão amostral dos indicadores da pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos levam em consideração em seus cálculos o plano amostral por estratos empregado na pesquisa.

Assim, a partir das variâncias estimadas, optou-se pela divulgação dos erros amostrais expressos pela margem de erro. Para a divulgação, as margens de erro foram calculadas para um nível de confiança de 95%. Isso indica que os resultados baseados nessa amostra são considerados precisos, dentro do intervalo definido pelas margens de erro. Se a pesquisa for repetida várias vezes, em 95% delas o intervalo poderá conter o verdadeiro valor populacional. Outras medidas derivadas dessa estimativa de variabilidade são comumente apresentadas, tais como erro padrão, coeficiente de variação e intervalo de confiança.

O cálculo da margem de erro considera o produto do erro padrão (raiz quadrada da variância) pelo valor 1,96 (valor da distribuição amostral que corresponde ao nível de significância escolhido de 95%). Esses cálculos foram feitos para cada variável das tabelas, o que significa que cada uma das tabelas de indicadores possui margens de erros relacionadas às suas estimativas apresentadas em cada célula.

Disseminação dos dados

Os resultados desta pesquisa são divulgados de acordo com as seguintes variáveis de cruzamento: porte da organização, região geográfica e atividade-fim.

Arredondamentos fazem com que, em alguns resultados, a soma das categorias parciais supere 100% em questões de resposta única. O somatório de frequências em questões de resposta múltipla usualmente ultrapassa 100%.

Vale ressaltar que, nas tabelas de resultados, o hífen (–) é utilizado para representar a não resposta ao item. Por outro lado, como os resultados são apresentados sem casa decimal, as células com valor zero significam que houve resposta ao item, mas ele é explicitamente maior do que zero e menor do que um.

Os resultados desta pesquisa são publicados em formato *online* e disponibilizados no *website* (<https://www.cetic.br>) e no portal de visualização de dados do Cetic.br|NIC.br (<https://data.cetic.br>). As tabelas de proporções, totais e margens de erros calculadas para cada indicador estão disponíveis para *download* em português, inglês e espanhol. Mais informações sobre a documentação, os metadados e as bases de microdados da pesquisa estão disponíveis na página de microdados do Cetic.br|NIC.br (<https://cetic.br/microdados/>).

Referências

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2007). *Introdução à Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE versão 2.0*. <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/classificacoes/cnae2.0/cnae2.0.pdf>

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2019). *As fundações privadas e associações sem fins lucrativos no Brasil: 2016*.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2021). *Tabela de natureza jurídica 2021*. <https://concla.ibge.gov.br/estrutura/natjur-estrutura/natureza-juridica-2021>

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2022). *Estatísticas do Cadastro Central de Empresas: 2020*.

Organização das Nações Unidas. (2002). *Handbook on non-profit institutions in the system of national accounts. Studies in methods. Series F, 91*. United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Statistics Division.



RELATÓRIO DE COLETA DE DADOS

PESQUISA
TIC ORGANIZAÇÕES
SEM FINS
LUCRATIVOS
2022

Relatório de Coleta de Dados TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022

O Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), por meio do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br) e do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br), apresenta o “Relatório de Coleta de Dados” da pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022. O objetivo do Relatório é informar características específicas da edição de 2022 da pesquisa, contemplando as eventuais alterações realizadas nos instrumentos de coleta, a alocação da amostra e as taxas de resposta verificadas.

A apresentação completa da metodologia da pesquisa, incluindo os objetivos, os principais conceitos e definições e as características do plano amostral empregado, está descrita no “Relatório Metodológico”.

Alocação da amostra

A alocação da amostra é apresentada na Tabela 1.

TABELA 1

AMOSTRA PLANEJADA, POR REGIÃO, ATIVIDADE-FIM E PORTE

		Amostra planejada
Região	Norte	519
	Nordeste	605
	Sudeste	1 211
	Sul	606
	Centro-Oeste	519

CONTINUA ►

► CONCLUSÃO

		Amostra planejada
Atividade-fim	Associações patronais e profissionais	350
	Cultura e recreação	350
	Educação e pesquisa	350
	Desenvolvimento e defesa de direitos	700
	Religião	350
	Saúde e assistência social	700
	Habitação	10
	Meio ambiente	350
Porte	0 pessoas ocupadas	1 298
	De 1 a 2 pessoas ocupadas	641
	De 3 a 9 pessoas ocupadas	638
	De 10 a 49 pessoas ocupadas	466
	De 50 a mais pessoas ocupadas	417

Instrumentos de coleta

ENTREVISTAS COGNITIVAS

Não foram realizadas entrevistas cognitivas para subsidiar a alteração de questionário na pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022.

PRÉ-TESTES

O questionário estruturado da pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022 foi submetido a um pré-teste, com o objetivo de verificar o processo de recrutamento dos entrevistados, a adequação das perguntas e o tempo de aplicação. Foram realizados oito pré-testes entre fevereiro e março de 2022, por telefone, com organizações de diferentes atividades-fim e portes, distribuídas em todas as regiões do país.

ALTERAÇÕES NOS INSTRUMENTOS DE COLETA

Em relação ao questionário da edição anterior da pesquisa, realizada em 2016, foram incluídas novas perguntas e alteradas ou excluídas perguntas já existentes.

No módulo A do questionário, foi realizada uma alteração no enunciado da pergunta sobre os públicos que a organização tem como foco de trabalho, especificando casos em a organização não tem foco em um público específico. Nessa mesma pergunta, também foram adicionados novos públicos, incluindo população de baixa renda e dependentes químicos, e o item “outro” foi substituído por “algum outro público que

não citei”. Além dessa, a pergunta sobre a organização manter colaboração com outras sofreu uma modificação, sendo adicionados dois itens: “com outras organizações do mesmo município” e “com outras organizações de outros municípios e estados”.

No módulo B, as perguntas sobre o uso de computadores e celulares foram alteradas e passaram a compor uma pergunta única sobre o uso dos seguintes dispositivos: computadores de mesa, *notebooks*, *tablets* e celulares. A pergunta sobre a propriedade – da organização ou pessoal – dos celulares foi alterada, incorporando-se todos os dispositivos mencionados pelo entrevistado. Algumas mudanças foram realizadas nos itens das perguntas sobre uso da Internet, como inclusão de “serviços” no item “vender produtos e serviços”, e na pergunta sobre acesso a *sites* de governo, em que se optou pela exclusão dos itens “consultar PIS/Pasep [Programa de Integração Social/Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público] e FGTS [Fundo de Garantia do Tempo de Serviço] da organização” e “enviar relatórios e documentos de prestação de contas com o governo”. Ademais, o item “realizar convênios com o governo” foi substituído por “captar recursos governamentais”. Houve alteração nos itens sobre perfil ou conta própria em plataformas ou redes sociais *online*. Também houve alteração em alguns itens na pergunta sobre atividades realizadas nas redes sociais *online* e inclusão de novos itens, como “postar publicações e estudos próprios ou de terceiros”, “postar informações institucionais sobre a organização como contato e endereço”, “recrutar voluntários”, “fazer *lives* ou transmissões *online* em tempo real de eventos como sessões, palestras, reuniões”, “divulgar vídeos ou áudios de atividades realizadas” e “postar fotos de atividades realizadas”. De maneira semelhante, foram incluídos itens na pergunta sobre os recursos disponibilizados no *website*, como “*lives* ou transmissões *online* em tempo real de eventos como sessões, palestras, reuniões”, “vídeos, áudios ou *podcasts*”, “informações institucionais sobre a organização como contato e endereço”, “ferramenta de busca nos conteúdos do *website*”, “*link* para perfil da organização nas redes sociais” e “cadastro de usuários para envio de boletins de notícias”.

Nesse módulo, foram incluídas as perguntas sobre: a existência de Wi-Fi e a oferta de Wi-Fi gratuito para o público, o uso de aplicativo para gerenciar informações de clientes, o pagamento por anúncios na Internet e a oferta de aplicativo para telefone celular ou *tablet*. Além disso, foram retiradas as perguntas sobre os motivos de a organização não usar computador, o número de pessoas remuneradas e que trabalham voluntariamente que utilizaram computador e Internet, os motivos de a organização utilizar computador e celular, a frequência de postagem de conteúdo em redes sociais *online* e a contribuição do uso do computador e da Internet para as atividades da organização.

No módulo C, foram alteradas as faixas das velocidades de conexão utilizadas. Foram incluídas perguntas sobre o tipo de *software* utilizado e o pagamento por serviços em nuvem. Foram excluídas perguntas sobre posse de computadores próprios, número de computadores próprios, condição (novo ou usado) desses computadores e introdução de *software* novos.

Por fim, no módulo D, a pergunta sobre a realização de suporte técnico para manutenção e reparo dos computadores da organização foi substituída pela pergunta sobre os serviços, como reparo e manutenção dos equipamentos, suporte técnico para sistema interno, desenvolvimento de *website*, instalação e reparo da infraestrutura elétrica e redes e perfis ou contas da organização nas redes sociais

(se foram prestados por pessoas remuneradas, voluntários da organização ou prestador de serviço terceirizado). Foram adicionadas perguntas sobre a existência de área ou pessoa responsável por procedimentos e políticas para coleta, armazenamento e uso de dados pessoais ou pela implementação das diretrizes da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) e a contratação serviços de terceiros, como consultoria ou assessoria, para auxiliar a organização com o tema de privacidade, proteção de dados e adequação à LGPD. Também foi adicionada uma pergunta sobre os recursos oferecidos pelo *website* da organização, como política de privacidade da organização, que informa como os dados pessoais são tratados por ela, nome e contato do encarregado ou do comitê encarregado de proteção de dados ou DPO, política de segurança da informação e canal de atendimento para os titulares dos dados tirarem dúvidas e exercerem seus direitos previstos na LGPD. Foram incluídas perguntas sobre o oferecimento de treinamento interno e o pagamento de curso externo para desenvolver ou melhorar as habilidades em informática e no uso de computadores e Internet e os conhecimentos sobre privacidade e proteção de dados pessoais. Além disso, foi adicionada uma pergunta sobre a periodicidade do recebimento de doações voluntárias de pessoas físicas. Por fim, foi excluído o item “contribuições sindicais” da pergunta sobre origem de recursos, em função da exclusão de sindicatos da amostra.

TREINAMENTO DE CAMPO

As entrevistas foram realizadas por uma equipe de entrevistadores treinados e supervisionados. Esses entrevistadores passaram por treinamento básico de pesquisa, treinamento organizacional, treinamento contínuo de aprimoramento e treinamento de reciclagem. Além disso, houve um treinamento específico para a pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022, que abarcou a abordagem ao público respondente, o instrumento de coleta, os procedimentos e as ocorrências de campo.

A equipe do projeto também teve acesso ao manual de instruções da pesquisa, que continha a descrição de todos os procedimentos necessários para a realização da coleta de dados e o detalhamento dos objetivos e da metodologia da pesquisa, a fim de garantir a padronização e a qualidade do trabalho. Ao todo, trabalharam na coleta de dados 56 entrevistadores, dois supervisores e um auxiliar.

Coleta de dados em campo

MÉTODO DE COLETA

As organizações foram contatadas por entrevista com questionário estruturado, baseado na técnica de entrevista telefônica assistida por computador (em inglês, *computer-assisted telephone interviewing* [CATI]). As entrevistas para aplicação dos questionários tiveram duração aproximada de 41 minutos.

Em todas as organizações pesquisadas, buscou-se entrevistar o principal gestor (diretor, presidente, ou membro executivo do conselho), ou seja, a pessoa que conheça a organização como um todo, tanto no que diz respeito às capacidades administrativas e financeiras, quanto à capacidade de TI e acesso e uso das TIC.

DATA DE COLETA

A coleta de dados da pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022 ocorreu entre fevereiro e julho de 2022.

PROCEDIMENTOS E CONTROLE DE CAMPO

Diversas ações foram realizadas a fim de garantir a maior padronização possível na forma de coleta de dados. Assim, é definido um sistema de controle de ocorrências que permite a identificação e o tratamento diferenciado de algumas situações na coleta de dados, bem como a ajuda a controlar o esforço realizado para obtenção das entrevistas. As ocorrências observadas durante a coleta de dados e o número de casos no final dessa etapa estão na Tabela 2.

TABELA 2

OCORRÊNCIAS FINAIS DE CAMPO

Ocorrências finais	Quantidade de casos	Taxa
Estabelecimento não encontrado (telefone não atende, telefone ocupado, sinal de fax, secretária eletrônica/ caixa postal, não foi possível completar a ligação, telefone fora de área ou desligado)	667	3%
Não elegível	4 880	23%
Não respondeu a pesquisa (excesso de discagem ou prazo para contato foi excedido)	7 341	35%
Número inválido	3 841	18%
Realizada	1 520	7%
Recusa	1 390	7%
Telefone é válido, mas a entrevista não foi realizada	1 362	7%
Total geral	21 001	100%

Foram registradas ocorrências referentes a cada ligação ou tentativa de contato com as organizações, segundo os procedimentos expostos na Tabela 2. Tais ocorrências puderam ser acompanhadas por meio do histórico detalhado de ligações, a partir de controles semanais contendo um resumo da quantidade de organizações por última ocorrência em cada estrato. Os demais controles semanais continham informações sobre a quantidade de entrevistas realizadas e faltantes por estrato, além da quantidade de contatos disponíveis, usados e que ainda não haviam sido contactados nenhuma vez.

De forma concomitante à coleta de dados, uma equipe de pesquisadores ficou dedicada ao trabalho de busca ativa de contatos para os casos nos quais não foi possível contatar as organizações a partir dos telefones que constavam nas listagens. Para esse trabalho, foram adotados procedimentos de busca na Internet e confirmação de números de telefone com base em informações presentes no cadastro sobre as organizações de interesse. Essa etapa incluiu ações como buscas em *websites* oficiais das organizações; buscas em outras páginas oficiais das organizações, para aquelas organizações que não possuíam *websites* próprios; busca de telefones alternativos ao contatar outras organizações; e buscas em redes sociais, como Facebook, Instagram e LinkedIn, por meio dos nomes das organizações e endereços.

RESULTADO DA COLETA

Ao todo, a TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022 abordou 28.283 organizações sem fins lucrativos, alcançando aproximadamente 6% de taxa de resposta. Assim, um total de 1.520 de entrevistas foram realizadas (Tabela 3).

TABELA 3

TAXA DE RESPOSTA, POR REGIÃO, ATIVIDADE-FIM E PORTE

		Taxa de resposta
Região	Norte	5%
	Nordeste	4%
	Sudeste	6%
	Sul	6%
	Centro-Oeste	6%
Atividade-fim	Associações patronais e profissionais	6%
	Cultura e recreação	5%
	Educação e pesquisa	6%
	Desenvolvimento e defesa de direitos	4%
	Religião	5%
	Saúde e assistência social	7%
	Meio ambiente	8%
	Habitação	15%
	Outros	3%
Porte	0 pessoas ocupadas	3%
	De 1 a 2 pessoas ocupadas	4%
	De 3 a 9 pessoas ocupadas	8%
	De 10 a 49 pessoas ocupadas	8%
	De 50 a mais pessoas ocupadas	8%



ANÁLISE DOS RESULTADOS

PESQUISA
TIC ORGANIZAÇÕES
SEM FINS
LUCRATIVOS
2022

Análise dos Resultados TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022

Após um período de cinco anos em relação à última edição, a pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022 foi realizada em um contexto de grandes mudanças no terceiro setor brasileiro. A aprovação do Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil (MROSC), em 2014, avançou ao regular a relação entre poder público e organizações da sociedade civil, tendo efeitos no fortalecimento e na continuidade das organizações e de suas ações, inclusive na prestação de serviços públicos, especialmente, nas políticas de assistência social, educação e saúde (Holanda & Mendonça, 2021).

Mesmo com esses avanços, as organizações sem fins lucrativos ainda enfrentam desafios relacionados tanto à prestação de contas e à transparência de suas ações como às capacidades de captação de recursos e de desenvolvimento institucional, especialmente, em função das fragilidades nas capacidades administrativas e financeiras que caracterizam muitas dessas organizações. Além disso, nas últimas duas décadas, houve uma redução nos recursos de cooperação internacional e, a partir de 2019, nos recursos governamentais, principalmente entre aquelas que trabalham com defesa de direitos, impondo desafios à trajetória de fortalecimento do campo (Alves & Costa, 2020; Mendonça *et al.*, 2013).

Desde o início de 2020, a pandemia COVID-19 também produziu mudanças importantes. Diante das medidas de distanciamento social, as organizações tiveram que lidar com o fechamento de seus espaços físicos e a paralisação de atividades presenciais, o que gerou desafios para a continuidade de suas ações e resultou em uma migração de sua atuação para o ambiente virtual. Além disso, frente à emergência de uma crise sanitária e de seus consequentes problemas sociais – como aumento da fome e diminuição da renda, principalmente, de grupos mais vulneráveis –, o terceiro setor passou a implementar diversas ações, incluindo a organização e a distribuição de alimentos, remédios, equipamentos de proteção e materiais de higiene pessoal, a transferência de renda para mulheres com filhos e doações de equipamentos para hospitais da rede pública (Alves & Costa, 2020; Lucca-Silveira *et al.*, 2021).

Em muitos casos, o uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC), particularmente de *websites* e redes sociais, foi fundamental para a mobilização e a comunicação das organizações com a sociedade. Em alguns deles, *websites* foram criados para mobilizar e organizar apoio a ações para o enfrentamento da pandemia, como foi feito, por exemplo, pelo Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife), na plataforma Emergência COVID-19¹, pela Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais (Abong), com a Rede Solidária², e pela Fundação Tide Setubal, com a Benfeitoria *Matchfunding* Enfrente³ (Alves & Costa, 2020; Lucca-Silveira *et al.*, 2021).

É importante destacar que as TIC já tinham sido apontadas como instrumentos para promover ganhos de eficiência e melhorar a comunicação interna e a interação entre organizações sem fins lucrativos e outros atores, especialmente órgãos públicos (Franklin *et al.*, 2022). Além disso, as tecnologias digitais também influenciaram a criação de novas experiências organizacionais no país, como os coletivos e a Rede Nossa São Paulo (Gohn *et al.*, 2020; Penteadó *et al.*, 2014; Winkler & Pozzebon, 2011). Ainda, as TIC e, particularmente, a Internet têm um potencial de ampliação do espaço de atuação e ativismo das organizações sem fins lucrativos (Gomes *et al.*, no prelo), ampliando a esfera pública (Gripsrud & Moe, 2010). Exemplos disso incluem protestos e mobilizações em diversos países como os movimentos *Occupy Wall Street* e *#MeToo* (Castells, 2015; Etter & Albu, 2021; Xiong *et al.*, 2019), o ciclo de protestos ocorrido em 2013 (Gohn *et al.*, 2020) e, mais recentemente, movimentos de extrema direita (Cesarino, 2022; Rocha, 2021).

A atuação das próprias organizações sem fins lucrativos também pode ser fundamental para a ampliação do acesso às TIC e seu uso a partir de experiências de inclusão digital (Comitê Gestor da Internet no Brasil [CGI.br], 2022e). Ainda que seja pequeno o número de organizações que fazem parte de redes comunitárias de Internet, oferecem acesso à Internet em telecentros e, até mesmo, disponibilizam Wi-Fi gratuito para a comunidade, esse é um debate central para o contexto brasileiro, como mostra a publicação *Redes Comunitárias de Internet no Brasil: experiências de implantação e desafios para a inclusão digital* (CGI.br, 2022e).

A pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos busca contribuir para esse debate a partir da coleta de dados sobre a adoção de tecnologias digitais no contexto organizacional. Também coleta dados sobre como o uso das TIC interfere na atuação dessas organizações e a relação entre elas e seus públicos, outras organizações, atores-chave e a sociedade em geral.

Na medida em que a pesquisa abrange diversas organizações, incluindo organizações não governamentais (ONG), associações, fundações e organizações religiosas, o conjunto de indicadores permite compreender a diversidade de instituições que compõem o terceiro setor e a diferença em suas capacidades administrativas e financeiras. Ainda, a análise dos indicadores sobre o acesso e o uso das TIC pelas organizações sem fins lucrativos possibilita uma maior compreensão sobre a relação

¹Para mais informações, ver <https://emergenciacovid19.gife.org.br/>

²Para mais informações, ver <https://www.redesolidaria.org.br/>

³Para mais informações, ver <https://parcerias.benfeitoria.com/canal/enfrente2020>

entre esses instrumentos e sua atuação, atividades e serviços prestados a seu público-alvo, seu ativismo e mobilização para a garantia e a conquista de direitos e sua atuação no campo das políticas públicas, incluindo seu relacionamento com governos, prestação de serviços públicos, representação em espaços participativos e monitoramento das ações governamentais.

Em 2022, a pesquisa incluiu indicadores sobre a adequação das organizações à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), a existência de Wi-Fi e a oferta de Wi-Fi gratuito para o público, a periodicidade do recebimento de doações voluntárias por pessoas físicas, o pagamento por serviços em nuvem, entre outros, abordados em maior profundidade nas próximas seções. Os resultados da pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos são apresentados nas seguintes seções:

- Perfil das organizações sem fins lucrativos;
- Infraestrutura de TIC;
- Uso das TIC;
- Presença na Internet;
- Habilidades, barreiras e motivações;
- Privacidade e proteção de dados pessoais.

Perfil das organizações sem fins lucrativos

Uma das dimensões abordadas pela pesquisa refere-se ao perfil das organizações sem fins lucrativos brasileiras, o que permite uma compreensão mais ampla de suas capacidades administrativas e financeiras e possibilita avaliar como essas capacidades se relacionam com a adoção das tecnologias digitais. A edição de 2022 da pesquisa traz indicadores relacionados ao público-alvo, à abrangência de atuação, aos vínculos dos colaboradores, entre outros.⁴

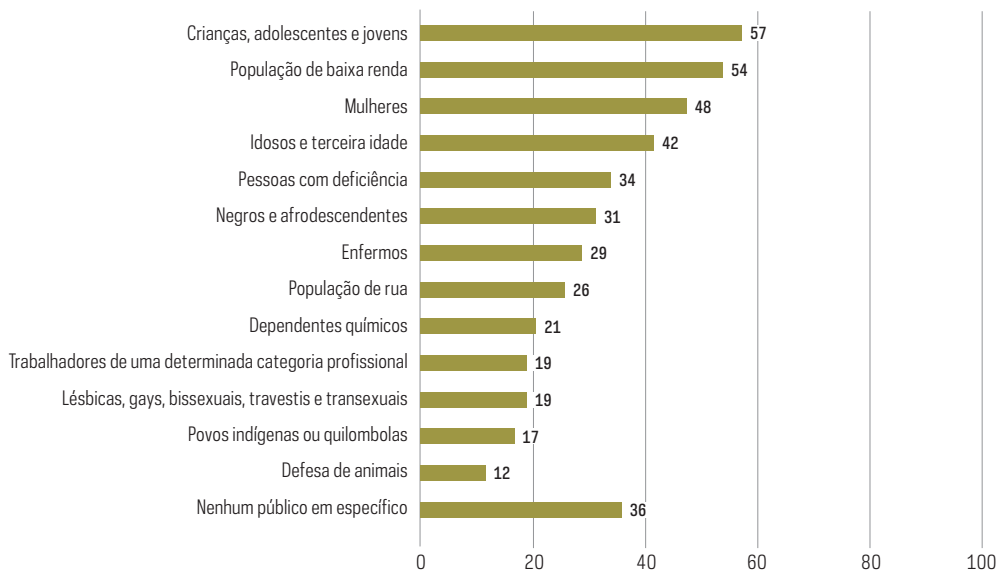
De acordo com os resultados da pesquisa, a maioria das organizações foi fundada após a década de 1990, sendo 25% delas fundadas de 1991 a 2000, 23% de 2001 a 2010 e 20% de 2011 a 2021. É importante apontar que a regularização das organizações se deu majoritariamente após a década de 1960, mas foi influenciada por mudanças na regulamentação ao longo do tempo (Mello & Pereira, 2022).

⁴ Como apresentado no "Relatório Metodológico", as comparações entre as edições de 2022 e as anteriores (2014 e 2016) devem considerar que foram excluídos os sindicatos, seguindo as mudanças da pesquisa *As fundações privadas e associações sem fins lucrativos no Brasil* (Fasfil), coletada em 2016, em que foi adotada a Classificação dos Objetivos das Instituições sem Fins Lucrativos a Serviço das Famílias (COPNI). Ainda nesta edição, as organizações que atuam nas áreas de habitação e meio ambiente foram agrupadas em uma nova categoria, enquanto, nas edições de 2014 e 2016, as organizações que atuam nessas áreas eram incluídas na categoria "outros". Por fim, é importante considerar que a distância entre as edições de 2016 e 2022 foi de seis anos, sendo superior à distância de dois anos entre as edições de 2014 e 2016.

Houve uma concentração das organizações na região Sudeste (49%), resultado convergente com levantamentos prévios, como o Mapa das Organizações da Sociedade Civil, produzido pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) (2020), e estudos, como o de Mello e Pereira (2022). O Sul concentrou 24% das organizações, o Nordeste, 17%, o Centro-Oeste, 6% e o Norte, 4%.

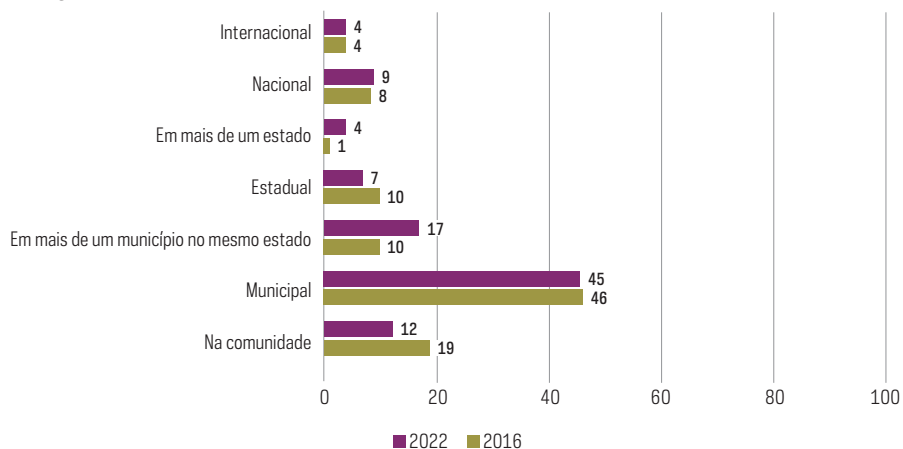
No que se refere às áreas de atuação das organizações, houve uma predominância daquelas que atuam nas áreas de assistência social, cultura, educação e religião. Uma proporção menor de organizações atuou na atividade empresarial ou profissional, nas temáticas de drogas, habitação e urbanismo, inclusão digital, questões agrárias e agricultura e segurança pública. Sobre o público-alvo, o mais citado foram as crianças, adolescentes e jovens, seguidas de população de baixa renda, mulheres e idosos e terceira idade (Gráfico 1).

GRÁFICO 1
ORGANIZAÇÕES, POR PÚBLICO (2022)
Total de organizações (%)



As organizações sem fins lucrativos brasileiras atuaram, em sua maioria, localmente. Mais da metade delas teve uma atuação circunscrita a um município ou uma comunidade, como mostra o Gráfico 2. Um conjunto mais reduzido de organizações atuou de maneira regional, nacional e internacionalmente. Apesar disso, em relação a 2016, houve uma diminuição na proporção de organizações que atuaram em sua comunidade e um aumento daquelas que atuaram em mais de um município.

GRÁFICO 2

ORGANIZAÇÕES, POR ABRANGÊNCIA DE ATUAÇÃO (2016-2022)*Total de organizações (%)*

Em 2022, a pesquisa passou a investigar a colaboração entre organizações sem fins lucrativos. Foi mais comum a colaboração com outras organizações do mesmo município (69%) e de outros municípios e estados (55%) do que de fora do Brasil (19%).

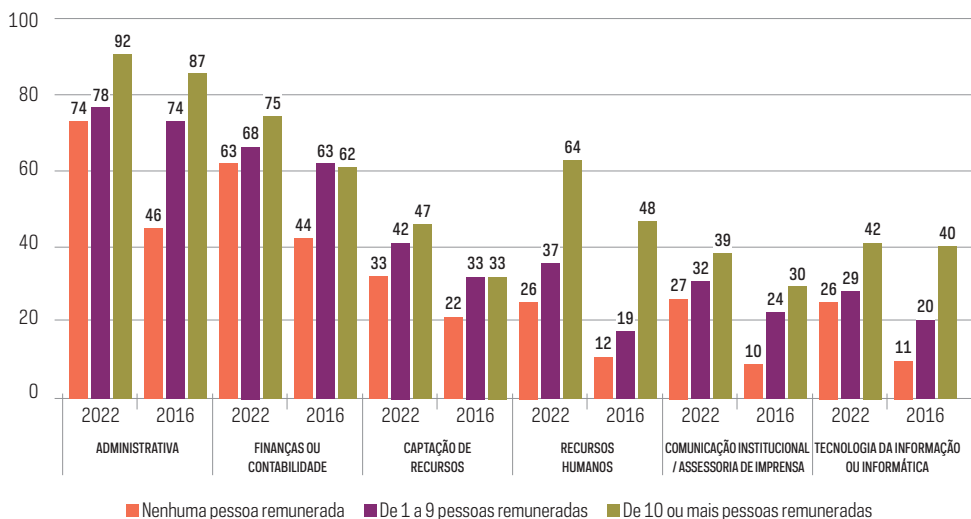
Os indicadores relacionados à capacidade administrativa das organizações apontam um aumento na proporção de organizações com áreas ou departamentos específicos (Gráfico 3). Esse crescimento sugere que houve um fortalecimento de suas capacidades e/ou as organizações mais frágeis foram fechadas. Sobre isso, Mello e Pereira (2022) mostram que cerca de um terço das organizações tiveram suas atividades encerradas, sendo que a maior parte (93%) ocorreu após os anos 2000 e metade delas refere-se a organizações que atuam na área de desenvolvimento e defesa de direitos.

Apesar desse aumento, há variações nas proporções observadas para diferentes áreas ou departamentos: 68% das organizações possuíam áreas ou departamentos de finanças ou contabilidade, 41% de captação de recursos, 39% de recursos humanos, 32% de comunicação institucional ou assessoria de imprensa e 31% de tecnologia da informação (TI) ou informática, ainda que 80% possuíam área ou departamento administrativo. Aquelas que apresentaram maiores proporções de presença de todas as áreas investigadas são as organizações com 10 ou mais pessoas remuneradas e aquelas que atuam na área de educação e pesquisa, como pode ser observado no Gráfico 3.

GRÁFICO 3

ORGANIZAÇÕES, POR PRESENÇA DE ÁREA/ DEPARTAMENTO (2016-2022)

Total de organizações com uma ou mais pessoas remuneradas (%)



A pesquisa também investigou a contratação de serviços de terceiros para gerenciar algumas atividades da organização. Em 2022, 68% contrataram serviços de finanças ou contabilidade, 31% de TI ou informática, 22% administrativos, 16% de comunicação institucional ou assessoria de imprensa, 15% de recursos humanos e 13% de captação de recursos.

Ainda sobre a capacidade administrativa das organizações, em 2022, 21% possuíam 1 ou 2 pessoas remuneradas, 18% de 3 a 9 e 22% de 10 ou mais pessoas remuneradas. Por outro lado, 38% não possuíam nenhuma pessoa remunerada, mais frequente nas organizações que atuam nas áreas de cultura e recreação (41%), desenvolvimento e defesa de direitos (64%), religião (39%) e habitação e meio ambiente (49%). Entre aquelas que possuem pessoas remuneradas, 27% contaram com 10 ou mais pessoas remuneradas em regime CLT, mas 22% não contaram com nenhuma pessoa em regime CLT. Esse tipo de contratação prevaleceu nas organizações de maior porte: 80% das organizações com 10 ou mais pessoas remuneradas contaram com pelo menos 10 pessoas remuneradas em regime CLT.

As organizações do setor seguiram contando com um número elevado de voluntários. A pesquisa mostra que 86% das organizações contaram com ao menos 1 voluntário e que mais da metade delas contou com 10 ou mais pessoas voluntárias (58%). Há maior presença nas organizações de menor porte: 71% das organizações sem pessoas remuneradas e 54% daquelas com 1 a 9 pessoas remuneradas contaram com 10 ou mais voluntários. As organizações que atuam nas áreas de desenvolvimento e defesa de direitos, religião e habitação e meio ambiente também apresentaram em maiores proporções presença de voluntários.

Na edição de 2022, foram incluídas perguntas sobre a formação específica do gestor entrevistado. Os resultados indicam que em 36% dos casos os entrevistados tinham formação em gestão de organizações do terceiro setor, enquanto 24% possuíam formação relacionada ao uso de tecnologias.

Relacionados à capacidade financeira das organizações, a TIC Organizações Sem Fins Lucrativos traz indicadores sobre as fontes de recursos com as quais as organizações contaram nos 12 meses anteriores à realização da pesquisa. Em 2022, a maioria das organizações contou com doações voluntárias por pessoas físicas (63%), proporção que aumentou 12 pontos percentuais em relação à edição de 2016. Isso se relaciona ao argumento de Vergueiro e Estraviz (2015) de que há uma cultura de doação no país, ainda que seja difícil mensurar sua relevância em termos de montantes e frequência dessas doações (Reinach, 2013).

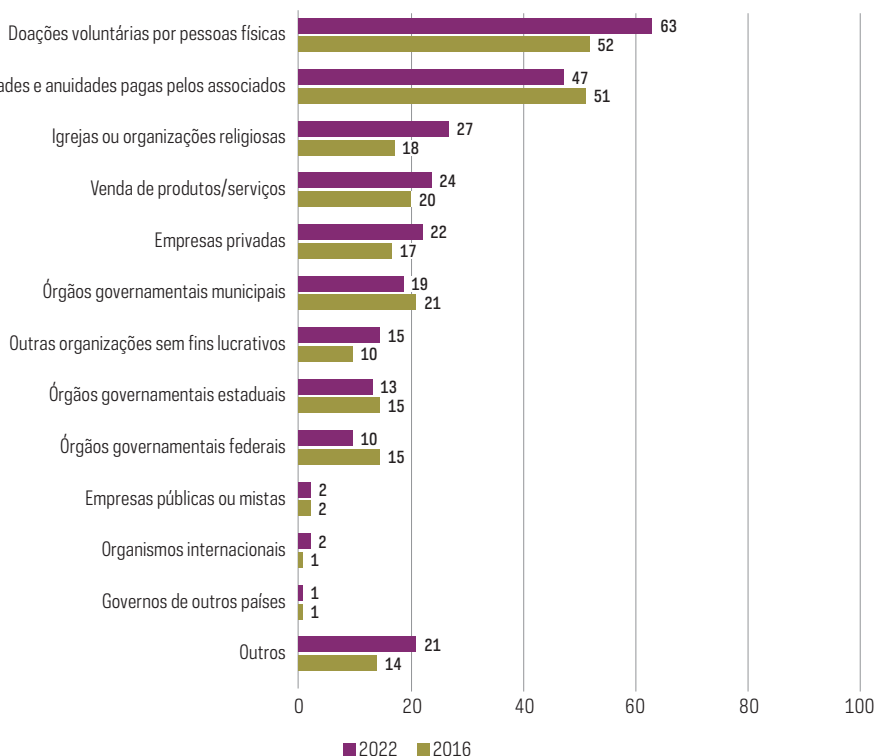
Também foi frequente a proporção de organizações que contaram com o pagamento de mensalidade e anuidades pelos associados (47%). Em menores proporções, estão as seguintes fontes de recursos: igrejas ou organizações religiosas (27%), venda de produtos e serviços (24%), empresas privadas (22%), órgãos governamentais municipais (19%), outras organizações sem fins lucrativos (15%), órgãos governamentais estaduais (13%) e órgãos governamentais federais (10%) (Gráfico 4).

Destaca-se que houve um aumento das proporções das organizações que receberam recursos de igrejas e organizações religiosas (de 18% em 2016 para 27% em 2022) e de outras organizações sem fins lucrativos (de 10% em 2016 para 15% em 2022). Já em relação aos recursos governamentais, em 2022, 24% das organizações receberam esse tipo de recurso, proporção que diminuiu em relação a 2016, quando 32% das organizações relataram que receberam recursos de alguma das três esferas de governo. Uma parte dessa redução pode ser explicada pela diminuição na proporção de organizações que recebem recursos governamentais federais (de 15% em 2016 para 10% em 2022).

GRÁFICO 4

ORGANIZAÇÕES, POR FONTE DE RECURSOS (2016-2022)

Total de organizações (%)



Buscando aprofundar a compreensão sobre a captação de recursos, a pesquisa coletou dados sobre a periodicidade das doações por pessoas físicas. Doações podem incluir pequenos doadores regulares, como pessoas físicas que doam pequenas quantias mensalmente, por meio de canais digitais, *telemarketing*, mala direta, *street fundraising*, entre outros, além de doadores médios e doadores de alto poder aquisitivo que doam periódica ou esporadicamente (Abdal *et al.*, 2019). No caso das organizações que receberam doações de pessoas físicas, metade delas (50%) receberam doações esporadicamente, 46% mensalmente e apenas 2% semestralmente. As doações esporádicas foram mais comuns em organizações de maior porte, com 10 ou mais pessoas remuneradas (65%). Já as doações mensais, fundamentais para assegurar recursos contínuos e o planejamento e a execução das atividades da organização ao longo do tempo, foram mais comuns em organizações de menor porte, com nenhuma pessoa remunerada e com 1 a 9 pessoas remuneradas (50% e 47%, respectivamente).

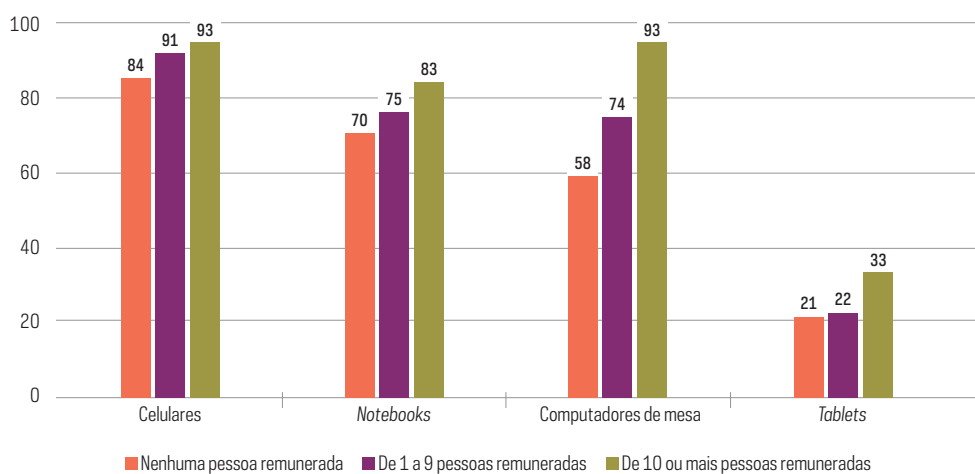
Infraestrutura de TIC

Uma dimensão central para o acesso e o uso das tecnologias refere-se à infraestrutura de TIC nas organizações, que inclui a disponibilidade de dispositivos adequados e a qualidade das diferentes formas de conexão. A expansão da infraestrutura de Internet no país foi central para a ampliação do acesso e do uso das tecnologias digitais pela sociedade civil (Franklin *et al.*, 2022). A pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022 mostra, contudo, que há ainda desafios a serem enfrentados pelas organizações para que alcancem uma conectividade mais significativa⁵. Os dados apontam um predomínio do uso do telefone celular, o que impõe barreiras à diversificação das atividades realizadas. Em 2022, o uso do celular alcançou 89% das organizações, seguido do *notebook* (74%), do computador de mesa (70%) e do *tablet* (23%). Os computadores de mesa estão mais presentes nas organizações de maior porte (com 10 ou mais pessoas remuneradas) e naquelas que atuam na área de educação e pesquisa (Gráfico 5).

GRÁFICO 5

ORGANIZAÇÕES, POR DISPOSITIVO (2022)

Total de organizações (%)



O Gráfico 6 mostra que as organizações sem fins lucrativos utilizaram tanto computadores (computadores de mesa, *notebooks* e *tablets*) quanto celulares. Apenas 5% das organizações utilizaram exclusivamente computadores e apenas 6% exclusivamente celulares, enquanto 82% delas utilizaram ambos. No entanto, entre aquelas que utilizaram dispositivos, na maioria dos casos eram pessoais e não de propriedade

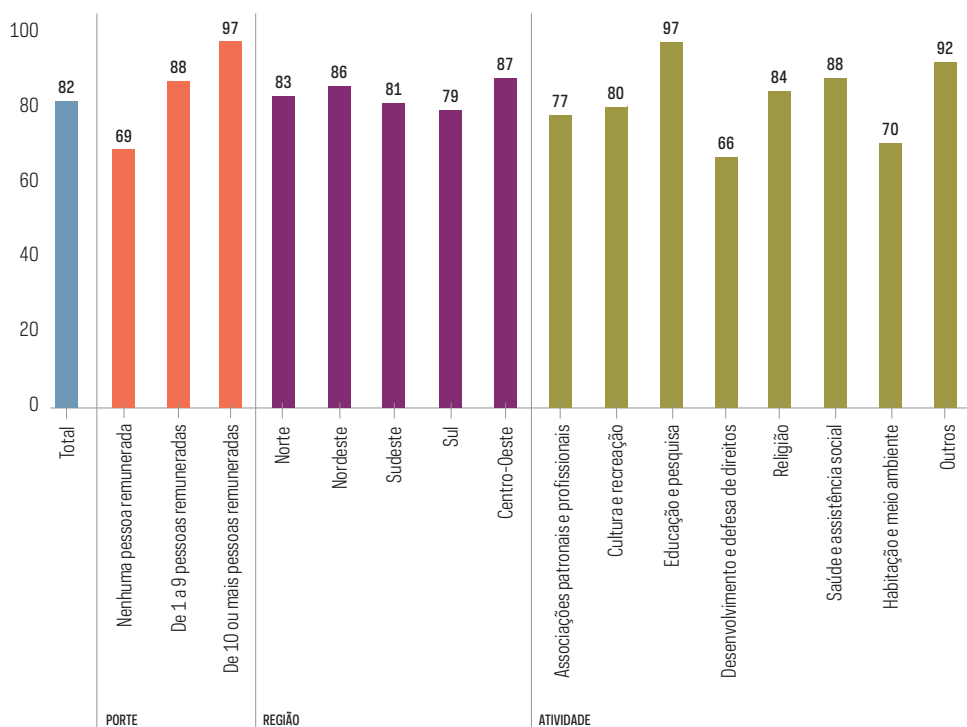
⁵ Segundo a Alliance for Affordable Internet (A4AI) (2021), conectividade significativa compreende o acesso a uma conexão de Internet estável, que pode ser utilizada regularmente, e com velocidades apropriadas, uma conexão de banda larga ilimitada e dispositivos com capacidade suficiente.

das organizações. No caso do celular, em 76% das organizações os equipamentos utilizados eram pessoais e apenas em 35% de propriedade da organização. No caso de computador de mesa e *notebook*, a situação é inversa: em 60% das organizações os computadores de mesa eram de propriedade da organização e em 32% pessoais, e em 51% os *notebooks* eram de propriedade da organização e em 43% pessoais.

Assim como no indicador sobre a presença de computador, as organizações que apresentam em proporções maiores dispositivos próprios são aquelas de maior porte (com 10 ou mais pessoas remuneradas) e que atuam com educação e pesquisa. Já as menores proporções são observadas entre as de menor porte e que atuam com desenvolvimento e defesa de direitos e habitação e meio ambiente.

Em relação ao uso da Internet, observa-se um aumento desde a última medição da pesquisa, passando de 71% em 2016 para 82% em 2022. Esse aumento foi observado sobretudo entre as organizações com nenhuma pessoa remunerada e com 1 a 9 pessoas remuneradas e naquelas situadas nas regiões Nordeste e Sul do país. No entanto, o uso da Internet segue mais presente nas organizações com 10 ou mais pessoas remuneradas e entre aquelas que atuam na área de educação e pesquisa (Gráfico 6).

GRÁFICO 6
ORGANIZAÇÕES, POR USO DE INTERNET (2022)
Total de organizações (%)



Ainda que a maioria das organizações tenha utilizado Wi-Fi (70%), somente 38% o disponibilizaram para o público, serviço que pode indicar a presença de uma estratégia de inclusão digital utilizada principalmente por organizações que atuam com grupos mais vulneráveis, que historicamente enfrentam maiores barreiras ao acesso (CGL.br, 2022e). Em ambos os indicadores, também foram encontradas maiores proporções nas organizações com maior porte (com 10 ou mais pessoas remuneradas) e entre aquelas que atuam na área de educação e pesquisa.

Acompanhando o crescimento do uso da Internet, também houve uma ampliação do uso da fibra ótica. Em 2016, apenas 30% das organizações utilizavam esse tipo de conexão, enquanto, em 2022, ela se tornou a mais utilizada (81%). De forma menos acentuada, a proporção de organizações que utilizaram conexão via *modem* 3G ou 4G aumentou significativamente, indo de 32% em 2016 para 47% em 2022. Já a conexão via cabo, que era mencionada por 42% das organizações em 2016, passou a ser utilizada por 32% em 2022. O mesmo ocorreu com a conexão DSL, que era utilizada por mais da metade das organizações (55%) em 2016 e passou a ser utilizada por menos de um quarto delas (21%) em 2022. O acesso via rádio também se tornou menos utilizado, indo de 14% para 8% no período.

Essa ampliação da fibra ótica foi resultado da expansão da oferta desse tipo de conexão pelos provedores. Segundo a pesquisa TIC Provedores, 89% dos provedores ofereceram fibra ótica a seus clientes em 2020 (CGI.br, 2021). Essa ampliação também se deu em outras organizações, como empresas, em que 87% utilizaram esse tipo de conexão (CGI.br, 2022a), e prefeituras, em que 94% a utilizaram (CGI.br, 2022b).

Com a maior presença de fibra ótica nas organizações sem fins lucrativos, a velocidade das conexões reportadas também é maior. Conexões com velocidade acima de 30 a 100 Mbps foram utilizadas por cerca de metade das organizações (51%) e conexões acima de 10 Mbps a 30 Mbps por 13% em 2022, enquanto, em 2016, as faixas de velocidade mais mencionadas foram acima de 1 a 5 Mbps (24%) e acima de 5 a 10 Mbps (23%).

Dentre aquelas que não usaram a Internet nos 12 meses anteriores à pesquisa, o alto custo de conexão (69%) foi o motivo mais mencionado para a não utilização, seguido pela falta de necessidade de usar a Internet (62%), pelo desequilíbrio entre o custo e o benefício do uso da Internet (58%), pela falta de interesse em usar a Internet (50%), pela falta de infraestrutura de acesso à Internet na região (26%), pela preocupação com segurança ou privacidade (20%) e pela pouca habilidade da equipe com o uso da Internet (17%). Destaca-se que a falta de infraestrutura de acesso à Internet foi mais citada pelas organizações das regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste.

Uso das TIC

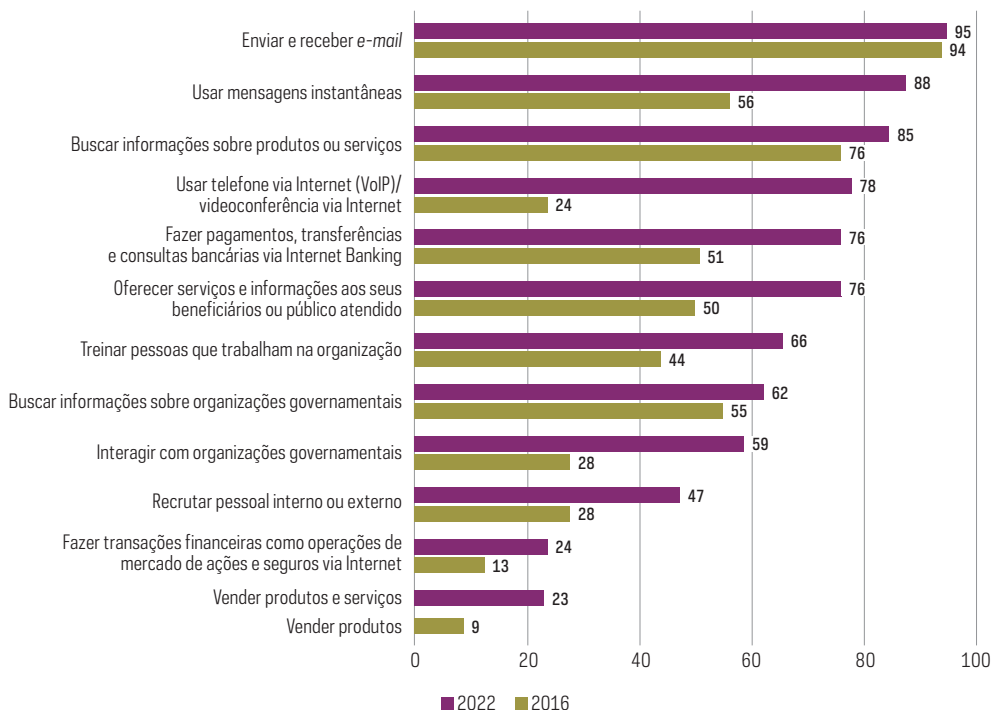
A pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos abrange também diversos indicadores que permitem a compreensão do uso das tecnologias por essas organizações a partir de dados sobre as atividades realizadas na Internet, a utilização de ferramentas de governo eletrônico e a adoção de *software* e sistemas específicos. Ainda que não ocupem necessariamente um papel estruturante nas suas atividades, é possível observar nos últimos anos uma maior incorporação das TIC no conjunto das organizações,

com aumento verificado na maior parte das atividades (Gráfico 7). A edição de 2022 da pesquisa mostra que as atividades realizadas na Internet em maiores proporções continuam sendo o envio de *e-mail* (95%), o uso de mensagens instantâneas (88%) e a busca de informações sobre produtos e serviços (85%). Os maiores crescimentos entre 2016 e 2022 foram observados no uso de ferramentas de comunicação, como mensagens instantâneas e telefone via Internet, VoIP ou videoconferência via Internet.

GRÁFICO 7

ORGANIZAÇÕES QUE UTILIZARAM A INTERNET, POR TIPO DE ATIVIDADE (2016-2022)

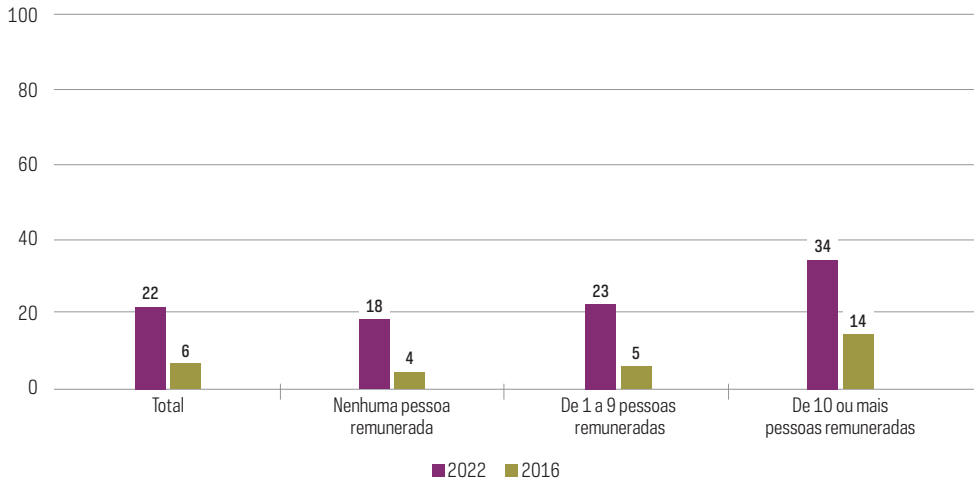
Total das organizações que tiveram acesso à Internet (%)



As organizações com 10 ou mais pessoas remuneradas e aquelas que atuam na área de educação e pesquisa apresentaram maiores proporções de realização de todas as atividades *online* investigadas na pesquisa. Exemplo disso é que, enquanto 76% das organizações fizeram pagamentos, transferências e consultas bancárias via *Internet Banking*, 87% das organizações com 10 ou mais pessoas remuneradas e 84% das que atuam na área de educação e pesquisa realizaram essa atividade.

Uma atividade importante para essas organizações realizada no ambiente virtual refere-se à captação de recursos pela Internet, o que foi especialmente relevante no contexto da pandemia (Arnesen & Sivesind, 2021). A pesquisa mostra que 22% das organizações receberam doações pela Internet em 2022, patamar que aumentou substancialmente comparado ao observado na edição de 2016 (6%) (Gráfico 8).

GRÁFICO 8

ORGANIZAÇÕES QUE RECEBEM DOAÇÕES PELA INTERNET (2016-2022)*Total das organizações (%)*

No que se refere ao canal de recebimento das doações pela Internet, houve um aumento entre 2016 e 2022 de todos os investigados (plataformas ou redes sociais em que a organização estava presente, *website* da organização, campanhas ou *sites* de financiamento coletivo ou *crowdfunding*). Essa tem sido uma tendência observada em outros contextos, especialmente durante a pandemia (Arnesen & Sivesind, 2021), dado que as estratégias de captação de recursos no ambiente digital têm sido usadas para superar desafios relacionados às fragilidades administrativas e financeiras das organizações. Tais estratégias permitem redução de custos, alcance de um número maior de pessoas e maior engajamento e envolvimento de doadores, possibilitando um relacionamento mais próximo entre as organizações e os doadores. Ainda, podem produzir outros efeitos positivos, como o compartilhamento de campanhas e a melhoria da imagem da organização (Di Lauro *et al.*, 2019). Apesar disso, os resultados da edição de 2022 da TIC Organizações Sem Fins Lucrativos mostram que os canais digitais ainda são utilizados em baixas proporções. Apenas 11% das organizações afirmaram que receberam doações por meio de plataformas ou redes sociais em que estão presentes, 6% por meio do *website* da organização e 4% por meio de campanhas ou *sites* de financiamento coletivo ou *crowdfunding*.

Em relação ao uso da Internet pelas organizações para se relacionarem com governos, a pesquisa investiga em maior profundidade o uso que as organizações fazem de serviços disponibilizados por diferentes órgãos governamentais na Internet. O uso de serviços de governo eletrônico está relacionado às diversas atividades e transações do setor público com cidadãos, empresas privadas e organizações da sociedade civil que envolvem uso das TIC, especialmente da Internet e de tecnologias *web*. Essas atividades incluem desde as mais informacionais, como a digitalização de informação e a disponibilização de informações em *websites*, até as mais transacionais, como o uso de redes sociais e canais de comunicação e a oferta de serviços *online* (Chu *et al.*, 2010).

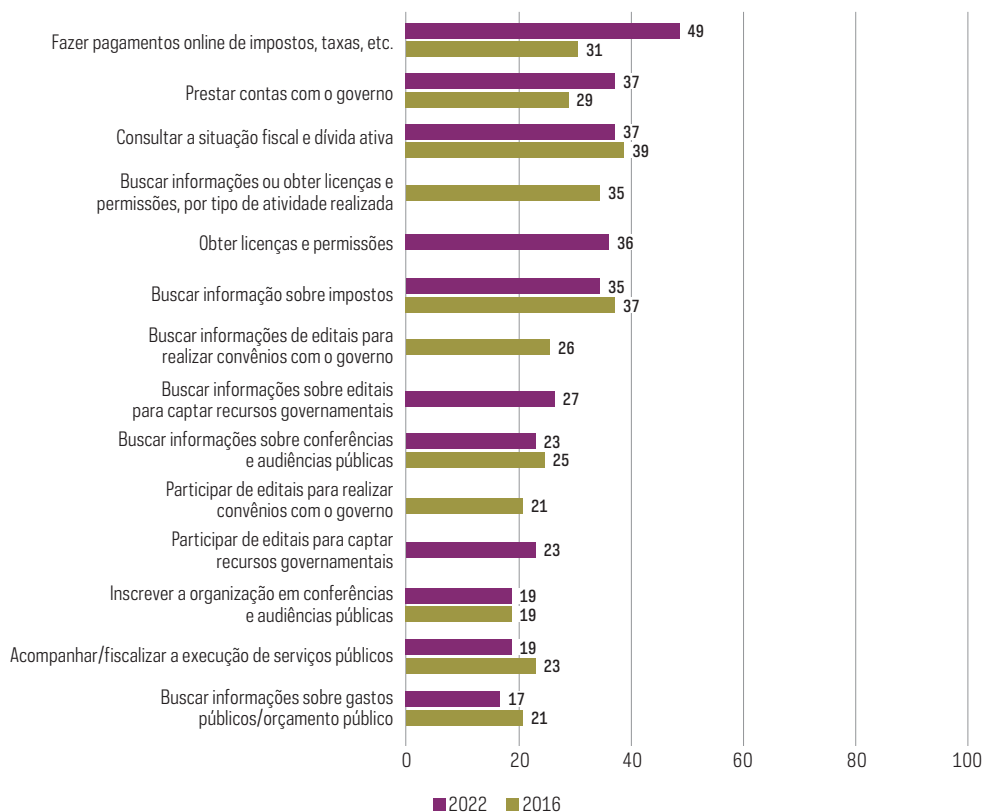
No caso das organizações sem fins lucrativos, os serviços de governo eletrônico são importantes para o funcionamento das organizações, sua mobilização e atuação. Podem incluir atividades que dão sustentação a suas ações, como registro, pagamento de impostos e taxas e acesso a recursos governamentais, bem como a participação nas decisões sobre políticas públicas, no controle do uso de recursos públicos e no monitoramento de políticas.

Os resultados da pesquisa mostram que, entre as organizações que usam a Internet, 68% delas realizaram alguma atividade de governo eletrônico nos 12 meses anteriores à pesquisa. Assim como ocorre em outros indicadores, as proporções são maiores entre aquelas com 10 ou mais pessoas remuneradas (92%) e as que atuam na área de educação e pesquisa (91%).

As atividades mais realizadas incluem tanto aquelas que envolvem busca de informações quanto transações, sendo que estas últimas estão entre as que apresentaram maiores proporções de realização pelas organizações, como fazer pagamentos *online* de impostos e taxas (49%), consultar a situação fiscal e a dívida ativa (37%) e prestar contas com o governo sobre recursos recebidos (37%), por exemplo. Houve um crescimento na realização de algumas dessas atividades, especialmente fazer pagamentos *online* de impostos e taxas, o que está relacionado à maior oferta desses serviços por organizações públicas que vem sendo observada nos últimos anos. Segundo a pesquisa TIC Governo Eletrônico, em 2021, 63% das prefeituras ofereceram o serviço de emissão de tributos ou outras guias de pagamento, proporção que alcançava apenas 38% em 2017 (CGI.br, 2018; 2022b).

Apesar do crescimento nesses indicadores, os resultados apontam estabilidade em algumas atividades. Dentre elas, estão: atividades relacionadas a controle social, fiscalização e acompanhamento da administração pública, como buscar informações sobre conferências e audiências públicas (23%), acompanhar e fiscalizar a execução de serviços públicos (19%), inscrever a organização em conferências e audiências públicas (19%) e buscar informações sobre gastos públicos e orçamento público (17%). Ainda que a quase totalidade das prefeituras tenha publicado em seus *websites* informações sobre contas públicas ou prestação de contas (91%), apenas 39% das prefeituras ofereceram ferramentas de consulta pública *online* e 28% de votação *online*, de acordo com a TIC Governo Eletrônico (CGI.br, 2022b). Também não houve crescimento na realização pelas organizações de atividades de captação de recursos, como buscar informações de editais para realizar convênios com o governo (27%) e participar deles (23%) (Gráfico 9).

GRÁFICO 9

ORGANIZAÇÕES, POR TIPO DE SERVIÇO DE GOVERNO ELETRÔNICO (2016-2022)*Total das organizações (%)*

Em relação ao uso das TIC para apoiar as atividades das organizações, a pesquisa traz indicadores sobre o tipo de *software* utilizado, os motivos para uso dos diferentes tipos de licenças e a finalidade de uso de *software*. Sobre os tipos de licença, 33% das organizações que utilizaram computador usaram *software* por licença de uso e 18% declararam que desenvolvem suas próprias aplicações. Quanto maior o porte das organizações, maior a proporção daquelas que utilizaram *software* por licença de uso e desenvolvidos pela própria entidade, alcançando, entre as organizações com 10 ou mais pessoas remuneradas, 48% e 26%, respectivamente.

Os resultados também apontam que 33% das organizações utilizaram *software* por licença livre. Ainda que tenha sido mais comum entre as organizações com maior porte, a diferença entre elas e as organizações menores não é tão expressiva: enquanto 31% das organizações com nenhuma pessoa remunerada usaram *software* por licença livre, 40% daquelas com 10 ou mais pessoas remuneradas o utilizaram. O principal motivo relatado para seu uso foi justamente a gratuidade (62%), especialmente entre aquelas que não contam com pessoas remuneradas (69%). Ainda que a adoção de

software livre seja considerada importante no campo da sociedade civil, pois possibilita maior autonomia por parte de quem utiliza, apenas 8% das organizações o adotaram porque a organização tem como princípio o uso desse tipo de *software*.

Em relação à finalidade de uso de *software*, a adoção foi maior para atividades relacionadas a finanças e contabilidade (37%) e armazenamento de arquivos digitais (37%). Foi menos comum o uso de *software* para compras (17%), recursos humanos (16%), contratos e convênios (14%) e patrimônio (10%). Assim como ocorreu em outros indicadores, foi mais frequente a utilização de *software* para diversas finalidades em organizações com maior porte do que naquelas com menor porte. Exemplo disso é que 36% das organizações com nenhuma pessoa remunerada utilizaram *software* de finanças e contabilidade, enquanto 51% de organizações com 10 ou mais pessoas reportaram utilizá-lo.

A utilização de *Customer Relationship Management* (CRM), ou seja, de sistemas que podem automatizar o contato com beneficiários, associados ou público-alvo, ainda é baixa, já que apenas 12% reportaram utilizá-los nos 12 meses anteriores à pesquisa. Assim como em outros indicadores, seu uso foi maior entre organizações com 10 ou mais pessoas remuneradas (23%) e que atuam na área de educação e pesquisa (23%). Destaca-se que, de acordo com a TIC Empresas 2021, entre as empresas privadas brasileiras, o uso do CRM foi mais comum, sendo reportado por 27% delas em 2021 (CGI.br, 2022a).

No que se refere ao pagamento por serviços em nuvem, apenas 21% das organizações pagaram pelo armazenamento de arquivos ou banco de dados, 19% por *e-mail*, 11% por *software* de escritório e 11% por capacidade de processamento em nuvem. Destacam-se que essas proporções entre as organizações sem fins lucrativos são baixas quando comparadas com o pagamento desses serviços por empresas privadas brasileiras. Em 2021, a pesquisa TIC Empresas apontou que 47% delas pagaram por *e-mail*, 45% por armazenamento de arquivos ou banco de dados, 39% por capacidade de processamento em nuvem e 32% por *software* de escritório (CGI.br, 2022a).

Presença na Internet

O uso de tecnologias digitais também envolve a presença na Internet por meio de *websites* e redes sociais, que viabilizaram a intensificação da comunicação interna (Leonardi *et al.*, 2013; Ihm & Kim, 2021), bem como a ampliação das atividades e da atuação das organizações para o ambiente virtual (Castells, 2015; Etter & Albu, 2021; Gaby & Caren, 2012; Gohn *et al.*, 2020; Gomes *et al.*, no prelo; Lovejoy & Saxton, 2012; Theocharis *et al.*, 2015; Tremayne, 2014; Vasi & Suh, 2016; Xiong *et al.*, 2019), possibilitando o desenvolvimento de novas experiências organizacionais na sociedade civil (Gohn *et al.*, 2020; Penteadó *et al.*, 2014; Winkler & Pozzebon, 2011). No caso da Rede Nossa São Paulo, por exemplo, o uso de *website*, de fóruns virtuais e de um observatório digital apoiam tanto a sua organização interna e a divulgação de suas ações e o resultado delas, como o monitoramento do Programa de Metas e o Mapa da Desigualdade (Winkler & Pozzebon, 2011).

Ainda que tenha havido uma grande expansão do número de usuários de Internet no Brasil nos últimos anos, alcançando 81% da população brasileira de 10 anos ou mais em 2021 (CGI.br, 2022c), as organizações sem fins lucrativos ainda estão presentes de forma restrita na rede, sobretudo no que se refere aos *websites*. Em 2022, apenas 36% das organizações possuíam *website* ou página na Internet, proporção similar à encontrada em 2016 (37%). Apesar disso, as proporções variam de acordo com o perfil das organizações: *websites* ou páginas na Internet estão mais presentes entre aquelas com maior porte e que atuam na área de educação e pesquisa, ao passo que estão menos presentes entre organizações de menor porte e que atuam em outras áreas (Gráfico 10). É importante destacar que apenas 32% das organizações apontaram que pretendem criar um *website* nos próximos 12 meses.

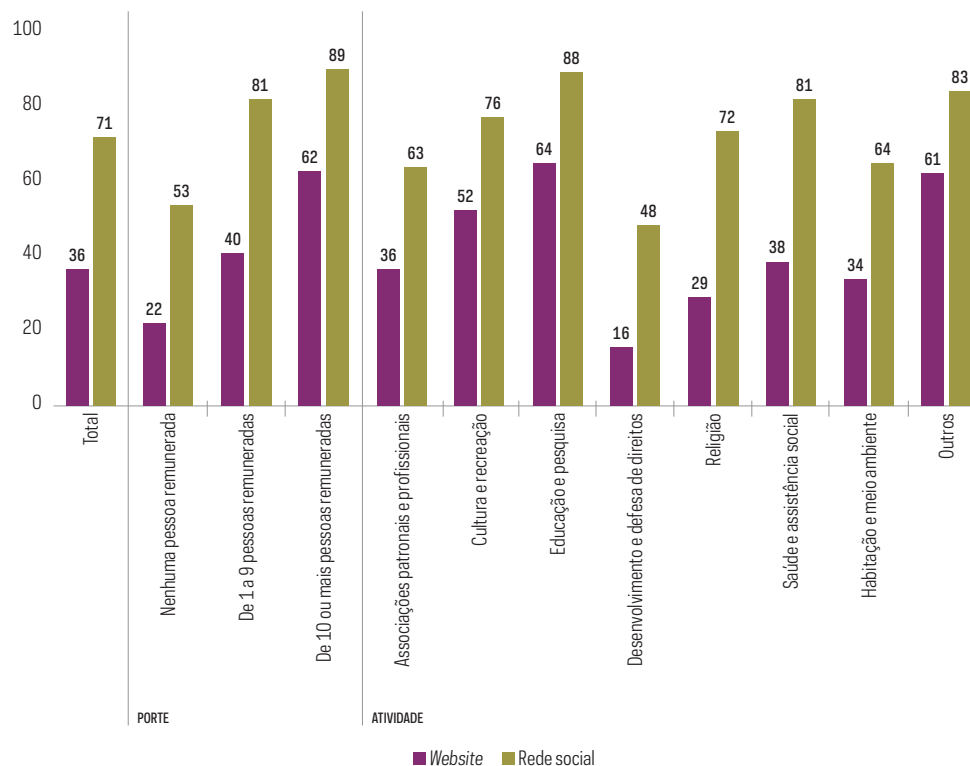
As organizações sem fins lucrativos também apresentam uma presença restrita na rede por meio de *websites* ou páginas de terceiros. Em 2022, essa proporção foi de apenas 5% – percentual que diminuiu nos últimos anos, considerando que, em 2016, 19% das organizações tinham presença *online* dessa forma.

Apesar de a presença *online* via *website* manter-se estável, houve um aumento na proporção de organizações que possuem perfil ou conta própria em plataformas e redes sociais, alcançando 71% em 2022 (frente a 60% em 2016). As organizações de maior porte também apresentaram uma maior presença em redes sociais do em relação àquelas de menor porte: 89% das organizações com 10 ou mais pessoas remuneradas e 81% daquelas com 1 a 9 pessoas remuneradas possuíam perfil ou conta própria em plataformas e redes sociais em 2022, enquanto a presença em plataformas e redes sociais foi reportada em menor proporção pelas organizações sem pessoas remuneradas (53%). As organizações que atuam com educação e pesquisa também apresentaram uma maior presença na Internet do que as organizações que atuam nas demais áreas (Gráfico 10).

GRÁFICO 10

ORGANIZAÇÕES, POR WEBSITE E/OU REDES SOCIAIS, POR PORTE E ATIVIDADE (2022)

Total de organizações (%)



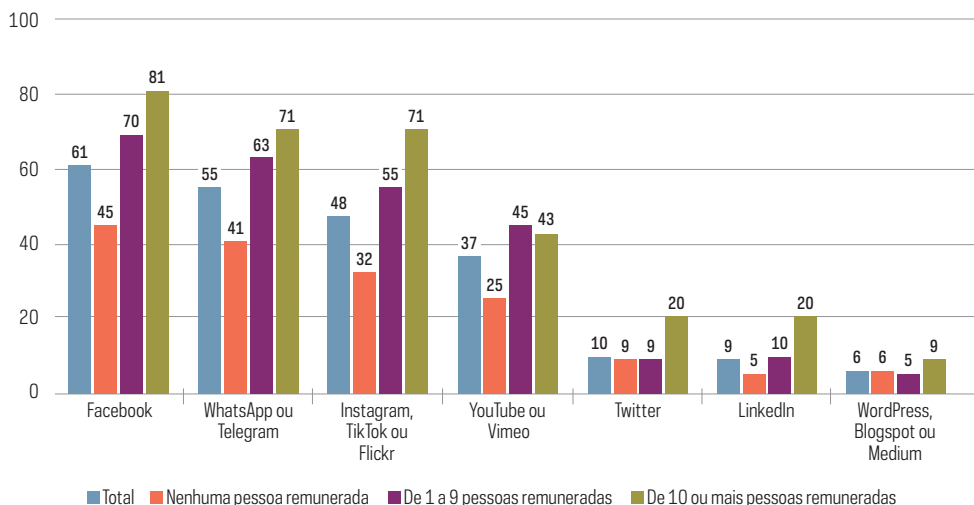
Observa-se, assim, que as organizações com maior porte expandiram sua presença *online*, tanto por meio de *websites* ou páginas na Internet como por meio de perfil ou conta própria em plataformas e redes sociais. Já no caso das organizações com menor porte, a presença na Internet por meio de plataformas e redes sociais foi mais comum do que por meio de *websites* ou páginas na Internet, o que pode ser explicado pelas fragilidades em suas capacidades administrativas e financeiras, especialmente relacionadas à TI.

Em relação às plataformas e às redes sociais, o Facebook foi o mais usado pelas organizações sem fins lucrativos: 61% delas possuíam perfil próprio nessa plataforma. WhatsApp ou Telegram (55%), Instagram, TikTok ou Flickr (48%) e YouTube ou Vimeo (37%) também são redes sociais em que as organizações possuíam contas ou perfis próprios. Em menores proporções, foram mencionados Twitter (10%), LinkedIn (9%) e WordPress, Blogspot ou Medium (6%). De maneira semelhante a outros indicadores, as organizações com maior porte e que atuam nas áreas de educação e pesquisa, saúde e assistência social e cultura e recreação apresentaram maiores proporções no uso de Facebook, como pode ser observado no Gráfico 11.

GRÁFICO 11

ORGANIZAÇÕES, POR TIPO DE DE PLATAFORMA OU REDE SOCIAL ONLINE EM QUE ESTÃO PRESENTES (2022)

Total de organizações (%)



Os *websites* das organizações oferecem recursos informacionais em maiores proporções do que recursos de outros tipos, com destaque para a disponibilização de informações sobre as atividades da organização (80% das organizações que possuem *website*), divulgação de notícias sobre a organização (78%) e informações institucionais sobre a organização (78%), como pode ser observado no Gráfico 12. Apenas 38% das organizações que possuem *website* divulgam em suas páginas informações e balanços sobre prestações de contas da organização.

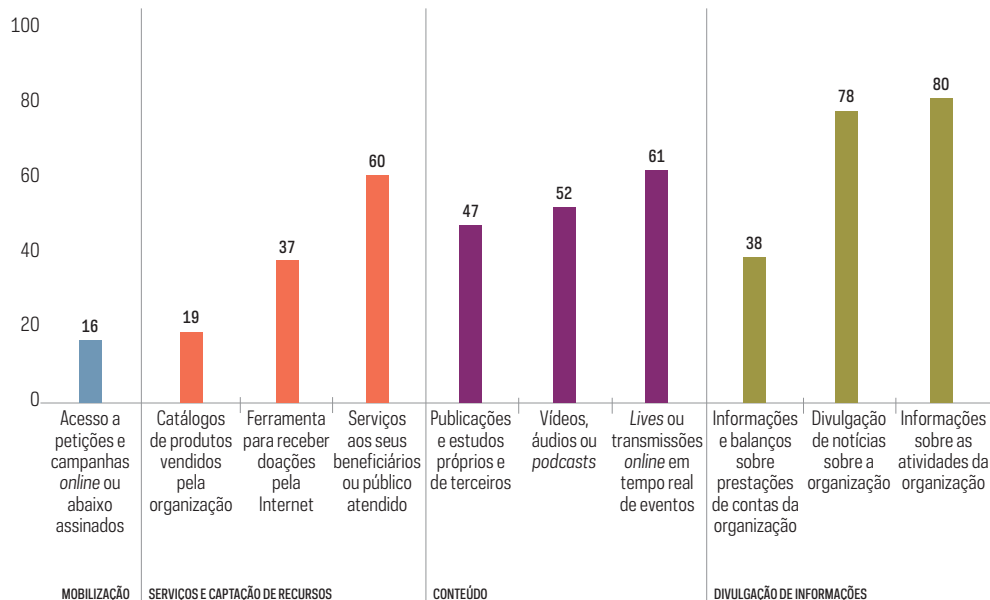
Destaca-se que as ferramentas de transmissão de vídeos ao vivo ou *streaming*, que eram pouco disponibilizadas em 2016 (22%), apresentaram aumento significativo em 2022 (61%), o que pode ter sido resultado das mudanças decorrentes da pandemia COVID-19. Outros recursos que podem ter tido seu uso ampliado por conta da crise sanitária referem-se à disponibilização de vídeos, áudios ou *podcasts*, presente em 52% dos *websites* ou páginas das organizações; de ambiente de educação à distância, que foi de 27% em 2022, percentual que era de 12% em 2016; e de ferramentas para receber doações pela Internet, que foi de 14% em 2016 para 37% no período.

No que se refere aos recursos do *website* que envolvem a relação entre as organizações e o público atendido por elas, em 60% delas foi mencionada a oferta de recursos relacionados aos serviços oferecidos a seus beneficiários ou público atendido. Outros recursos investigados na pesquisa pela primeira vez em 2022 incluem publicações e estudos próprios e de terceiros (47%) e catálogos de produtos vendidos pela organização (19%). Ainda, destaca-se que foi mencionada em menores proporções a disponibilização de alguns recursos que podem apoiar na mobilização e divulgação de determinadas ações e atividades, como cadastro para recebimento de boletins de notícias (44%) e acesso a petições e campanhas *online* ou abaixo assinados (16%).

GRÁFICO 12

ORGANIZAÇÕES QUE POSSUEM WEBSITE, POR RECURSOS OFERECIDOS NOS ÚLTIMOS 12 MESES (2022)

Total de organizações que possuem website (%)



As redes sociais também podem ser usadas para apoiar as atividades internas das organizações. Assim, elas têm o potencial de diminuir os custos de transação e comunicação e reduzir as barreiras para a comunicação e a difusão de informações (Leonardi *et al.*, 2013; Ihm & Kim, 2021). O uso das redes sociais nas atividades internas pode envolver criação, circulação, compartilhamento e troca de informações em diferentes formatos entre as pessoas voluntárias e remuneradas que trabalham nas organizações (Leonardi *et al.*, 2013; Ihm & Kim, 2021). Já no relacionamento com atores externos, o uso das redes sociais faz parte de um movimento de deslocamento de uma parte do ativismo para o ambiente virtual, entendido por alguns como uma forma de ampliação da esfera pública, chamada de esfera pública digital (Gripsrud & Moe, 2010).

As redes sociais incidem sobre as principais atividades das organizações, ou seja, sobre a habilidade de se conectar com pessoas e de mobilizá-las em torno de determinados propósitos. Seu uso reduz o tempo dos ciclos de atuação política, “quebra” barreiras geográficas e influencia as práticas das organizações, que são “traduzidas” para as redes sociais, reconfigurando seu ativismo e criando novas formas de ação coletiva, como a mobilização da sociedade para apoiar pautas específicas por meio do uso de *hashtags* (Castells, 2015; Etter & Albu, 2021; Gohn *et al.*, 2020; Gomes *et al.*, no prelo; Xiong *et al.*, 2019).

A literatura tem ressaltado de que forma características e dinâmicas de funcionamento das plataformas, como o número de caracteres por postagem e a possibilidade de marcar um usuário e de usar *hashtags*, influenciam o tipo de atividade realizada pelas

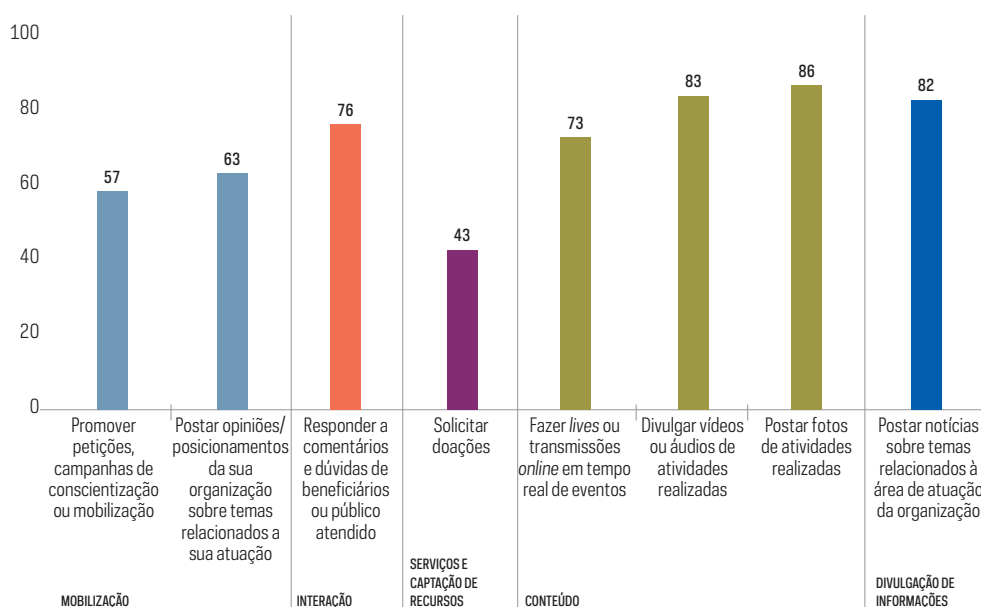
organizações. Exemplos disso incluem o agendamento de eventos, o relato de histórias e o recrutamento de membros no Facebook, o uso de *hashtags* e “*microblogging*” no Twitter e o compartilhamento de fotos e vídeos por meio do Instagram, do TikTok e do YouTube (Gaby & Caren, 2012; Lovejoy & Saxton, 2012; Theocharis *et al.*, 2015; Tremayne, 2014; Vasi & Suh, 2016). No entanto, essas características e dinâmicas também podem resultar em um direcionamento das atividades *online* das organizações, como a escolha de pautas que produzam postagens mais “compartilháveis” e “clicáveis” (Etter & Albu, 2021), além da possibilidade de monitoramento da atuação das organizações e, até mesmo, da limitação de determinadas postagens (Gomes *et al.*, no prelo).

Os indicadores relativos às atividades realizadas pelas organizações nas redes sociais mostram que elas são similares aos recursos disponibilizados em seus *websites*, sendo as atividades mais frequentes aquelas relacionadas à divulgação de informações e atividades: postar notícias sobre a organização (86%), fotos das atividades realizadas (86%) e vídeos e áudios das atividades realizadas (83%). Entre as atividades que possibilitam maior interação entre as organizações e seu público ou a sociedade em geral, as mais comuns foram responder a comentários e dúvidas (76%) e realizar *lives* ou transmissões *online* em tempo real de eventos (73%). As organizações também usaram as redes sociais para mobilizar e chamar atenção sobre determinados temas, o que incluiu a postagem de opiniões e posicionamentos sobre temas relacionados a sua atuação (63%) e a divulgação de produtos ou serviços (57%), ao passo que ainda era mais restrito o uso das redes para solicitação de doações (43%) (Gráfico 13).

GRÁFICO 13

ORGANIZAÇÕES QUE POSSUEM PERFIL OU CONTA PRÓPRIA EM ALGUMA PLATAFORMA OU REDE SOCIAL ONLINE, POR ATIVIDADES REALIZADAS (2022)

Total de organizações com acesso à Internet e que possuem perfil ou conta própria em alguma plataforma ou rede social (%)



Ainda sobre a presença das organizações sem fins lucrativos na Internet, a pesquisa investigou pela primeira vez, na edição de 2022, a oferta de aplicativos próprios para celular ou *tablet*, presente em apenas 11% das organizações com acesso à Internet. Já o pagamento por anúncios na Internet também apresentou uma baixa proporção (13%). Sobre esse último indicador, a pesquisa TIC Empresas 2021 indica que o pagamento de anúncios pela Internet foi mais comum entre empresas privadas, sendo reportado por 40% delas (CGI.br, 2022a).

Habilidades, barreiras e motivações

As capacidades internas de TI são fundamentais para que as TIC possam ser usadas tanto para viabilizar as atividades internas da organização como para a comunicação e mobilização com seus doadores, parceiros, beneficiários e a população em geral. Apesar disso, as capacidades em TI das organizações sem fins lucrativos ainda são limitadas. Em relação ao desenvolvimento de *website*, 22% daquelas que possuíam *website* contrataram prestadores de serviço terceirizado para isso, 12% contaram com voluntários e apenas 8% reportaram que pessoas remuneradas realizaram essa atividade. A situação é um pouco melhor no caso da administração de perfis ou contas nas redes sociais, em que 36% das organizações que possuíam perfis próprios contaram com voluntários para isso, 25% com pessoas remuneradas e 14% contrataram prestadores de serviço terceirizado para realizar essa atividade.

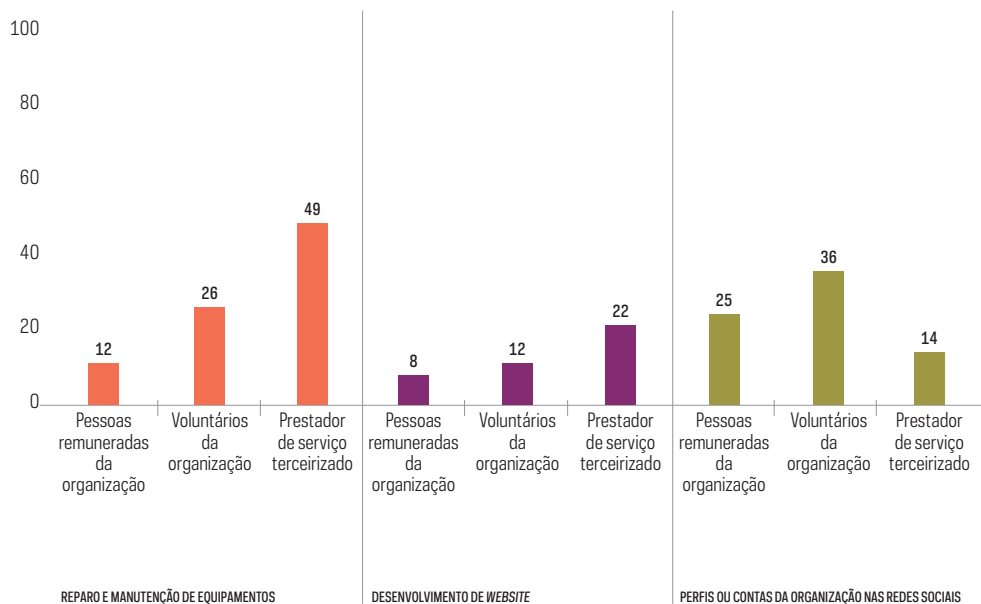
No caso de serviços de reparo e manutenção de equipamentos, a maioria das organizações contratou prestadores de serviço terceirizado (49%), enquanto 26% das organizações contaram com voluntários para isso e 12% com pessoas remuneradas. As proporções são semelhantes no caso dos serviços de suporte técnico para sistema interno e dos serviços de reparo da infraestrutura elétrica e redes, em que predominaram a contratação de serviços terceirizados, mencionada por cerca de metade das organizações (44%). Cerca de um quarto de organizações mencionou que contou com voluntários para a realização desses serviços e uma parcela ainda menor de organizações contam com pessoas remuneradas para isso (Gráfico 14).

Em todos os tipos de serviços investigados, tanto a presença de pessoas responsáveis remuneradas quanto a contratação de serviço terceirizado foram mais comuns nas organizações de maior porte e naquelas que atuam nos segmentos de educação e pesquisa e religião, enquanto entre as organizações com menor porte foi mais comum que voluntários realizassem esses serviços ligados à TI.

GRÁFICO 14

ORGANIZAÇÕES NAS QUAIS OS SERVIÇOS DE TIC FORAM DESEMPENHADOS POR EQUIPE PRÓPRIA, VOLUNTÁRIOS E/OU EMPRESA PRIVADA TERCEIRIZADA (2022)

Total de organizações (%)



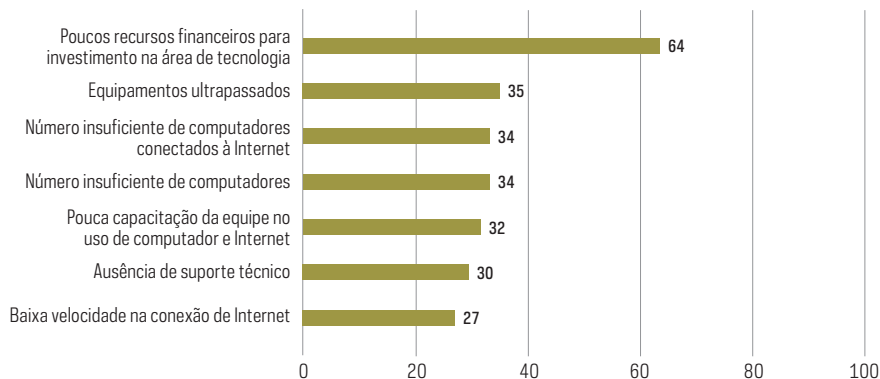
Em relação a iniciativas de formação destinadas à equipe, importante para fortalecer as capacidades em TI, 26% das organizações reportaram que ofereceram treinamento interno sobre informática, computador e/ou Internet às pessoas remuneradas e/ou voluntárias nos 12 meses anteriores à pesquisa, e 12% que pagaram por cursos externos sobre o tema. As organizações com 10 ou mais pessoas remuneradas e aquelas que atuam nas áreas de educação e pesquisa e religião apresentaram maiores proporções em ambos os indicadores. A TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022 também identificou que cerca de um quarto dos gestores entrevistados (24%) possuíam formação específica sobre o uso de tecnologias no terceiro setor.

Para compreender os desafios relacionadas à infraestrutura de TIC e à capacidade de TI entre as organizações sem fins lucrativos brasileiras, a pesquisa investigou as dificuldades no uso de computador junto às organizações. A maioria delas (64%) relatou que havia poucos recursos financeiros para investimento na área de tecnologia, seguida de dificuldades relacionadas à existência de dispositivos adequados ao acesso à Internet e à falta de habilidades digitais da equipe (Gráfico 15).

GRÁFICO 15

ORGANIZAÇÕES QUE UTILIZARAM COMPUTADOR, POR TIPO DE DIFICULDADE PARA O USO DE COMPUTADOR E INTERNET (2022)

Total de organizações que utilizaram computador (%)



Privacidade e proteção de dados pessoais

A pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022 também abordou questões sobre a adaptação à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) (Lei n. 13.709/2018) nas organizações e sobre recursos disponíveis em seus *websites* que indiquem sua adequação à Lei. Aprovada em 2018, a LGPD buscou garantir direitos básicos relacionados aos dados pessoais, incluindo determinações sobre o tratamento, a coleta, o armazenamento e o compartilhamento desses por organizações privadas, públicas e sem fins lucrativos. Isso é especialmente importante para as organizações sem fins lucrativos que trabalham com públicos que sofrem discriminação ou violência, pois nesses casos pode haver coleta e uso de dados de seus públicos, inclusive dados sensíveis (Duarte *et al.*, 2021; Lopes *et al.*, 2021).

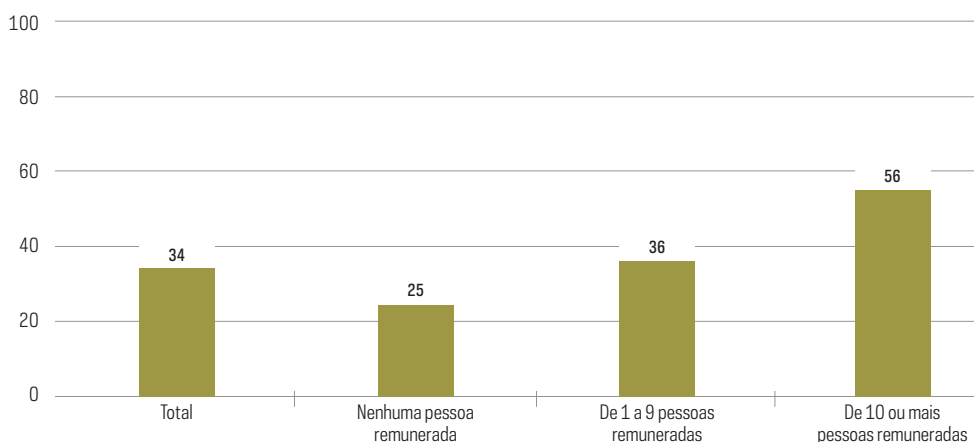
A construção de capacidades internas é fundamental para o desenvolvimento de uma cultura de proteção de dados nas organizações, mas esse processo parece estar em seu estágio inicial. Apenas 29% das organizações reportaram que tinham uma área ou pessoa responsável pela implementação da LGPD, proporção que não é muito distinta da encontrada nas empresas privadas (23%) (CGI.br, 2022d). A existência de uma área ou pessoa responsável por isso foi mais comum nas organizações com 10 ou mais pessoas remuneradas (46%) e naquelas que atuam na área de educação e pesquisa (50%). No caso das organizações que não têm área ou pessoa responsável pela implementação da LGPD, apenas 7% delas afirmaram que contrataram serviços de terceiros com essa finalidade.

O Gráfico 16 mostra as organizações que tinham uma área ou pessoa responsável pela implementação da LGPD ou que contrataram serviços de terceiros para isso.

GRÁFICO 16

ORGANIZAÇÕES, POR ÁREA OU PESSOA RESPONSÁVEL OU CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE TERCEIROS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DA LGPD (2022)

Total de organizações (%)



Ainda sobre a construção de capacidades internas, 27% das organizações afirmaram que ofereceram treinamento interno sobre privacidade e proteção de dados às pessoas remuneradas ou voluntárias nos 12 meses anteriores à pesquisa, prática mais comum em organizações com 10 ou mais pessoas remuneradas (37%) e naquelas que atuam nas áreas de educação e pesquisa (41%) e religião (34%). Apenas 10% reportaram que pagaram cursos externos sobre o tema para seu pessoal. Destaca-se que tanto o treinamento interno como o pagamento de cursos externos são centrais para a sensibilização das pessoas que trabalham nas organizações (remuneradas ou voluntárias) sobre a importância e a necessidade do tratamento de dados pessoais e dos riscos relacionados a isso.

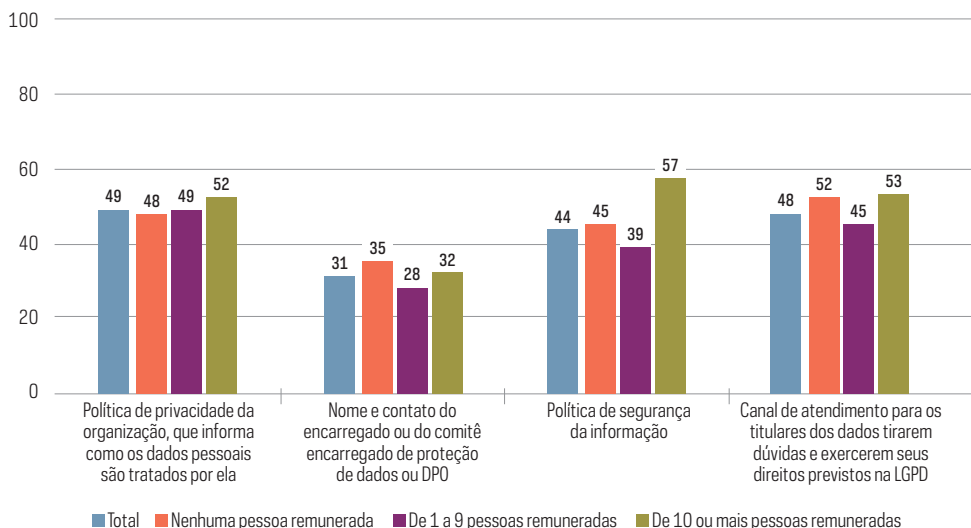
Em relação à conformidade com a LGPD, entre as organizações que possuíam *website*, cerca de metade delas disponibilizou em seus *websites* sua política de privacidade, incluindo informações sobre como os dados pessoais são tratados por elas e um canal de atendimento para os titulares dos dados tirarem dúvidas e exercerem seus direitos previstos na LGPD. Ainda, 44% disponibilizaram a política de segurança da informação e 31%, nome e contato do encarregado ou do comitê encarregado de proteção de dados ou *Data Protection Officer (DPO)*⁶ (Gráfico 17).

⁶ O encarregado é responsável por "[...] supervisionar a implementação do programa de governança em privacidade de dados, traduzir as obrigações legais em ações concretas, documentar as atividades e decisões de tratamento de dados e treinar pessoal relevante como parte do programa de governança" (Centre for Information Policy Leadership [CIPL], & Centro de Direito, Internet e Sociedade do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa [CEDIS-IDP], 2021, p. 4).

GRÁFICO 17

ORGANIZAÇÕES, POR RECURSOS RELACIONADOS À LGPD DISPONIBILIZADOS NO WEBSITE (2022)

Total de organizações que possuem website (%)



Considerações finais: agenda para políticas públicas

Os dados coletados pela TIC Organizações sem Fins Lucrativos 2022 apontam para uma maior disseminação das tecnologias digitais no terceiro setor brasileiro. A expansão da infraestrutura de Internet, incluindo a fibra ótica, resultou em um aumento do acesso à Internet pelas organizações. Esse acesso incluiu formas de conexão mais estáveis e com maiores velocidades. O contexto da pandemia COVID-19 também levou a uma intensificação do uso das TIC, na medida em que impôs a migração de algumas atividades para o ambiente virtual, o que foi retratado, por exemplo, pela alta proporção de organizações que realizaram *lives* ou transmissões *online* em tempo real de eventos e pela maior presença na Web das organizações por meio de perfis e contas próprias nas redes sociais.

A literatura aponta que as tecnologias têm um potencial de trazer mudanças para a sociedade civil. Internamente, podem possibilitar ganhos de eficiência e melhorias nos processos de governança, comunicação e formação. Externamente, elas influenciaram novas formas de divulgação de informações, ações e eventos; viabilizaram o uso de serviços de governo eletrônico, incluindo acesso a recursos governamentais, a serviços digitais e a canais de participação e de controle social; e reconfiguraram as práticas de mobilização e ativismo. A presença *online*, especialmente por meio das redes sociais, permite que as organizações chamem atenção sobre determinados temas, campanhas e ações por meio do uso de *hashtags*, agendem eventos e mobilizações, compartilhem fotos e vídeos, divulguem relatos e “*microblogs*” de acontecimentos em tempo real.

Apesar disso, a exclusão digital ainda está longe de ser completamente superada entre as organizações da sociedade civil: 18% das organizações sem fins lucrativos brasileiras não utilizaram a Internet nos 12 meses anteriores à realização da pesquisa.

Mesmo entre as organizações que acessaram à Internet, a predominância do uso de celulares, em muitos casos, pessoais, e a baixa presença *online* por meio de *websites*, por exemplo, demonstram que há outros desafios para um uso mais efetivo das TIC. Ainda, poucas organizações atuaram para aumentar a inclusão digital de suas comunidades ofertando Wi-Fi gratuito em suas instalações.

Esses desafios no acesso e no uso das TIC podem estar relacionados às fragilidades nas capacidades administrativas e financeiras das organizações sem fins lucrativos. É expressivo o número de organizações que não possuíam áreas ou departamentos específicos para apoio em seus processos de gestão e que não contavam com o trabalho de pessoas remuneradas. Ao contrário, a maioria delas contava com um número elevado de voluntários. Também é comum que as organizações careçam de capacidades em TI, que incluem a existência de pessoas responsáveis pelas diversas atividades de TI e de recursos financeiros adequados e suficientes para investimento na área de tecnologia. Os resultados da edição de 2022 indicam que essas fragilidades estão presentes sobretudo nas organizações de menor porte e naquelas que atuam na área de desenvolvimento e defesa de direitos e habitação e meio ambiente.

O fortalecimento das capacidades administrativas e financeiras das organizações sem fins lucrativos envolve a discussão sobre suas fontes de recursos. Poucas organizações contaram com recursos de organismos e organizações internacionais, reforçando uma tendência já observada de saída da cooperação internacional no Brasil (Mendonça *et al.*, 2013). Os avanços na regulação da relação entre órgãos públicos e organizações sem fins lucrativos, com a aprovação do MROSC, não se refletiram em um aumento nas proporções das organizações que contaram com recursos governamentais. A maioria delas contou com recursos provenientes da própria sociedade, isto é, doações voluntárias e pagamento de mensalidade e anuidades pelos associados. Ainda, apesar das mudanças produzidas pela pandemia, com a intensificação do uso das redes sociais, poucas organizações utilizaram estratégias de captação de recursos no ambiente digital.

Na edição de 2022 da pesquisa, também foram incluídos indicadores relacionados às ações de garantia da privacidade e da proteção de dados pessoais, fundamentais no processo de transformação digital das organizações e particularmente importantes para a proteção de dados sensíveis de populações mais vulneráveis. Os resultados da pesquisa mostram, no entanto, que há uma baixa institucionalização desse tema nas organizações sem fins lucrativos brasileiras, constituindo-se como um desafio urgente para elas.

A pesquisa mostra que a intensificação do uso das TIC e a diversificação das atividades realizadas *online* envolvem o fortalecimento de capacidades das organizações, ao mesmo tempo que o uso das TIC abre para elas novas possibilidades de atuação e mobilização. A presença *online* das organizações, por meio do ativismo digital, da interação com órgãos governamentais e da representação em formas de participação eletrônica (e-participação), reforça a ideia de que a esfera pública é ampliada no ambiente virtual.

No entanto, dois aspectos são evidenciados pela pesquisa. Em primeiro lugar, não são todas as organizações que fazem parte dessa esfera pública digital. Mesmo entre aquelas que estão presentes no ambiente virtual, há desigualdades sociodigitais que as caracterizam e que marcam seus contextos e impõem barreiras ao acesso e ao uso das TIC. Em segundo lugar, as características e dinâmicas de funcionamento das plataformas e das redes sociais *online* também influenciam a presença *online* das organizações sem fins lucrativos, incluindo a capacidade e o alcance da sua atuação.

Referências

- Abdal, A., Alves, M. A., Nogueira, F. A., Pineda, A., Campos, P. H., Calixto, G., & Campos, G. (2019). *Pesquisa comportamental sobre doadores de alta renda*. Conectas; CEAPG. <https://doadoresaltarenda.conectas.org/assets/files/relatorio.pdf>
-
- Alliance for Affordable Internet. (2021). *A policy guide: Towards meaningful connectivity*. <https://a4ai.org/wp-content/uploads/2021/10/Policy-Guide-Towards-Meaningful-Connectivity.pdf>
-
- Alves, M. A., & Costa, M. M. (2020). Colaboração entre governos e organizações da sociedade civil em resposta a situações de emergência. *Revista de Administração Pública*, 54(4), 923-935. <http://dx.doi.org/10.1590/0034-761220200168>
-
- Arnesen, D., & Sivesind, K. H. (2021). COVID-19 as a catalyst for digital nonprofit fundraising. *ISTR conference, online*, 1-24.
-
- Castells, M. (2015). *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age* (2ª ed.). Polity Press.
-
- Centre for Information Policy Leadership, & Centro de Direito, Internet e Sociedade do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa. (2021). *O papel do/a encarregado/a conforme a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)*. <https://www.idp.edu.br/o-papel-do-a-encarregado-a-conforme-a-lei-geral-de-protacao-de-dados-pessoais-lgpd/>
-
- Cesarino, L. (2022). *O mundo do avesso: verdade e política na era digital*. Ubu.
-
- Comitê Gestor da Internet no Brasil. (2018). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no setor público brasileiro: TIC Governo Eletrônico 2017*. <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-tic-governo-eletronico-2017/>
-
- Comitê Gestor da Internet no Brasil. (2021). *Pesquisa sobre o setor de provimento de serviços de Internet no Brasil: TIC Provedores 2020*. <https://www.cgi.br/publicacao/pesquisa-tic-provedores-2020/>
-
- Comitê Gestor da Internet no Brasil. (2022a). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas empresas brasileiras: TIC Empresas 2021*. <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nas-empresas-brasileiras-tic-empresas-2021/>
-
- Comitê Gestor da Internet no Brasil. (2022b). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no setor público brasileiro: TIC Governo Eletrônico 2021*. <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-no-setor-publico-brasileiro-tic-governo-eletronico-2021/>
-
- Comitê Gestor da Internet no Brasil. (2022c). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC Domicílios 2021*. <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nos-domicilios-brasileiros-tic-domicilios-2021/>
-
- Comitê Gestor da Internet no Brasil. (2022d). *Privacidade e proteção de dados pessoais 2021: perspectivas de indivíduos, empresas e organizações públicas no Brasil*. <https://cetic.br/pt/publicacao/privacidade-e-protacao-de-dados-2021/>
-

- Comitê Gestor da Internet no Brasil. (2022e). *Redes comunitárias de Internet no Brasil: experiências de implantação e desafios para a inclusão digital*. <https://cetic.br/pt/publicacao/redes-comunitarias-de-internet-no-brasil/>
- Chu, S. A., Shulman, S. W., Sandoval, R., & Hovy, E. (2010). Government 2.0: Making connections between citizens, data and government. *Information Polity*, 15(1-2), 1-9. <http://dx.doi.org/10.3233/IP-2010-0205>
- Di Lauro, S., Tursunbayeva, A., & Antonelli, G. (2019). How nonprofit organizations use social media for fundraising: A systematic literature review. *International Journal of Business and Management*, 14(7), 1-22. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v14n7p1>
- Duarte, H., Frota, H. B., & Cruz, M. (2021). *Dicas jurídicas para as organizações da sociedade civil: LGPD – Lei Federal 13.709/2018*. Editora USIdeias; Cadernos Abong. <https://abong.org.br/wp-content/uploads/2022/03/Cartilha-Orientacao-Juridica-06-Dicas-Juridicas-para-as-Organizacoes-da-Sociedade-Civil-LGPD.pdf>
- Etter, M., & Albu, O. B. (2021). Activists in the dark: Social media algorithms and collective action in two social movement organizations. *Organization*, 28(1), 68-91. <https://doi.org/10.1177/1350508420961532>
- Franklin, L. A. S., Euclides, F. M., Campos, A. P. T., & Ferreira, M. A. M. (2022). Tecnologias da Informação e Comunicação no contexto democrático brasileiro: uma revisão sistemática de literatura. *Em Questão*, 28(2), 265-294. <http://dx.doi.org/10.19132/1808-5245282.117173>
- Gaby, S., & Caren, N. (2012). Occupy online: How cute old men and Malcolm X recruited 400,000 US users to OWS on Facebook. *Social Movement Studies*, 11(3-4), 367-374. <https://doi.org/10.1080/14742837.2012.708858>
- Gohn, M. G., Penteado, C. L. C., & Marques, M. S. (2020). Os coletivos em cena: experiências práticas e campo de análise. *Simbiótica*, 7(3), 1-7. <https://doi.org/10.47456/simbitica.v7i3.33690>
- Gomes, M., Alves, M. A., Grigoletto, F., & Souza, C. M. L. (no prelo). *Leveraging influence in the era of social media: Platform activism and affordances in the case of @GreenpeaceBr*.
- Gripsrud, J., & Moe, H. (Eds.). (2010). *The digital public sphere: Challenges for media policy*. Nordicom. <http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1534745/FULLTEXT01.pdf>
- Holanda, B. M., & Mendonça, P. M. E. (2021). Avanços e desafios na implementação do MROSC em entes subnacionais: os casos de Bahia e Belo Horizonte. *Artigos GIFE*, 3(1), 1-15. <https://doi.org/10.33816/gife.20210301a1>
- Ihm, J., & Kim, E. (2021). When nonprofit organizations meet information and communication technologies: How organizational culture influences the use of traditional, digital, and sharing media. *Voluntas*, 32, 678-694. <https://doi.org/10.1007/s11266-021-00335-9>
- Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. (2020). *Mapa das Organizações da Sociedade Civil*. <https://mapaosc.ipea.gov.br/indicadores>
- Lei n. 13.709, de 14 de agosto de 2018*. (2018). Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Recuperado em 12 março, 2023, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm
- Leonardi, P. M., Huysman, M., & Steinfield, C. (2013). Enterprise social media: Definition, history, and prospects for the study of social technologies in organizations. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(1), 1-19. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12029>

- Lopes, L. F., Storto, P. R., Cezarino, M. R., Souza, R. O., Schiavon, T., Galli, N. T., & Fidelis, V. (2021). *Proteção de dados: guia de conformidade legal para a sociedade civil*. Rede Folha; Szazi, Bechara, Storto, Reicher e Figueiredo Lopes Advogados; Plataforma MROSC; União Europeia. <https://plataformaosc.org.br/wp-content/uploads/2021/12/LGPD-DIGITAL-2.pdf>
-
- Lovejoy, K., & Saxton, G. D. (2012). Information, community, and action: How nonprofit organizations use social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 337-353. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01576.x>
-
- Lucca-Silveira, M. P., Rodrigues, P., Jerabek, M., Woods, M. K., & Vergueiro, J. P. (2021). Brazilian foundations and the responses to COVID-19. *The Foundation Review*, 13(3), 67-78. <https://doi.org/10.9707/1944-5660.1579>
-
- Mello, J., & Pereira, A. C. R. (2022). *Dinâmicas do terceiro setor no Brasil: trajetórias de criação e fechamento de organizações da sociedade civil (OSCS) de 1901 a 2020*. Ipea. <https://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/11453>
-
- Mendonça, P. M. E., Alves, M. A., & Nogueira, F. A. (Orgs.). (2013). *Arquitetura institucional de apoio às organizações da sociedade civil no Brasil*. FGV. https://ceapg.fgv.br/sites/ceapg.fgv.br/files/u26/livro_articulacaod3.pdf
-
- Penteado, C. L. C., Santos, M. B. P., & Araújo, R. P. A. (2014). Democracia, sociedade civil organizada e Internet: estratégias de articulação online da Rede Nossa São Paulo. *Sociologias*, 16(36), 206-235. <http://dx.doi.org/10.1590/15174522-016003613>
-
- Reinach, S. (2013). Financiamento de organizações da sociedade civil por meio de doações individuais: um cenário ainda pouco conhecido no Brasil. In P. M. E. Mendonça, M. A. Alves, & F. A. Nogueira (Orgs.), *Arquitetura institucional de apoio às organizações da sociedade civil no Brasil* (pp. 98-111). FGV.
-
- Rocha, C. (2021). *Menos Marx, mais Mises: o liberalismo e a nova direita no Brasil*. Todavia.
-
- Theocharis, Y., Lowe, W., van Deth, J. W., & García-Albacete, G. (2015). Using Twitter to mobilize protest action: Online mobilization patterns and action repertoires in the Occupy Wall Street, Indignados, and Aganaktismenoi movements. *Information, Communication & Society*, 18(2), 202-220. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.948035>
-
- Tremayne, M. (2014). Anatomy of protest in the digital era: A network analysis of Twitter and Occupy Wall Street. *Social Movement Studies*, 13(1), 110-126. <https://doi.org/10.1080/14742837.2013.830969>
-
- Vasi, I. B., & Suh, C. S. (2016). Online activities, spatial proximity, and the diffusion of the Occupy Wall Street movement in the United States. *Mobilization: An International Quarterly*, 21(2), 139-154. <https://doi.org/10.17813/1086-671X-22-2-139>
-
- Vergueiro, J. P., & Estraviz, M. (2015). São os indivíduos. In Comitê Gestor da Internet no Brasil. *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas organizações sem fins lucrativos: TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2014* (pp. 65-71). <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nas-organizacaoes-sem-fins-lucrativos-brasileiras-tic-osfil-2014/>

Winkler, I., & Pozzebon, M. (2011). A Rede Nossa São Paulo e os desafios da mobilização social por cidades mais justas e sustentáveis. *GVcasos*, 1(1), 1-21. <https://doi.org/10.12660/gvcasosv1n1c2>

Xiong, Y., Cho, M., & Boatwright, B. (2019). Hashtag activism and message frames among social movement organizations: Semantic network analysis and thematic analysis of Twitter during the #MeToo movement. *Public Relations Review*, 45(1), 10-23. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.10.014>



ARTIGOS

Uso de tecnologia na coprodução de dados por cidadãos e associações civis

Fernanda Lima-Silva¹, Mário Martins², Livia Castro Degrossi³ e Maria Alexandra Cunha⁴

O presente artigo aborda o papel da sociedade civil e de instituições acadêmicas na coprodução de dados sobre desastres socioambientais. Especificamente, busca discutir as práticas mediadas por tecnologia para promover o engajamento de cidadãos na geração, no uso e na circulação de dados relacionados a inundações em áreas urbanas de alta vulnerabilidade socioambiental. Ele parte da experiência do projeto “Dados à Prova D’Água: engajando as partes interessadas na governança sustentável dos riscos de inundação para a resiliência urbana”, uma parceria de pesquisa internacional e multidisciplinar entre instituições acadêmicas, da sociedade civil e governamentais do Brasil, Alemanha e Reino Unido, que teve como áreas de intervenção bairros vulneráveis a inundações nos municípios de Rio Branco e São Paulo. Os objetivos do projeto foram analisar a governança dos dados relacionados ao risco de inundações, enfatizando seus aspectos culturais e sociais, e promover a participação dos cidadãos nesse processo de governança para, assim, aumentar a resiliência das comunidades aos desastres socioambientais.

¹ Doutora e mestre em Administração Pública e Governo pela Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV EAESP). Atuou como pesquisadora de pós-doutorado no projeto Dados à Prova D’Água. Pesquisadora nas áreas de política social e urbana, com foco nas ações voltadas para populações em situação de vulnerabilidade social, política e ambiental.

² Doutor e mestre em Psicologia Social pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Atuou como pesquisador de pós-doutorado no projeto Dados à Prova D’Água. Pesquisador na área de percepção e comunicação de riscos socioambientais e vulnerabilidades urbanas relacionadas a desastres e à mudança climática.

³ Doutora e mestre em Ciência da Computação pelo Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação da Universidade de São Paulo (ICMC-USP). Atuou como pesquisadora de pós-doutorado no projeto Dados à Prova D’Água. Pesquisadora nas áreas de sistemas colaborativos e ciência cidadã voltadas ao domínio de desastres socioambientais.

⁴ Professora e coordenadora da área de Tecnologias e Governos do Centro de Estudos de Administração Pública e Governo da FGV EAESP. Pesquisadora sênior do projeto Dados à Prova D’Água. Pesquisa governo eletrônico, administração pública e gestão de tecnologia da informação (TI).

A relevância desse tipo de estudo reside no crescente interesse e no investimento em pesquisas sobre *Big Data* e *citizen generated data* propiciado pela recente disseminação de novas tecnologias digitais e pela popularização dos *smartphones*, o que foi caracterizado como “revolução dos dados” (Organização das Nações Unidas [ONU], 2013). Esta nova forma de se produzir e analisar dados em larga escala contribui para a geração de novos conhecimentos, suprindo lacunas de dados e aprimorando processos de tomada de decisão. Além disso, a produção de dados pela população e pelas organizações da sociedade civil pode aumentar a alfabetização científica dos cidadãos (Bonney *et al.*, 2009), avançar o conhecimento científico e preencher lacunas de dados, particularmente em áreas onde eles simplesmente não existem ou não são liberados para uso público (Requier *et al.*, 2020; Sy *et al.*, 2020), e alavancar a democratização e a participação social (Bott & Young, 2012; Porto de Albuquerque & Almeida, 2020).

O envolvimento voluntário na produção de dados pode impactar na democratização e na qualidade desses dados, uma vez que aumenta a participação da sociedade civil e de cidadãos, bem como na melhoria das ações e políticas públicas. Esse fenômeno vem ganhando relevância e escala nas áreas de justiça ambiental (Mah, 2017) e de gestão de risco de desastres socioambientais (Albagli & Iwama, 2022; Cieslik *et al.*, 2019; Vadjunec *et al.*, 2022; Wolff *et al.*, 2021). Argumenta-se que ele pode ajudar as comunidades em situação de vulnerabilidade a ampliar o conhecimento sobre a área em que moram numa perspectiva crítica e a agir para melhorar sua resiliência durante e após os desastres (Porto de Albuquerque & Almeida, 2020).

Entretanto, a produção de dados de forma participativa e voluntária enfrenta desafios empíricos e metodológicos, principalmente quando envolvem populações em situação de vulnerabilidade socioeconômica em países do Sul Global (Requier *et al.*, 2020; Wolff *et al.*, 2021). De um lado, existem claras desigualdades relacionadas ao acesso à tecnologia e à Internet. Embora 39% dos domicílios brasileiros possuam computador e 82% tenham acesso à Internet, esses valores atingem, respectivamente, apenas 10% e 61% dos domicílios das classes DE (Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR [NIC.br], 2022). Organizações da sociedade civil, que podem representar ou auxiliar populações em situação de vulnerabilidade em seus esforços de produção de dados, também enfrentam dificuldades e barreiras variadas no acesso e no uso de novas tecnologias (Bobsin & Pozzebon, 2017). Entre as organizações sem fins lucrativos, em 2022, 70% usam computadores de mesa, 74% *notebooks*, 23% *tablets* e 89% celulares (NIC.br, 2023).

Do mesmo modo, existem dificuldades no que tange à capacidade e à *expertise* dessas populações. As pessoas geralmente envolvidas com *Big Data* e iniciativas de ciência cidadã tendem a ter mais escolaridade e renda, além de mais familiaridade e acesso à tecnologia (Mah, 2017). Portanto, o engajamento de populações em situação de maior vulnerabilidade socioeconômica e risco de desastres socioambientais, que possuem conhecimento sobre realidades locais que frequentemente não está refletido nas bases oficiais de dados, requer o entendimento e a superação de situações de exclusão e de divisão digital (Arora, 2016).

Neste artigo, buscou-se refletir sobre os desafios, atuais e potenciais, que organizações da sociedade civil e acadêmicas enfrentam ou podem enfrentar na promoção de iniciativas para produzir, fazer circular e integrar dados. Houve particular interesse

pelos dados que incorporam e se baseiam em memórias de inundação preexistentes e no conhecimento local de risco de inundação (Garde-Hansen *et al.*, 2017). Além disso, também foi dado destaque às formas de mediação com dados efetuadas por meio de tecnologias, tendo em vista seu potencial transformador e sua integração ao modelo de sociedade contemporânea (Allenby & Sarewitz, 2011). Logo, foram selecionadas para essa discussão duas práticas de engajamento: o mapeamento dialógico participativo em assentamentos informais e a elaboração e o uso de um aplicativo para promover a produção e a circulação de dados sobre inundações.

Mapeamento dialógico participativo

O mapeamento participativo é uma atividade colaborativa para a geração de dados geográficos sobre ruas, rodovias e edificações. Ele foi desenvolvido e é crescentemente aprimorado com o uso de ferramentas tecnológicas, como a plataforma de mapeamento colaborativo OpenStreetMap (OSM), cujo objetivo é criar um banco de dados geográficos de todo o mundo e disponibilizá-lo na forma de mapa digital gratuito e editável. Plataformas de mapeamento colaborativo, como o OSM, permitem a geração de uma grande quantidade de dados geográficos em um curto período sobre qualquer território, sejam áreas afetadas por um desastre socioambiental (Zook *et al.*, 2010) ou assentamentos informais (Porto de Albuquerque *et al.*, 2019). Além disso, o OSM permite que os mapas sejam produzidos e modificados por qualquer pessoa, seja ela uma profissional de governo local, de uma organização sem fins lucrativos ou um cidadão.

A experiência na realização de mapeamentos colaborativos com OSM, feitos em parceria com associações locais de forma presencial e remota (Xavier *et al.*, 2020), e a avaliação crítica de sua condução possibilitaram a identificação de desafios potenciais da aplicação dessas atividades. A aplicação desses mapeamentos enfrentou dificuldades de conhecimento, de infraestrutura e de mobilização. As populações com quem trabalhamos tinham níveis desiguais de conhecimento acerca de mapas e Internet, o que exigiu a promoção de oficinas de mapeamento e de OSM. Além disso, nos bairros onde atuamos, a Internet era por vezes instável e os computadores, insuficientes para permitir a participação de todos os inscritos, o que foi parcialmente resolvido por parcerias com organizações da sociedade civil locais e faculdades. Por fim, a mobilização dos moradores para as atividades de mapeamento ficou aquém do esperado, o que foi associado com o tema mobilizador: a pesquisa estruturou-se a partir da percepção sobre inundações, fenômeno que ou não era visto como um risco socioambiental ou nos vinculava à ação governamental, associada, em muitos casos, ao risco de remoção pelos moradores.

Sobre os potenciais benefícios, a promoção de atividades de mapeamento participativo permitiu (i) expandir o conhecimento dos cidadãos e das organizações sobre mapas, de forma geral, e sobre os dados geográficos da região onde atuam e moram; (ii) criar novos dados geográficos, particularmente nas áreas de ocupação informal, que tendem a ser pouco representadas em mapas oficiais – a Figura 1, por exemplo, mostra o mapa de Rio Branco, no Acre, antes e depois das atividades de mapeamento; (iii) ancorar ações e reflexões sobre práticas sociais, possibilidades de parceria com órgãos governamentais e não governamentais e de melhorias da área.

FIGURA 1

EXEMPLO DO MAPA BASE DO OSM EM RIO BRANCO ANTES (MARÇO 2020) E DEPOIS (JUNHO 2022) DO MAPEAMENTO



FONTE: ACERVO DO PROJETO DADOS À PROVA D'ÁGUA (2022).

A partir desse histórico, foi proposto o mapeamento dialógico participativo, um método que parte do diálogo e da identificação de temas de relevância local para a coprodução de dados geográficos e a promoção de uma reflexão crítica sobre a realidade local. Esse método foi desenvolvido em 2022 em uma parceria entre uma organização da sociedade civil, associações de moradores e populações residentes em áreas vulneráveis a inundações de três cidades brasileiras e pesquisadores.

O contato inicial entre os atores envolvidos deu-se por meio da representação de espaços de vivência dos cidadãos, de modo a aproximá-los do uso de mapas e, eventualmente, promover seu letramento cartográfico a partir da realidade local. Essa proposta inicial recebeu o nome de “mapeamento afetivo”, pois mobilizou emocionalmente os moradores com vistas a garantir que o aprendizado não se dava única e exclusivamente no âmbito cognitivo: ao mapear o que lhes é próximo, os moradores entendiam e sentiam que podiam fazer uso dessa ferramenta. Por meio do mapeamento afetivo, foi possível identificar e coletar informações relevantes sobre o território, bem como incentivar os moradores a relatarem os problemas enfrentados, as oportunidades e potencialidades do território e os projetos e sonhos que idealizam para a comunidade.

A forma de execução do mapeamento afetivo depende da experiência e das possibilidades disponíveis a associações, pesquisadores e cidadãos. Ferramentas como rotas de caminhada, rodas de conversa e mapeamentos de melhorias podem ser úteis a depender da caracterização dessa demanda. Durante esse processo, a disponibilização do instrumental técnico e científico para as comunidades deve ser constante a fim de que possam se familiarizar, cada vez mais, com a linguagem da ferramenta e experimentá-la em seus territórios, expressando suas territorialidades.

Seguiu ao mapeamento afetivo, dos problemas e das potencialidades, o mapeamento digital georreferenciado. A formulação desses mapas se deu, inicialmente, a partir de caminhadas pelos bairros, em que houve o levantamento de dados com uso da Kobo ToolBox, uma ferramenta colaborativa útil em ambientes remotos e de difícil acesso ou sem conexão com a Internet, e da FieldPapers, ferramenta para o mapeamento em

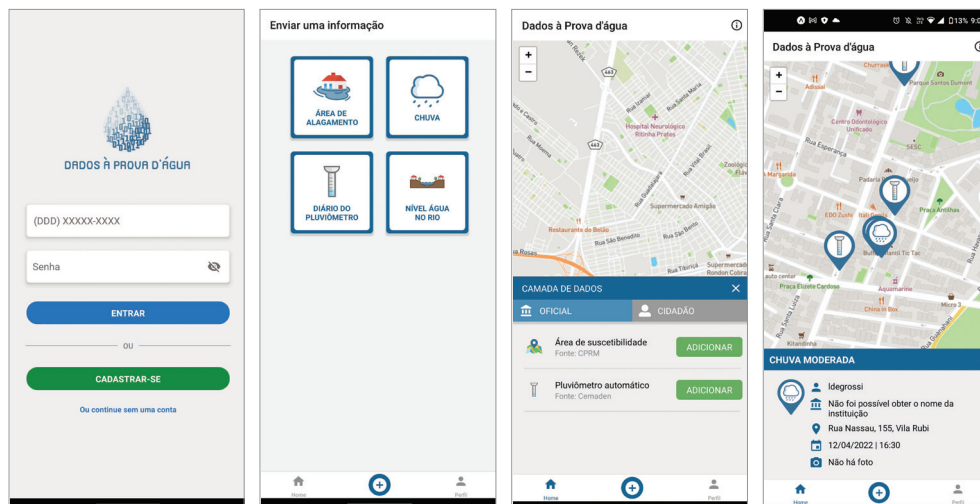
campo, que permite aos usuários delimitar a área de estudo e imprimir o mapa base em formato de papel A3. Após essa etapa, os dados coletados foram ingressados no OSM, o que permitiu a criação, visualização, edição e análise de dados georreferenciados. A participação da população local, novamente, contou com a realização de oficinas de capacitação e com o apoio de parceiros externos para acesso à infraestrutura e à Internet adequadas.

Os resultados dessa pesquisa indicam que os dados geográficos coproduzidos viabilizaram a elaboração de um mapa base atualizado e detalhado, com informações sobre ruas, imóveis e pontos de referência dos bairros analisados, que pode ser usado em diálogo com os resultados do mapa afetivo para descrever o bairro e identificar geograficamente onde se localizam as oportunidades e os problemas locais. Adicionalmente, os mapas foram utilizados para fomentar reflexões sobre a área e para incentivar o diálogo com atores locais, como servidores públicos que atuam na região implementando serviços públicos e interagindo com os cidadãos, chamados de burocratas de nível de rua, e outras autoridades governamentais locais.

Elaboração e uso de um aplicativo sobre inundações

As atividades iniciais do projeto apontaram para a oportunidade de desenvolver um aplicativo móvel para permitir que os cidadãos não apenas gerem dados sobre inundações (por exemplo, medições de chuva e áreas inundadas), mas também tenham acesso a dados oficiais de inundações sobre sua vizinhança (como áreas de risco de inundação e dados oficiais sobre chuva). Para apoiar esse processo, foram organizados grupos focais com alunos de escolas, associações locais e gestores governamentais, nos quais os participantes discutiram a situação atual e exteriorizaram sua visão de mundo e percepções da realidade. A discussão coletiva e a análise crítica dessas situações visaram promover a consciência crítica, ao mesmo tempo que revelavam potenciais caminhos transformadores que poderiam ser suportados pelo novo *software*. Isso levou ao lançamento do aplicativo móvel de código aberto “Dados à Prova D’Água”, que visava apoiar a ciência cidadã baseada em dados sobre impactos de inundações. O aplicativo foi lançado em versão beta em novembro de 2021 (Figura 2).

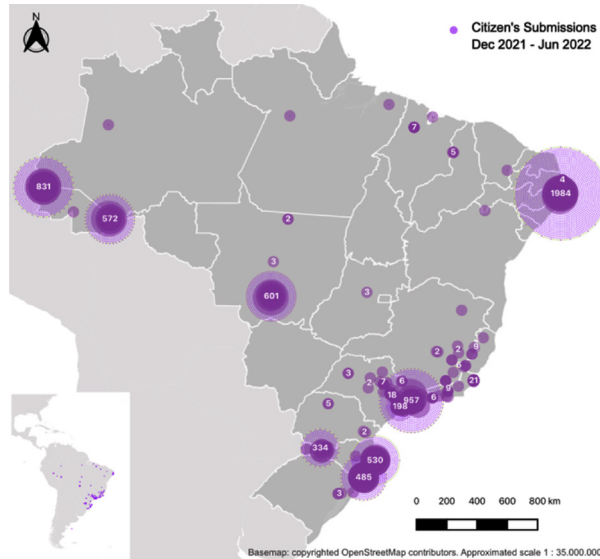
FIGURA 2
APLICATIVO MÓVEL DO PROJETO DADOS À PROVA D'ÁGUA



FONTE: ACERVO DO PROJETO DADOS À PROVA D'ÁGUA (2022).

O uso e a disseminação do aplicativo foram realizados por meio de uma “polinização”: engajamos facilitadores locais nas escolas, associações civis e defesas civis municipais – “os polinizadores” – a fim de que nos ajudassem a espalhar as sementes que cultivamos em nossos “jardins de dados”. Desses, 21 “polinizadores” foram destacados para as atividades do nosso projeto, que nos ajudaram a expandir para nove cidades em cinco estados brasileiros diferentes. Como estávamos no meio da pandemia COVID-19 com restrições de viagem e preocupações com segurança, nossos “polinizadores” participaram de um programa de capacitação *online* por quatro meses, abrangendo conceitos básicos de ciência cidadã e inundações. Eles realizaram o engajamento de alunos da escola. A Figura 3 mostra os envios de dados usando nosso aplicativo móvel, que inclui mais de 6.600 linhas de dados gerados por 318 repórteres cidadãos localizados em 24 escolas parceiras e 13 agências de proteção civil. Esse processo de coprodução de dados possibilitou a identificação de desafios relacionados ao uso, como dificuldades para baixar e utilizar o aplicativo, e à mobilização social para produção dos dados. Por outro lado, evidenciou inúmeros potenciais: (i) produção de informações e conhecimento atualizado e pormenorizado sobre as chuvas e inundações ocorridas nos bairros; (ii) ampliação da informação disponível para moradores e associações civis atuarem na prevenção e minimização de riscos de inundações; (iii) fomento à articulação com atores de outras organizações sem fins lucrativos e de órgãos governamentais, por meio da utilização de tecnologia para produção de dados.

FIGURA 3
**DISTRIBUIÇÃO DOS DADOS COPRODUZIDOS POR CIDADÃOS NO APLICATIVO DADOS À
 PROVA D'ÁGUA ENTRE 1 DEZEMBRO 2021 E 30 JUNHO 2022**



FONTE: PORTO DE ALBUQUERQUE ET AL. (2022).

Conclusão

Os resultados encontrados com base nos estudos de caso mostram que há um potencial de integração de organizações da sociedade civil, acadêmicos e moradores de áreas de risco no uso da tecnologia para produção e análise de dados sobre desastres socioambientais, como inundações, em virtude da automatização que essas tecnologias permitem. Da mesma maneira, possibilitam a disseminação do conhecimento científico por meio da prática com dados e conexão com as realidades dos cidadãos. Nossos parceiros institucionais também apontaram que o uso de tais tecnologias propiciou melhorias em processos internos de gestão, por exemplo, os mapeamentos colaborativos contribuíram para produzir dados geográficos novos e aprimorar o serviço de monitoramento de desastres socioambientais no estado do Acre. Por fim, vale salientar que houve considerável diminuição de lacunas de dados (*data gaps*), o que pode acarretar melhores subsídios para a tomada de decisões pelas partes interessadas e envolvidas nos processos de governança, por exemplo, durante a emissão de alertas de desastres socioambientais em centros de monitoramento que carecem desses dados em nível local.

Referências

- Albagli, S., & Iwama, A.Y. (2022). Citizen science and the right to research: Building local knowledge of climate change impacts. *Humanities and Social Sciences Anticomunismo*, 9(39). <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01040-8>
- Allenby, B., & Sarewitz, D. (2011). *The techno-human condition*. The MIT Press.
- Arora, P. (2016). Bottom of the data pyramid: Big Data and the Global South. *International Journal of Communication*, 10(2016), 1681-1699. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/4297>
- Bobsin, D., & Pozzebon, M. (2017). O impacto das novas tecnologias no Terceiro Setor: barreiras e oportunidades. In Comitê Gestor da Internet no Brasil. *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas organizações sem fins lucrativos brasileiras: TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2016* (pp. 29-34). <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nas-organizacaoes-sem-fins-lucrativos-brasileiras-tic-osfil-2016/>
- Bonney, R., Cooper, C. B., Dickinson, J., Kelling, S., Phillips, T., Rosenberg, K. V., & Shirk, J. (2009). Citizen science: A developing tool for expanding science knowledge and scientific literacy. *BioScience*, 59(11), 977-984. <https://doi.org/10.1525/bio.2009.59.11.9>
- Bott, M., & Young, G. (2012). The role of crowdsourcing for better governance in international development. *Praxis: The Fletcher Journal of Human Security*, 27(1), 47-70.
- Cieslik, K., Shakya, P., Uprety, M., Dewulf, A., Russell, C., Clark, J., Dhital, M. R., & Dhakal, A. (2019). Building resilience to chronic landslide hazard through citizen science. *Frontiers in Earth Science*, 7(278), 1-19. <https://doi.org/10.3389/feart.2019.00278>
- Garde-Hansen, J., McEwen, L., Holmes, A., & Jones, O. (2017). Sustainable flood memory: Remembering as resilience. *Memory Studies*, 10(4), 384-405.
- Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. (2022). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC Domicílios 2021* [Tabelas]. <https://cetic.br/pt/pesquisa/domicilios/indicadores/>
- Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. (2023). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas organizações sem fins lucrativos brasileiras: TIC Organizações Sem Fins Lucrativos* [Tabelas]. <https://cetic.br/pt/pesquisa/osfil/indicadores/>
- Mah, A. (2017). Environmental justice in the age of big data: Challenging toxic blind spots of voice, speed, and expertise. *Environmental Sociology*, 3(2), 122-133. <https://doi.org/10.1080/23251042.2016.1220849>
- Organização das Nações Unidas. (2013). *A new global partnership: eradicate poverty and transform economies through sustainable development*. The Secretary-General's high-level panel of eminent persons on the post-2015 development agenda of the United Nations. United Nations. <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/8932013-05%20-%20HLP%20Report%20-%20A%20New%20Global%20Partnership.pdf>
- Porto de Albuquerque, J., Anderson, L., Calvillo, N., Cattino, M., Clarke, A., Cunha, M. A., Degrossi, L., Garde-Hansen, J., Klonner, C., Lima-Silva, F., Marchezini, V., Martins, M., Pajarito Grajales, D., Pitidis, V., Rizwan, M., Tkacz, N., & Trajber, R. (2022). Dialogic data innovations for sustainability transformations and flood resilience: The case for Waterproofing Data. *SSRN Electronic Journal*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4240075>

- Porto de Albuquerque, J., & Almeida, A. A. (2020). Modes of engagement: Reframing 'sensing' and data generation in citizen science for empowering relationships. In T. Davies & A. Mah (Eds.), *Toxic truths: Environmental justice and citizen science in a post truth age*. Manchester University Press. <https://doi.org/10.7765/9781526137005.00028>
-
- Porto de Albuquerque, J., Yeboah, G., Pitidis, V., & Ulbrich, P. (2019). Towards a participatory methodology for community data generation to analyse urban health inequalities: A multi-country case study. *Proceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Sciences*.
-
- Requier, F., Andersson, G. K. S., Oddi, F., & Garibaldi, L. A. (2020). Citizen science in developing countries: How to improve volunteer participation. *Frontiers in Ecology and the Environment*, 18(2), 101-108. <https://doi.org/10.1002/fee.2150>
-
- Sy, B., Frischknecht, C., Dao, H., Consuegra, D., & Giuliani, G. (2020). Reconstituting past flood events: The contribution of citizen science. *Hydrology and Earth System Sciences*, 24(1), 61-74. <https://doi.org/10.5194/hess-24-61-2020>
-
- Vadjunec, J. M., Colston, N. M., Fagin, T. D., Boardman, A. L., & Birchler, B. (2022). Fostering resilience and adaptation to drought in the southern high plains: Using participatory methods for more robust citizen science. *Sustainability*, 14(3), 1813. <https://doi.org/10.3390/su14031813>
-
- Wolff, E., French, M., Ilhamsyah, N., Sawailau, M., & Ramirez, D. (2021). Collaborating with communities: Citizen science flood monitoring in urban informal settlements. *Urban Planning*, 6(4), 351-364.
-
- Xavier, G. B., Reis, G. I., Castro, I., Lúcio, F. S., Silva, F. L., & Degrossi, L. C. (2020). Potencialidades e desafios dos mapeamentos colaborativos virtuais no contexto da pandemia. *UÁQUIRI - Revista Do Programa De Pós-Graduação Em Geografia Da Universidade Federal Do Acre*, 2(2), 12. <https://doi.org/10.47418/uaquiri.vol2.n2.2020.3744>
-
- Zook, M., Graham, M., Shelton, T., & Gorman, S. (2010). Volunteered geographic information and crowdsourcing disaster relief: A case study of the Haitian earthquake. *World Medical & Health Policy*, 2(2), 7-33. <https://doi.org/10.2202/1948-4682.1069>
-

A periferia na rede: as TIC e a mobilização coletiva durante a pandemia¹

Patricia Maria E. Mendonça², Jessica Gonçalves³ e Cássio Aoqui⁴

Quando a pandemia COVID-19 chegou ao Brasil, em março de 2020, o cenário de políticas de saúde e assistência social encontrava-se fragilizado em decorrência de sucessivos cortes de gastos. A economia informal crescia em ritmo mais acelerado que os empregos com carteira assinada, sobretudo pela expansão da “economia dos aplicativos” (Canzian, 2021). As populações mais vulneráveis, os desempregados e os trabalhadores informais foram os mais impactados pelas crises econômica e sanitária decorrentes da pandemia. Aliado a isso, atrasos e descoordenações sucessivas nas respostas governamentais aumentaram a incerteza para essas populações mais afetadas.

Nas periferias urbanas, ficar em casa ou lavar as mãos não eram escolhas possíveis para todos, uma vez que muitos estavam sujeitos a condições insalubres, como falta de acesso a saneamento básico ou necessidade de locomoção em transportes públicos superlotados (Gobbi & Diamante, 2021). Porém, esses territórios não pararam de inovar, e houve uma intensa produção de conhecimento (Mendonça *et al.*, 2021), em diferentes linguagens, que resultou em novas possibilidades, com destaque para os *podcasts*, que foram impulsionados na pandemia e serviram para difundir informações e amplificar ações comunitárias. Os chamados “coletivos periféricos” ganharam proeminência nessas ações.

¹ Os autores agradecem a Leticia Cardoso e Vanessa Prata pela colaboração nesta pesquisa.

² Professora e pesquisadora da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH-USP), com agenda focada nas parcerias e colaborações intersetoriais.

³ Graduada em Comunicação e Mídias pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e especialista em Gestão de Projetos Sociais em Organizações do Terceiro Setor pela mesma universidade. Coordenadora de projetos na ponteAponte, consultoria para investimento social e filantropia.

⁴ Doutorando do Programa Mudança Social e Participação Política, na EACH-USP, no qual pesquisa temas relacionados à sociedade civil brasileira. Mestre e bacharel em administração pela Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária (FEA-USP) e professor de inovação social e estratégia na Fundação Instituto de Administração (FIA). É sócio-diretor da ponteAponte e cofundador da *startup* de viagens QMTL?.

Nesse contexto, o objetivo deste artigo é analisar iniciativas com uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC) que emergiram nas periferias brasileiras durante a pandemia, de modo a tentar compreender o ainda pouco estudado fenômeno dos coletivos periféricos de comunicação no atual cenário de mudança social no país.

Gobbi e Diamante (2021) realizaram um mapeamento dos coletivos na cidade de São Paulo e os definiram da seguinte forma:

Apresentam-se como organizações solidárias em que prevalece a convivência de pensamentos de diferentes matizes, admitindo a discordância e a perseverança pela comunidade, evidenciando práticas menos hierarquizadas e ampliando possibilidades de discussões e formação política. O que pudemos observar é que alguns surgem de modo pontual, com objetivos de resolução a questões imediatas, em outros prevalecem perspectivas amplas concernentes à mudança social (...). Alguns deles, de caráter feminista, trazem explicitamente questões voltadas à formação de mulheres, periféricas em sua grande maioria, das quais derivam preocupações com processos educativos antimachistas e antirracistas. (Gobbi & Diamante, 2021, p. 25)

As experiências dos coletivos periféricos no combate aos efeitos da COVID-19 envolveram diferentes formas de enfrentamento e estratégias, a depender dos recursos, capacidades, articulações internas e externas existentes nos territórios. Fleury e Menezes (2021), em estudo que focaliza as ações na Região Metropolitana do Rio de Janeiro, apontam que havia ações já estruturadas, articuladas e implementadas pelos coletivos, porém muitas vezes pontuais e não unificadas nos territórios, que rapidamente criaram “gabinetes de crise” acompanhados de diversas ações integradas.

Os aprendizados propiciados pelo uso das TIC tiveram um papel importante na atuação dos coletivos periféricos no combate aos efeitos da pandemia, difundindo informação, instrumentalizando ações e estratégias de articulação interna e externa e angariando recursos (Aoqui *et al.*, 2022). Conclusões similares podem ser encontradas em outros levantamentos sobre ações de combate aos efeitos da pandemia em favelas, como os realizados pelo Dicionário de Favelas Marielle Franco (2021) e pela Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) (2022).

O uso das TIC é especialmente desafiador nesse contexto. A pesquisa *Educação, Cultura, Periferia e Racismo* mostra que o acesso à Internet entre crianças e jovens é feito comumente por meio de celulares. Há um baixo acesso via computadores ou *tablets* (Central Única das Favelas [Cufa] & Instituto Locomotiva, 2020). As edições da pesquisa TIC Domicílios têm mapeado as desigualdades no acesso à Internet. Sua edição de 2021, em comparação com a de 2020, aponta retração no acesso de indivíduos à Internet nas classes DE (de 67% para 66%), de mulheres (de 85% para 80%) e entre os com Ensino Fundamental (de 73% para 71%), por exemplo (Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR [NIC.br], 2022).

Com base nesse cenário, este trabalho apresenta uma sistematização de dados secundários referentes a oito organizações focadas em públicos periféricos ou não hegemônicos que direta ou indiretamente atuam com comunicação sobre o uso das TIC em suas ações implementadas desde março de 2020. São elas:

1. Agência Mural de Jornalismo das Periferias (São Paulo, SP)
2. Alma Preta (São Paulo, SP)
3. Fundo Positivo: Comunicação Positiva Covid-19 (São Paulo, SP)
4. LabJaca (Rio de Janeiro, RJ)
5. Nós, Mulheres da Periferia (São Paulo, SP)
6. Instituto Sociedade, População e Natureza – ISPN: Canto da Coruja (Brasília, DF, e Santa Inês, MA)
7. Rede Wayuri de Comunicação Indígena (Barcelos, Santa Isabel do Rio Negro e São Gabriel da Cachoeira, AM)
8. Redes da Maré: ações de comunicação com autonomia (Rio de Janeiro, RJ)

A partir da análise de dados secundários, as cinco primeiras organizações da lista foram selecionadas para a coleta de dados primários por meio de entrevistas semiestruturadas com membros e gestores dos coletivos, conduzidas no período de janeiro a agosto de 2022. A partir da coleta e análise desses dados, buscou-se compreender em profundidade:

- como as TIC auxiliaram o trabalho de mobilização realizado durante a pandemia;
- se houve formas novas de utilização das TIC e, em caso positivo, quais foram elas;
- se o acesso à Internet limitou o uso das TIC e, em caso positivo, se houve alguma solução ou paliativo para lidar com essa limitação.

Uso das TIC nas mobilizações durante a pandemia

De acordo com os casos analisados, constata-se que as TIC foram fundamentais na mobilização das populações de seus territórios de atuação durante a pandemia, sobretudo nas periferias dos grandes centros urbanos, via acessos por celular. Com o compromisso de produzir conteúdos relevantes relacionados à COVID-19 para sua audiência, as iniciativas baseiam-se nas TIC para a disseminação de seus conteúdos, bem como para a articulação com os territórios.

A Agência Mural de Jornalismo das Periferias tem como missão “minimizar as lacunas de informação e contribuir para a desconstrução de estereótipos sobre as periferias da Grande São Paulo” (Agência Mural de Jornalismo das Periferias, s.d., para. 1). Para tanto, o aplicativo de mensagens WhatsApp tornou-se central durante a pandemia no relacionamento entre a agência e seu público. Por conta do distanciamento social, a organização mudou a forma como trabalhava: sua equipe de correspondentes passou a produzir reportagens exclusivamente por telefone ou *online* – com exceção do fotógrafo – e, com isso, os repórteres estabeleceram uma rede de informações mais dinâmica com o público, por meio do WhatsApp. Conforme aponta o entrevistado da Agência:

Intensificamos o contato com quem acompanhava a gente. A rede no WhatsApp faz nascer o *podcast* “Em Quarentena” e foi muito importante para ouvir as demandas e necessidades que as pessoas tinham naquele momento e para entender o que estava chegando para elas, porque foi um momento em que chegavam muita desinformação e muitas mentiras.

O WhatsApp e o *podcast* propiciaram uma interação entre as pessoas ao longo do tempo. Conforme apontado por Paulo Talarico, editor-chefe e cofundador da Agência:

No disparo do *podcast* diário, conversávamos com os leitores da Agência Mural pelo aplicativo de mensagens. Não era apenas um veículo institucional, era uma conversa com retorno, com trocas de ideias e escuta, e dessa conversa surgiam as pautas para as próximas reportagens.

As listas de distribuição do WhatsApp também foram essenciais para a associação Redes da Maré, com atuação desde os anos 1980, na zona norte do Rio de Janeiro, cuja missão é “tecer as redes necessárias para efetivar os direitos da população do conjunto de 16 favelas da Maré, onde residem mais de 140 mil pessoas” (Redes da Maré, s.d., seção de Apresentação). Durante a pandemia, a organização lançou o “Ronda Coronavírus Maré de Notícias”, que consistiu em um acompanhamento diário das principais notícias sobre o coronavírus na comunidade, divulgadas também em listas de transmissão para líderes comunitários, formadores de opinião, jornalistas e moradores da Maré. Segundo a gestora financeira do LabJaca:

O WhatsApp foi uma ferramenta para angariar voluntários e espalhar ações. Da mesma forma que as *fake news* o utilizam para o compartilhamento de mensagens, a gente se baseou nele para chegar a mais pessoas no Jacarezinho [...], além de ter sido uma ferramenta muito boa de comunicação interna e comunicação com os voluntários [durante o distanciamento].

Diferentemente dos demais casos estudados, o LabJaca, laboratório de dados e narrativas na favela do Jacarezinho, surgiu em decorrência da pandemia COVID-19, a partir da campanha “Jaca contra o Corona”. O grupo é formado por jovens negros que têm o audiovisual como carro-chefe para a divulgação dos dados científicos e a potencialização das narrativas faveladas e periféricas, tornando as pesquisas mais acessíveis à população das comunidades. Diversas produções audiovisuais foram publicadas no YouTube, para serem compartilhadas via WhatsApp.

Já a associação Fundo Positivo iniciou a produção de conteúdos e a promoção de debates reflexivos sobre a realidade das pessoas que convivem com o vírus da imunodeficiência humana (HIV) e populações LGBTQIA+ na pandemia. Tem como objetivo disseminar informações de cuidado e prevenção para esse público e incidir sobre temas sensíveis, como dificuldades de falar sobre prevenção ao HIV durante a pandemia, saúde mental, racismo e recorte racial na COVID-19 e vulnerabilidades sociais de pessoas LGBTQIA+ na pandemia. Além disso, incluiu, na pauta das *lives*, estratégias para colaborar com movimentos contra as *fake news* e o negacionismo científico.

Assim como no caso da Agência Mural e do LabJaca, de acordo com a assistente de projetos do Fundo Positivo no Amapá, o WhatsApp sedimentou uma nova forma de comunicação com sua rede:

Acredito que somos um dos poucos financiadores no Brasil que têm uma comunicação direta com as organizações apoiadas. A cada novo edital, criamos um grupo no WhatsApp com os coordenadores as pessoas que trabalham no projeto. A gente mantém a comunicação muito próxima por meio do WhatsApp.

Outro destaque relacionado ao uso das TIC, aponta a entrevistada, foram as *lives*, realizadas pelo Instagram e pelo YouTube, e os *podcasts*. Essas iniciativas produzidas pelo Saúde Positiva alcançaram 295.957 pessoas entre 2020 e 2021.

Os *podcasts* se apresentaram como um canal importante de disseminação de informações para além do ambiente urbano. Exemplo disso foi o Instituto Sociedade, População e Natureza (ISPN), que atua com foco em populações tradicionais e pequenos agricultores familiares desde os anos 1990 (ISPN, 2022). Atualmente em sua quarta temporada, o programa de áudio do ISPN “Canto da Coruja Comunidade”, em formato de *podcast*, tem o intuito de facilitar o acesso à informação sobre pautas do campo socioambiental. Conta com entrevistas com representantes dos povos tradicionais, de organizações da sociedade civil, dos governos e de colaboradores do ISPN. Na pandemia, o *podcast* produziu conteúdos especiais para falar sobre prevenção e vacinação.

Para além do WhatsApp e dos *podcasts*, estratégias de comunicação via mídias sociais também foram mencionadas pelas organizações entrevistadas. “Tivemos o [uso do] Facebook, que é uma das poucas redes sociais que não consomem dados⁵ e tem bastante fóruns e grupos”, relata a entrevistada do Labjaca. Isso também foi notado pela jornalista do Nós, Mulheres da Periferia, *website* jornalístico dedicado a repercutir a opinião e a história de mulheres negras e periféricas:

A gente está muito focado nas redes sociais em si e em explorar as plataformas. Abrimos o Twitter porque vimos bastante potencial para o jornalismo, lançamos o *podcast* “Conversas de Portão” em 2020 no Spotify e em outras plataformas de *streaming* e abrimos o Telegram em 2022 para falar de política, já que este ano é de eleição.

Limitações de acessos às TIC e alternativas encontradas

A despeito da adoção ou da ampliação do uso das TIC durante a pandemia por todas as organizações analisadas, não faltaram desafios tecnológicos, haja vista que todos os casos estudados apresentam como foco a comunicação com populações periféricas e/ou não hegemônicas. Entre os principais problemas, destacam-se a limitação do acesso à Internet de qualidade e a falta de dispositivos, como computador, *tablets* e celulares. Alcançar a audiência fora dos grandes centros urbanos também constituiu uma barreira aos veículos de mídia independentes e periféricos.

Na Alma Preta, agência de jornalismo especializada na temática racial, durante a pandemia, foi possível expandir a produção de conteúdo e chegar a mais espaços. A gerente de projetos da Agência reforçou essa ideia:

⁵ No Brasil, existem planos de telefonia móvel com *zero-rating* ou aplicativos patrocinados que não consomem a franquia de dados do plano.

Com elas [as TIC], conseguimos alcançar cada vez mais pessoas. Porém, obviamente, existem grupos que, por questões de tecnologia e recursos financeiros, não têm um aparelho para acessar nossos conteúdos, nem mesmo dispositivos móveis. Mas eu acredito que se não fossem as TIC, o Alma Preta não existiria e não chegaria onde está.

Já o LabJaca realizava suas ações de acompanhamento e apoio à comunidade numa quadra esportiva do Jacarezinho. No local, havia muitas dificuldades relacionadas à qualidade da conexão à Internet e era necessário utilizar o pacote de dados de pessoas voluntárias que apoiam o projeto. A entrevistada apontou que:

O acesso à Internet aqui no Jacarezinho não é de qualidade. Na quadra, não tem roteador, o pacote de dados é bem ruim e isso dificultou algumas ações nossas. Deixávamos tudo no Google Drive *online* [formulários que eram aplicados aos moradores], com várias versões ou no computador pessoal de alguém, mas, na maioria das vezes, não conseguimos utilizar a Internet.

Em casos como esses, em que houve limitação de acesso às TIC, outras estratégias foram utilizadas, entre as quais: (1) o uso de tecnologias sociais presentes no ambiente *offline*, como carros de som e parcerias com rádios comunitárias para circular informações sobre o contexto pandêmico nos territórios; (2) a adoção de panfletos, *flyers* e comunicação boca a boca; (3) a distribuição de equipamentos para as comunidades; e (4) o estabelecimento de parcerias com grandes veículos de comunicação.

A Agência Alma Preta, por exemplo, firmou parceria com uma rádio comunitária da Brasilândia, bairro da zona Norte de São Paulo, para distribuir o *podcast* de produção própria, “Pandemia sem Neurose”. A Rede Wayuri de Comunicação Indígena foi formada em novembro de 2017, no município mais indígena do Brasil, São Gabriel da Cachoeira (AM), por um grupo de 17 jovens de oito etnias. Na fase mais aguda da pandemia na região, foram produzidos conteúdos de prevenção em línguas indígenas co-oficiais e em português, que foram distribuídos pelo WhatsApp, em carros de som nas comunidades e em parceria com a rádio local por meio do programa “Papo de Maloca”, a fim de levar informações sobre a COVID-19 para os povos indígenas da região.

De forma complementar aos informativos em áudio, foram elaboradas cartilhas nas línguas indígenas e houve o envio diário de informações pela radiofonia da Federação das Organizações Indígenas do Rio Negro (Foirn), pelo canal 790 do Alto Rio Negro. Assim, os comunicadores foram fundamentais para ajudar as autoridades sanitárias a educar e informar a população. O trabalho rendeu ao coletivo o título “Heróis da Informação”, concedido pela ONG francesa Repórteres Sem Fronteiras, que premiou 30 pessoas e meios de comunicação que contribuíram para salvar vidas durante a pandemia do novo coronavírus.

Assim como a Rede Wayuri, outros grupos também optaram por panfletos e *flyers* nessas situações de limitação. O coordenador de comunicação do LabJaca destacou: “As principais tecnologias sociais que utilizamos para além das redes sociais foram ações mais próximas, como distribuição de *flyers*, além da boa e velha comunicação boca a boca”.

As organizações estudadas também estabeleceram diversas parcerias com a grande mídia brasileira para divulgar seus conteúdos. No caso da Agência Mural, que já tinha um *blog* com notícias das periferias em um dos principais jornais do país, a Folha de S.Paulo, foi firmada uma nova parceria com a rádio CBN, das Organizações Globo, para combater as *fake news* que circulam facilmente pelos grupos do WhatsApp. O Nós, Mulheres da Periferia se articulou com o portal UOL para divulgar os conteúdos do *podcast* “Conversas de Portão”, além de integrar a bancada do Roda Viva, um dos mais tradicionais programas de entrevista da televisão brasileira, exibido na TV Cultura. O Alma Preta firmou parceria com o YouTube, que tem viabilizado a construção do seu estúdio físico para produções audiovisuais.

As organizações entrevistadas relataram dois outros desafios: a concorrência com as *fake news* e a insegurança digital. Respondente da Alma Preta salientou: “Com as listas de transmissão, conseguimos distribuir conteúdos para a nossa rede de forma mais fácil. Contudo, ao mesmo tempo em que essas mídias de comunicação instantânea ajudam, elas atrapalham por conta da distribuição de *fake news*. Então a gente também disputa esses espaços”.

Com o aumento da visibilidade dessas iniciativas, houve maior exposição e vulnerabilidade à segurança digital. A página de Instagram do Nós, Mulheres da Periferia sofreu um ataque digital em 31 de maio de 2021, em que foram apagados sete anos de conteúdos sobre histórias e vozes das mulheres periféricas. Para o coletivo, esse ataque foi consequência de racismo e intolerância política. Tal ataque despertou a necessidade do Nós e de outros veículos de mídia independente que são alvo fácil de ataques virtuais para fortalecer a segurança digital das suas páginas e plataformas.

Além dos ataques sofridos virtualmente, a entrevistada do Nós, Mulheres da Periferia sinalizou também a questão dos *links* que trazem *fake news* e vírus. Lívia Lima explica que:

Desde que *hackearam* o nosso Instagram e perdemos a conta por um tempo, temos sido mais preocupadas com as questões de senhas e de segurança. Temos investido na segurança do *site* e entendendo que o *site* é o nosso coração, porque as plataformas podem acabar da noite para o dia, mas o *site* ainda terá todo o nosso conteúdo. Este ano diminuimos o uso do WhatsApp e focamos mais no Telegram. O nosso uso no WhatsApp era divulgando as matérias publicadas no *site*. Pensando nas *fake news*, muitas recomendações contra golpes na Internet são não clicar em *links*, então, nem sempre conseguimos migrar as pessoas do WhatsApp para nosso conteúdo no *site*.

Considerações finais

Este artigo buscou analisar as ações das organizações que atuam com comunicação focada em públicos periféricos ou não hegemônicos, especificamente, para entender se e como as TIC auxiliaram o trabalho de mobilização realizado durante a pandemia, quais foram suas novas formas de utilização e se o acesso à Internet limitou o uso das TIC.

A análise dos casos mostra que as TIC foram fundamentais na mobilização das populações dos territórios de atuação durante a pandemia, sobretudo nas periferias dos grandes centros urbanos. Nesse contexto, destacaram-se três estratégias: 1) a utilização do WhatsApp como ferramenta para o compartilhamento massivo de mensagens, principalmente por meio de listas de transmissão; 2) a ascensão dos *podcasts* como canal de apropriação da informação; e 3) a ampliação de divulgação de informações via redes sociais e plataformas digitais, como o YouTube.

A despeito da adoção ou da ampliação do uso de TIC durante a pandemia por todas as organizações analisadas, não faltaram, entretanto, desafios. Entre os principais, destacam-se a limitação em relação ao acesso e à qualidade da Internet e a falta de dispositivos, como computadores, *tablets* e celulares. De forma correlata, alcançar a audiência fora dos grandes centros urbanos também constituiu uma barreira, seja pelo isolamento geográfico de algumas regiões brasileiras, seja pelo alcance limitado de cobertura dos coletivos de comunicação ou pela escassez ainda maior de acessos às TIC das populações não urbanas.

Nos casos em que houve desafios relacionados ao acesso e à qualidade das TIC, outras estratégias foram utilizadas, entre as quais 1) o uso de tecnologias sociais presentes no ambiente *offline*, como carros de som e parcerias com rádios comunitárias para circular nos territórios informações sobre o contexto pandêmico; 2) a adoção de panfletos, *flyers* e comunicação boca a boca; 3) a distribuição de equipamentos; e 4) o estabelecimento de parcerias com grandes veículos de comunicação. Tais desafios, bem como as soluções alternativas encontradas, surgiram como uma constante nessas organizações e coletivos de comunicação periférica e não hegemônica e são intrínsecos aos seus modelos de negócio que, por sua vez, estão atrelados ao acesso a recursos.

Outros desafios foram levantados pelos entrevistados: a concorrência com as *fake news* e a insegurança digital crescente, que emergem como questões ainda em aberto em se tratando de TIC e coletivos periféricos, temas a serem aprofundados em pesquisas futuras.

Referências

- Agência Mural de Jornalismo das Periferias. (s.d.). *Agência de jornalismo das periferias*. <https://www.agenciamural.org.br/mural-institucional/>
-
- Aoqui, C., Cardoso, L., Gonçalves, J., & Prata, V. D. (2022). Agência cívica em comunidades vulneráveis e favelas: (como) as iniciativas de comunicação que surgiram durante a Covid-19 contribuem para um giro decolonial na mudança social? *ISTR 15th International Conference - Navigating In Turbulent Times: Perspectives and Contributions from the Third Sector*. Montreal, Canadá.
-
- Canzian, F. (2021, outubro 7). Emprego informal dobra e 'ioiô' na renda empobrece brasileiro. *Folha de S. Paulo*. <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2021/10/emprego-informal-dobra-e-ioio-na-renda-empobrece-brasileiro.shtml>
-
- Central Única das Favelas & Instituto Locomotiva. (2020). *DataFavela: educação, Cultura, Periferia e Racismo*. <https://ilocomotiva.com.br/wp-content/uploads/2022/01/educacao-cultura-periferia-e-racismo.pdf>
-
- Dicionário de Favelas Marielle Franco. (2021). *Painel COVID nas Favelas*. https://wikifavelas.com.br/index.php/Painel_Covid-19_nas_favelas_do_Rio_de_Janeiro?dpl_id=1856
-
- Fleury, S., & Menezes, P. (2021). Pandemia nas favelas: entre carências e potências. *Saúde em debate*, 44, 267-280.
-
- Fundação Oswaldo Cruz. (2022, julho 1). *Live 54 X FAVELA - Parcerias em defesa da vida* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=wBij2gA1NK8>
-
- Gobbi, M., & Diamente, J. (2021). Introdução: em tempos de pandemia: começo de conversa. In *Coletivos, mulheres e crianças em movimentos: na pandemia, do podcast ao livro* (pp. 14-34). FEUSP. <http://www.livrosabertos.sibi.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/book/575>
-
- Instituto Sociedade, População e Natureza. (2022). *Canto da Coruja Comunidade*. <https://ispn.org.br/canto-da-coruja-comunidade/>
-
- Mendonça, P. M. E., Aoqui, C., & Cardoso, L. (2021). Philanthropy and Covid-19 in urban peripheries. *EADI ISS Conference 2021: Solidarity, Peace and Social Justice*. Haia, Holanda.
-
- Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. (2022). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação: TIC Domicílios 2021* [Microdados]. <https://cetic.br/pt/pesquisa/domicilios/microdados/>
-
- Redes da Maré. (s.d.). *Quem somos: apresentação*. <https://www.redesdamare.org.br/br/quemsomos/apresentacao>
-

Moeda social, tecnologias e desenvolvimento: o Banco Comunitário ICOM na pandemia

Camilla Reis¹, Paula Chies Schommer² e Willian Carlos Narzetti³

O Banco Comunitário ICOM⁴ foi implementado em 2020 pelo Instituto Comunitário Grande Florianópolis (ICOM) e seus parceiros, em resposta à pandemia COVID-19. Neste artigo, descrevemos a experiência do Banco Comunitário ICOM como uma tecnologia social facilitada pela utilização de tecnologias de informação e comunicação (TIC). Quatro aspectos são apresentados: 1) o uso de TIC no contexto de vulnerabilidade e distanciamento social imposto pela pandemia COVID-19; 2) a existência de uma plataforma digital para circulação de moedas sociais, compartilhada com organizações da sociedade civil, no âmbito da Rede Brasileira de Bancos Comunitários; 3) a relevância do uso de tecnologias *online* na governança do Banco Comunitário, envolvendo múltiplas organizações, famílias, comércios, doadores e parceiros; e 4) as aprendizagens dos atores envolvidos quanto às possibilidades do uso de TIC em suas atividades cotidianas.

¹ Atuou desde o início no desenho e na implementação do Banco Comunitário ICOM e coordenou parte da iniciativa. É bacharel em Administração Pública pela Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc) e mestranda em Administração pela mesma instituição, contribuindo como pesquisadora no Núcleo de Inovações Sociais na Esfera Pública (NISPE). Possui mais de 3 anos de experiência profissional no campo social e desde 2014 contribui como voluntária em organizações da sociedade civil.

² Professora de Administração Pública e líder do grupo de pesquisa Politeia – Coprodução do Bem Público: Accountability e Gestão, da Udesc. Presidente do Instituto Comunitário Grande Florianópolis. Doutora pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), mestre pela Universidade Federal da Bahia (UFBA) e graduada pela Universidade de Caxias do Sul (UCS-RS).

³ Gerente executivo do Instituto Comunitário Grande Florianópolis. Doutor e mestre em Administração pela Udesc. Graduado em Economia pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Possui mais de 15 anos de experiência na gestão de organizações da sociedade civil. Cofundador do Instituto Padre Vilson Groh (IVG), que articula oito organizações em Santa Catarina. Cofundador e atual presidente da Associação Amigos da Guiné-Bissau.

⁴ Para mais informações sobre o ICOM, acesse: www.icomfloripa.org.br

O Banco Comunitário ICOM: origem e funcionamento

O Banco Comunitário ICOM surgiu a partir da mobilização do ICOM, em abril de 2020, como resposta emergencial à situação de crise e fome em áreas vulneráveis da Grande Florianópolis, agravada pela pandemia. O ICOM é uma organização da sociedade civil que atua há 17 anos, orientada pelo modelo de fundações comunitárias, promovendo o desenvolvimento comunitário por meio de três linhas de ação: 1) conhecimento e articulação da comunidade; 2) fortalecimento da sociedade civil organizada; e 3) estímulo ao investimento social privado (ICOM, 2021). O Instituto participa da Rede Iberoamericana de Fundações Comunitárias⁵, que define fundações cívicas ou comunitárias como “Instituições sem fins lucrativos que mobilizam e investem recursos técnicos e financeiros em uma determinada área geográfica. Têm como objetivo melhorar a qualidade de vida da população articulando pessoas e organizações na promoção do desenvolvimento comunitário” (Rede Iberoamericana de Fundações Comunitárias, 2022).

A tecnologia social dos bancos comunitários existe no Brasil desde a década de 1990. A experiência pioneira é a do Banco Palmas⁶, no conjunto Palmeiras, no Ceará. Essa tecnologia foi difundida no país sob diversos modelos, originando a Rede Brasileira de Bancos Comunitários, presente em 22 estados e no Distrito Federal (Instituto Banco Palmas, 2022). O ICOM passou a integrar essa Rede em 2020.

A iniciativa do Banco Comunitário ICOM foi pioneira no estado de Santa Catarina. Contou com a orientação e a parceria do Instituto E-dinheiro Brasil⁷ e da Rede Brasileira de Bancos Comunitários e com a colaboração de parceiros, como o Ministério Público do Trabalho de Santa Catarina, uma agência da Organização das Nações Unidas, o Instituto Padre Wilson Groh e oito organizações de base comunitária na Grande Florianópolis (ICOM, 2021).

Embora o ICOM seja uma organização experiente na mobilização de recursos, na articulação com variados parceiros e no uso de TIC em sua gestão e comunicação, a pandemia COVID-19 acelerou a mudança de diversas práticas. A criação do Banco Comunitário se insere nesse contexto, permitindo aprendizagens e escala de atuação inéditas.

Por meio do Banco, 1.335 famílias foram apoiadas com recursos financeiros em moedas sociais digitais, entre 2020 e 2021, utilizando os recursos em 50 estabelecimentos comerciais localizados nos territórios apoiados. Os recursos foram provenientes de doações de pessoas físicas e jurídicas. O cadastro e o acompanhamento das famílias e dos comerciantes foram realizados por organizações comunitárias parceiras e pelo ICOM, com intermediação de TIC.

A doação do recurso financeiro via moeda social digital substituiu a prática tradicional de doação de cestas básicas, o que facilitou a logística de distribuição e diminuiu a necessidade de contato entre as pessoas. Com as moedas sociais, as famílias passaram a ter autonomia no gerenciamento do recurso e puderam adquirir itens de alimentação,

⁵ Para saber mais sobre a Rede Iberoamericana de Fundações Comunitárias, acesse: <http://fciberoamericanas.org/pb/a-rede/>

⁶ Para saber mais sobre o Banco Palmas, acesse: <http://www.institutobancopalmas.org/rede-brasileira-de-bancos-comunitarios/>

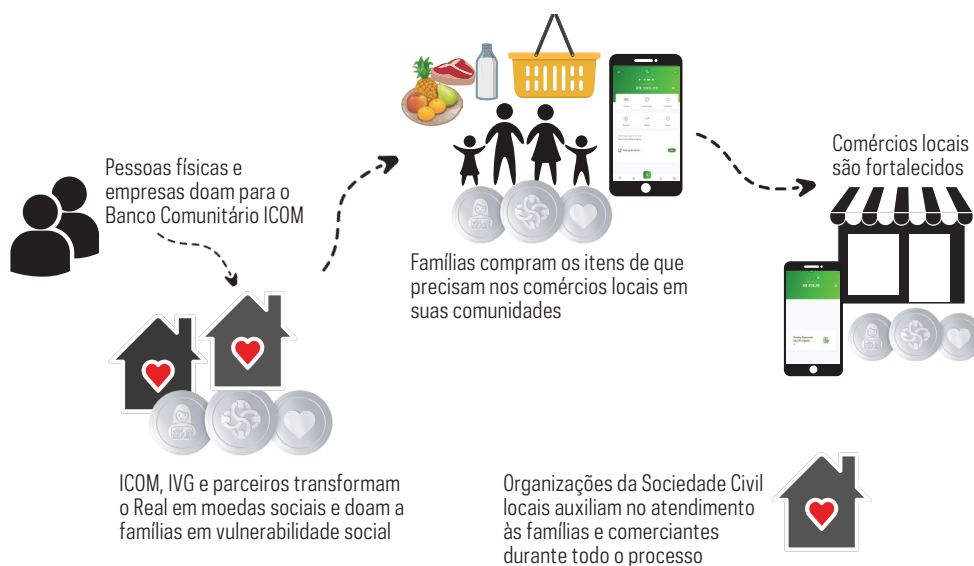
⁷ Para saber mais sobre o E-dinheiro Brasil, acesse: <http://edinheirobrasil.org/sobre-nos/>

como carnes, legumes e frutas, itens de limpeza e higiene, como fralda descartável, e outros itens que não estão contemplados nas cestas básicas usualmente doadas.

Em dois anos, mais de dois milhões de reais em moedas sociais circularam em seis territórios vulneráveis da Grande Florianópolis. Seguindo a lógica da tecnologia social dos bancos comunitários, as moedas sociais somente foram aceitas em comércios das localidades em que o Banco operou, fortalecendo a economia local. Grande parte dos comércios apoiados era de pequeno porte, com até três funcionários. Além dos 50 mercados, 12 famílias beneficiadas que empreendiam na área da alimentação foram cadastradas como comerciantes, gerando mais uma fonte de renda.

A Figura 1, a seguir, ilustra o fluxo de apoio do Banco Comunitário ICOM, conforme demonstrado no *website* da organização.

FIGURA 1

FLUXO DE APOIO BANCO COMUNITÁRIO ICOM

FONTE: ICOM (2021).

Bancos Comunitários, moedas sociais e tecnologias digitais

Os Bancos Comunitários surgem da capacidade de mobilização comunitária e da ação coletiva e como expressão da democracia (Rigo, 2020a; Torres Jr., 2022). Mostram novas formas possíveis para o desenvolvimento econômico e social. A busca de respostas aos desafios da pandemia COVID-19 e o uso mais intensivo das TIC impulsionaram a diversificação e a expansão dessas possibilidades de desenvolvimento.

A iniciativa pioneira do Banco Palmas contou com um baixo investimento inicial e com a emissão de moedas sociais em papel-moeda, chamada Palmas (Borges, 2011; França Filho & Silva Junior, 2009). O impacto no território foi tão significativo que, em pouco mais de dez anos, o volume de compras das famílias no bairro passou de 20% para 93%. Em 2011, a riqueza que circulava no bairro era de cerca de R\$ 68 milhões (Cernev & Diniz, 2020). Outros bancos comunitários, quando surgiram, também emitiram moedas sociais em papel-moeda.

A evolução do dinheiro físico para o digital, por meio da plataforma E-dinheiro, ocorreu em 2015, motivada principalmente pela expansão dos Bancos Comunitários pelo país. Essa expansão inclui diferentes modelos de organização (Rigo, 2020a).

O aplicativo E-dinheiro é uma plataforma que utiliza tecnologia digital móvel para moedas sociais, também chamadas de moedas complementares (Gonzalez *et al.*, 2020; Rigo, 2020b). A plataforma é gerenciada pelo Instituto E-dinheiro Brasil. Moedas complementares digitais (MCD) incorporam tecnologias da informação como forma de viabilizar sua circulação no território em que operam (Gonzalez *et al.*, 2020). A plataforma E-dinheiro fornece uma conta corrente digital para os usuários e oferece serviços bancários e está disponível para organizações interessadas em implementar um banco comunitário em determinada região.

A digitalização permitiu o compartilhamento e a multiplicação do uso da tecnologia social. Além disso, a nova forma de circulação da moeda ampliou os serviços oferecidos pelos bancos comunitários, como pagamento de contas, transferências, consulta de saldos, recargas de celular e ferramentas para facilitar a educação financeira dos usuários (Cernev & Diniz, 2020). Todas essas novas possibilidades, articulando tecnologia social e TIC, contribuíram para a inserção de pessoas em vulnerabilidade social no serviço bancário.

A existência das tecnologias e a disponibilidade de apoio e orientação do Instituto E-dinheiro, que integra a Rede Brasileira de Bancos Comunitários, foram fundamentais para a agilidade e a qualidade da ação do Banco Comunitário ICOM, na Grande Florianópolis.

O uso das TIC no cotidiano da gestão do Banco Comunitário ICOM

Por meio do uso das TIC, a operação do Banco Comunitário ICOM foi realizada 100% *online*, permitindo agilidade, baixo custo de resposta aos desafios e respeitando os protocolos de distanciamento exigidos à época. Comunidades vulneráveis da região, geralmente excluídas do mundo da tecnologia, acessaram o aplicativo E-dinheiro para obtenção e circulação das moedas. Grupos comunitários, por meio de aplicativos de mensagens instantâneas, facilitaram os processos de tomada de decisão e comunicação em rede.

A implementação contou com reuniões *online* semanais de acompanhamento com as organizações envolvidas – de abril de 2020 a dezembro de 2021 –, o que propiciou proximidade, aprendizagem, confiança, adaptação e resposta rápida às demandas e adversidades que surgiam. Além disso, foram usados aplicativos de mensagens instantâneas para fluxos de informações e tomada de decisão. O monitoramento e a

avaliação junto a famílias e comerciantes ocorreram via formulários *online*. Entre os aspectos avaliados, estavam as percepções sobre a experiência de receber ou de aceitar moedas sociais. Os resultados das avaliações são relevantes para o aprimoramento e novas possibilidades de uso das moedas sociais na região.

Para além do uso das moedas, os formulários permitiram fazer um diagnóstico mais aprofundado a respeito da percepção das famílias atendidas sobre o seu próprio território. As respostas expressaram desafios e sonhos das pessoas nas unidades atendidas pelo Banco. Essas respostas foram utilizadas pelo ICOM e pelas organizações locais para subsidiar novos projetos e ações locais, alinhadas com os desafios mais latentes e com os desejos da população interessada.

A própria plataforma, com dados das famílias e fluxos, e os sistemas de monitoramento facilitaram a prestação de contas para doadores e parceiros. Esses dados permitiram conhecer mais as comunidades e suas especificidades e desenhar novas linhas de ação. Por exemplo, na Frei Damião, localidade no município de Palhoça, a constatação de que 90% das famílias apoiadas eram chefiadas por mulheres motivou uma organização parceira a realizar uma ação de prevenção da violência contra a mulher (Nações Unidas Brasil, 2021).

Aprendizagens e perspectivas

A experiência com o Banco Comunitário ICOM permitiu uma série de aprendizagens aos participantes. Envolveu mudanças e inovações de processos de práticas, da organização do trabalho e das relações. O depoimento de uma gestora de uma organização parceira exemplifica como isso ocorreu:

Uma coisa que me inspirou muito foi a reunião virtual de mães [encontro virtual com as famílias beneficiadas pelo Banco Comunitário]. Foi desafiador para as famílias que não estavam acostumadas com o trabalho virtual, pois muitas das pessoas têm trabalhos manuais e não utilizam o meio virtual para isto. Elas toparam participar, foi muito inspirador. Depois da reunião com as mães, eu fiquei muito motivada a fazer um grupo virtual para atendimento e acolhimento com as famílias (ICOM, 2021).

A Tabela 1 sintetiza aprendizagens sobre o uso das TIC com a experiência do Banco Comunitário ICOM entre 2020 e 2021.

TABELA 1

APRENDIZAGENS SOBRE O USO DAS TIC NO BANCO COMUNITÁRIO ICOM

Organizações da sociedade civil parceiras	Famílias atendidas	Comerciantes	ICOM	Doadores
<p>Implementação de novas práticas de trabalho usando ferramentas <i>online</i> (salas de reuniões, formulários, armazenamento e compartilhamento de informações).</p> <p>Nova forma de pensar sobre o atendimento das famílias e a garantia de mais proteção às equipes envolvidas durante a pandemia.</p>	<p>Necessidade de inclusão digital e democratização do acesso à Internet.</p> <p>A utilização das redes sociais facilita o contato, a disseminação das informações e a realização de reuniões de acompanhamento de projetos e ações comunitárias.</p>	<p>Necessidade de inclusão digital e treinamento de como utilizar a tecnologia para ampliar seus negócios.</p> <p>Possibilidade de resolver os problemas técnicos e sanar dúvidas em tempo real.</p> <p>Possibilidade de mapear, cadastrar e apoiar financeiramente empreendedores informais e formais das comunidades de atuação.</p>	<p>Novo olhar para trabalhar em rede com as organizações da sociedade civil.</p> <p>Gestão de dados sobre as informações dos públicos atendidos.</p> <p>Possibilidade de conhecer melhor a realidade em que atua.</p> <p>Nova <i>expertise</i> e ferramenta para responder a situações de crises.</p> <p>Possibilidade de ampliação de sua atuação com o Banco em outras cidades.</p> <p>Ampliação de seu impacto no território de atuação.</p>	<p>Ampliação da transparência sobre os resultados do projeto.</p> <p>Retorno mais detalhado aos envolvidos sobre o perfil das famílias apoiadas, o destino e o impacto das doações.</p> <p>Gerenciamento das doações de forma mais simples.</p> <p>Possibilidade de que as doações chegassem aos beneficiários com baixo custo.</p>

FORNTE: ELABORADO PELOS AUTORES.

Muitas famílias tinham acesso limitado à Internet e falta de *smartphones* para manusear o aplicativo. Este foi o principal desafio encontrado pelo ICOM no uso das TIC. Ficou evidente a necessidade de democratizar o acesso à Internet em áreas mais vulneráveis e incentivar a inclusão digital. Embora Florianópolis se destaque no setor de tecnologia, sendo chamada de “Ilha do Silício brasileira” por concentrar pesquisas, organizações e investimentos públicos e privados em tecnologia da informação, essa não é a realidade para muitas pessoas que vivem nas áreas mais vulneráveis da região.

O desafio na digitalização da moeda havia ocorrido também no Conjunto Palmeiras. A solução encontrada pelo Banco Palmas para contornar o custo do dispositivo e fomentar a utilização do aplicativo foi oferecer financiamentos de celulares de baixo custo, com pagamento de muitas parcelas e a juros baixos (Cernev & Diniz, 2020), contribuindo para a inclusão digital das pessoas. Já no caso do Banco Comunitário ICOM, na Grande Florianópolis, a solução encontrada foi realizar uma doação para as organizações da sociedade civil parceiras, que compraram *smartphones* e fizeram uma espécie de comodato para os comerciantes. Isso porque no modelo utilizado para as doações somente os comerciantes necessitam de um celular, facilitando para os beneficiários, que puderam comprar com o seu Cadastro de Pessoa Física (CPF) no mercado cadastrado. Ao fim do ciclo de doações das moedas sociais, as organizações da sociedade civil puderam utilizar os celulares adquiridos para as suas próprias atividades.

Durante a pandemia, a tecnologia social do banco comunitário e das moedas virtuais foram fundamentais para o trabalho do ICOM e seus parceiros. Para além da pandemia, o uso das TIC com o Banco Comunitário possibilitou que a atuação do ICOM chegasse a diferentes regiões de Santa Catarina e atendesse a outras necessidades. A tecnologia foi utilizada, por exemplo, para apoiar famílias atingidas por um ciclone no estado, também em 2020.

A partir da experiência do Banco Comunitário ICOM, uma das organizações parceiras seguirá atuando em algumas das comunidades da Grande Florianópolis em caráter regular. O ICOM seguirá usando a tecnologia social em situações emergenciais. Além disso, seguirá atuando no apoio ao desenvolvimento de novos bancos comunitários e produção de conhecimento sobre o tema em Santa Catarina, bem como o uso de MCD para fortalecimento territorial e pagamento de benefícios, como a renda básica.

Conclusão

O contexto da pandemia COVID-19 acelerou a incorporação do uso das TIC nos trabalhos desempenhados por organizações da sociedade civil, principalmente aquelas que precisaram reinventar suas formas de trabalho para se adaptar ao contexto (Andion, 2020). No caso do ICOM, apesar de ser uma organização experiente no território e que já utilizava TIC em algumas iniciativas, a experiência com o Banco Comunitário ICOM gerou aprendizagens inéditas e possibilitou ampliar o impacto social na região da Grande Florianópolis. Este é apenas um dos milhares exemplos espalhados pelo Brasil em que é possível perceber uma atuação rápida, criativa e transformadora por organizações da sociedade civil, não restrito à pandemia.

Para avançar, mais indivíduos, poder público e empresas podem se tornar parceiros dessas organizações, investindo para desenvolver novas habilidades, adquirir novos sistemas, conhecimentos e experiências. O potencial de transformação social nas áreas mais vulneráveis pode ser impulsionado no desenvolvimento e uso de tecnologias sociais, como as do banco comunitário e da moeda social, e das TIC, por meio de parcerias envolvendo a população local e variadas organizações.

Essa combinação entre tecnologia social e TIC é a grande inovação evidenciada pelos bancos comunitários e moedas sociais digitais. Diante da emergência da pandemia COVID-19, de modo rápido e efetivo, foi possível envolver famílias, pequenos comércios locais, associação de moradores e outras organizações da sociedade civil comunitárias, redes de tecnologias sociais, doadores individuais e empresariais, órgãos governamentais e organismos internacionais. Ações como essa do Banco Comunitário ICOM vão além da alimentação e do fortalecimento da economia local, na medida em que contribuem para a inclusão digital de famílias vulneráveis e para o desenvolvimento comunitário. A experiência mostra que isso é possível, ainda que haja desafios em termos de escala e continuidade da mobilização de recursos, para além de situações emergenciais.

Referências

- Andion, C. (2020). Atuação da sociedade civil no enfrentamento dos efeitos da COVID-19 no Brasil. *Revista de Administração Pública*, 54(4), 936–951. <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/81891>
- Borges, A. (2011). Banco Palmas como uma plataforma de desenvolvimento comunitário. In L. Morais, & A. Borges (Org.), *Novos paradigmas de produção e consumo* (pp. 249–295). Instituto Polis.
- Cernev, A. K., & Diniz, E. H. (2020). Palmas para o E-Dinheiro! A evolução digital de uma moeda social local. *Revista de Administração Contemporânea*, 24(5), 487–506. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2020190390>
- França Filho, G. C., & Silva Junior, J. T. (2009). Bancos comunitários de desenvolvimento (BCD). In A. D. Cattani, J. L. Lavile, L. I. Gaiger, & P. Hespanha (Eds.), *Dicionário Internacional da Outra Economia* (pp. 31–37). Edições Almedina.
- Gonzales, L., Kemmer-Cernev, A., Araujo, M. H., & Diniz, E. H. (2020). Moedas complementares digitais e políticas públicas durante a crise da COVID-19. *Revista de Administração Pública*, 24(5), 487–506. <http://dx.doi.org/10.1590/0034-761220200234>
- Instituto Banco Palmas. (2022). *Rede Brasileira de Bancos Comunitários*. <http://www.institutobancopalmas.org/rede-brasileira-de-bancos-comunitarios/>
- Instituto Comunitário Grande Florianópolis. (2021). *Relatório da Linha de Apoio Emergencial Coronavírus*. https://drive.google.com/file/d/117ss6iDSS-BxNdBslK_Svz_JV6pqsejY/view
- Nações Unidas Brasil. (2021, dezembro 6). *UNOPS realiza oficina sobre violência doméstica em comunidade de Santa Catarina*. <https://brasil.un.org/pt-br/161837-unops-realiza-oficina-sobre-violencia-domestica-em-comunidade-de-santa-catarina>
- Rede Iberoamericana de Fundações Comunitárias. (2022). *A rede*. <http://fciberoamericanas.org/pb/a-rede/>
- Rigo, A. S., & França Filho, G. C. (2017). O paradoxo das Palmas: análise do (des)uso da moeda social no “bairro da economia solidária”. *Cad. EBAPE.BR*, 14(2), 169–193. <https://doi.org/10.1590/1679-395141258>
- Rigo, A. S. (2020a). Community Development Banks. In R. A. List, H. K. Anheier, & S. Toepler (Eds.), *International Encyclopedia of Civil Society*. Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-319-99675-2_9515-1
- Rigo, A. S. (2020b). Community Currency. In R. A. List, H. K. Anheier, & S. Toepler (Eds.), *International Encyclopedia of Civil Society*. Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-319-99675-2_9516-1
- Torres J. T., Jr. (2022). Participation, governance, collective action, democracy and the social solidarity economy. In *Encyclopedia of the Social and Solidarity Economy*. UNTFSSSE Knowledge Hub Draft Paper Series. Edward Elgar Publishing Limited. https://www.e-elgar.com/assets/Companion-Pages/Ilcheong-MS-for-companion-site/Encyclopedia-Knowledge_Hub_54.pdf

Implicações do uso de mídias sociais em organizações da sociedade civil¹

Laura Conde Tresca²

Criar estratégias de comunicação para mídias sociais tornou-se fundamental em organizações de qualquer natureza. Há uma vasta literatura, inclusive com manuais, para otimizar o uso de plataformas para, no caso de organizações sociais, aumentar vendas e promover causas, por exemplo³. Entretanto, pouco se discute sobre os efeitos do uso dessas estratégias nas organizações sem fins lucrativos. Quando elas optam por basear sua estratégia de comunicação nas redes sociais tradicionais, quais são as implicações de tal escolha? E que modelo de Internet está sendo fomentado?

O objetivo deste artigo é abordar, com base nos dados da pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022, o quanto o uso de redes sociais tornou-se fundamental para comunicação de causas, mobilização social e, eventualmente, captação de recursos para as organizações sociais. Ao mesmo tempo, analisa de que modo o uso das redes alimenta um processo comunicacional limitante, com impactos profundos para a construção da sociedade do conhecimento. Desse modo, este artigo analisa o uso de redes sociais por organizações sem fins lucrativos e as implicações do uso dessa estratégia de comunicação, assim como aponta alternativas para processos comunicacionais mais alinhados à perspectiva de justiça social.

¹ Agradeço ao professor Rafael Evangelista pela indicação de bibliografia.

² Mãe. Cientista social pela Universidade de São Paulo (USP), jornalista e mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Atua com políticas de Internet desde 2007. Em 2018, participou do International Visitor Leadership Program (IVLP), oferecido pelo Departamento de Estado dos Estados Unidos. No mesmo ano, coordenou um projeto sobre redes comunitárias que recebeu o Prêmio Frida do LACNIC. É diretora-executiva da associação govDADOS e conselheira do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br).

³ Exemplos desses manuais incluem: *A bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na Internet e não tinha a quem perguntar* (2018); *Planejamento de marketing digital* (2017); *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture* (2013).

Uso de redes sociais por organizações da sociedade civil

Os registros de *websites* .com.br e .org.br são as principais escolhas de domínios para páginas *web* de organizações da sociedade civil (Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR [NIC.br], 2023), embora não sejam as únicas opções disponíveis, já que há também o domínio .org.br, por exemplo. Hoje existem 52.432 *websites* registrados com o final .org.br, sendo um dos domínios .br com maior número de registros no Brasil (NIC.br, 2022). A pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022, entretanto, demonstra que apenas 36% das organizações sem fins lucrativos brasileiras possuem *website* ou página na Web e 65% delas não pretendem criar um *website* ou *homepage* nos próximos 12 meses. Ainda, 70% não pretendem registrar um domínio nos próximos 12 meses.

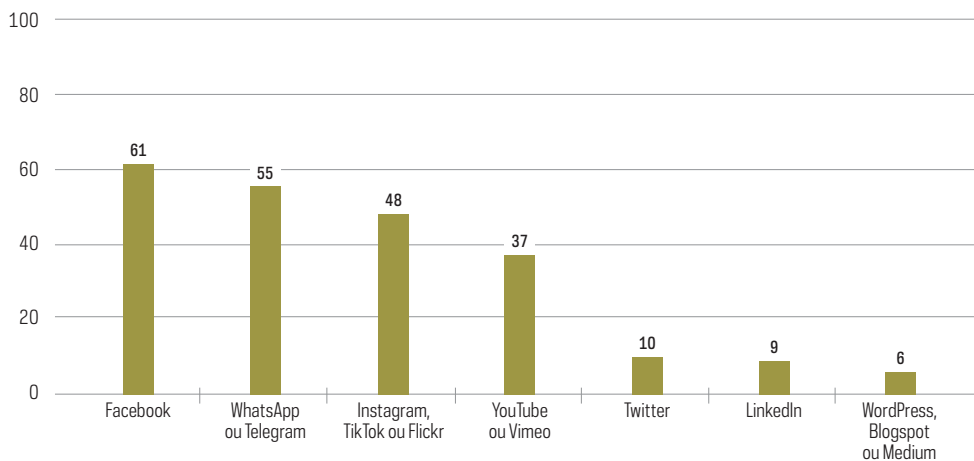
Se, de um lado, os registros de domínios por organizações da sociedade civil são relevantes para que o .br seja um dos *Country Code Top-Level Domains* (ccTLD) mais numerosos do mundo, dados da TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022 indicam que as organizações da sociedade civil estão apostando em apenas criar perfis em redes sociais como estratégia de comunicação com seu público.⁴

Segundo a pesquisa, 71% das organizações possuem um perfil ou conta própria em alguma plataforma ou rede social *online* (NIC.br, 2023). Por isso, para existir digitalmente, não é mais imperativo registrar o próprio domínio. É necessário ter páginas nas maiores redes sociais, nomeadamente Meta (empresa *holding* do Facebook, Instagram e WhatsApp), YouTube, Twitter, LinkedIn ou TikTok. Inclusive, muitas empresas ou organizações optam por apenas ter conta nas redes sociais e não ter um domínio próprio. Em outros casos, a página institucional acaba sendo mero “cartão de visitas”, e os conteúdos e produtos são efetivamente divulgados nas redes sociais – afinal, é onde o público-alvo está interagindo e consumindo informações.

A principal rede social utilizada é o Facebook, mencionado por 61% das organizações sociais. É importante notar que o uso institucional dos comunicadores instantâneos, como WhatsApp ou Telegram, ganhou relevância, sendo mencionados por 55% das organizações sociais. São seguidos por Instagram, TikTok ou Flickr, com 48% (NIC.br, 2023), conforme é possível observar no Gráfico 1.

⁴ Atento a essa tendência, o NIC.br criou em 2017 uma funcionalidade que incorpora o redirecionamento de páginas a partir de domínios .br (<https://www.nic.br/noticia/na-midia/nic-br-incorpora-redirecionamento-de-paginas-a-partir-de-dominios-br/>).

GRÁFICO 1

ORGANIZAÇÕES QUE POSSUEM PERFIL OU CONTA PRÓPRIA EM ALGUMA PLATAFORMA OU REDE SOCIAL ONLINE, POR TIPO DE REDE SOCIAL (2022)*Total de organizações (%)*

FONTE: ELABORADO PELA AUTORA COM BASE EM NIC.BR (2023).

Os principais usos de redes sociais são: postar fotos, vídeos ou áudios de atividades realizadas e postar notícias sobre a organização e notícias sobre temas relacionados à sua área de atuação (NIC.br, 2023), conforme é possível observar no Gráfico 2.

GRÁFICO 2

ORGANIZAÇÕES QUE POSSUEM PERFIL OU CONTA PRÓPRIO EM ALGUMA REDE SOCIAL, POR ATIVIDADES REALIZADAS (2022)

Total de organizações com acesso à Internet e que possuem perfil ou conta própria em alguma plataforma ou rede social (%)



FONTE: ELABORADO PELA AUTORA COM BASE EM NIC.BR (2023).

Uma hipótese possível é que as redes sociais são atrativas para organizações sem fins lucrativos, pelo potencial que têm para a construção de relações com os diversos interessados.

O sucesso das organizações sem fins lucrativos depende em grande parte de sua capacidade de construir relacionamentos de qualidade com os principais grupos interessados, como doadores, beneficiados, doadores e candidatos a doações e o público em geral. O capital social das organizações sem fins lucrativos, portanto, compreende os recursos embutidos nessas alianças estratégicas e relacionamentos com as partes interessadas. (Doerfel *et al.*, 2017, como citado em Xu & Saxton, 2019, p. 32)

Os dados da pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022 revelam que o uso de redes sociais tornou-se fundamental para a comunicação de causas, a mobilização social e até mesmo a captação de recursos. Essa estratégia de comunicação

das organizações sociais tem sido, inclusive, mais relevante que a criação de páginas *web* com domínios próprios (NIC.br, 2023).

O canto da sereia

O surgimento da Web foi um período de efervescência criativa de linguagens, estéticas e experimentações sobre as melhores práticas para divulgar produtos e informações na Internet. É possível fazer uma analogia com o surgimento do cinema. No começo, houve um entusiasmo em produzir obras baseadas em manifestações artísticas inovadoras. Com o passar do tempo, a indústria do entretenimento passou a padronizar técnicas como formas de enquadramento, luz, movimento de câmeras, narrativas, etc. Com isso, a indústria paulatinamente determinou o que é cinema. No início da Web, “todos” tinham um *blog*. Não era necessário muito conhecimento de tecnologia, nem de técnicas de gravação de vídeos, estruturas narrativas e *design*. Hoje, quase já não existem blogueiros. Eles foram substituídos por *influencers*, que atuam em certas plataformas. Assim como aconteceu com o cinema, com o passar do tempo, o desenvolvimento das plataformas de mídias sociais tem determinado o que é a experiência de navegar ou estar na Web.

As redes sociais assemelham-se ao canto da sereia, pois as redes sociais são prazerosas, fáceis de usar e encantadoras. As sereias são tão lindas e cantam com tanta doçura que atraem os tripulantes dos navios para que colidam com os rochedos e afundem. A partir do momento em que as redes sociais atingiram um público numeroso, quando se tornaram a principal maneira de estar na Web, as comunicações passaram a ter seu alcance limitado. Hoje, somente quem pode patrocinar seus conteúdos consegue entregá-los.

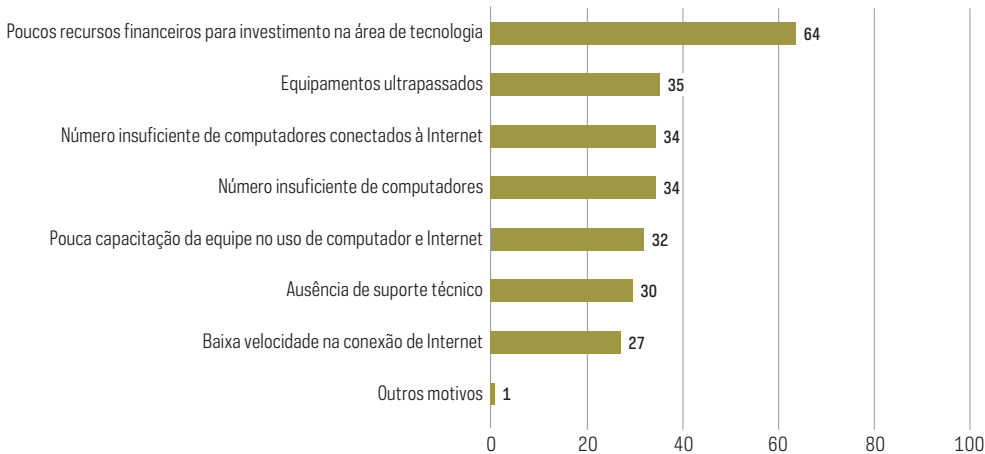
No entanto, essa dinâmica nem sempre predominou. Até pouco tempo atrás, as redes sociais foram fundamentais para a afirmação de direitos.

Quando muitos estudiosos começaram a realizar pesquisas sobre mídias sociais, fomos inspirados pelo que pensávamos ser as possibilidades e efeitos democratizantes das plataformas de mídias sociais. Para a Tunísia, na Primavera Árabe de 2011, os *Indignados* espanhóis e, posteriormente, o Ocupe Wall Street (Gerbaudo, 2012), as plataformas de mídias sociais – como o Twitter – foram elogiadas como ferramentas-chave para facilitar a organização de movimentos sociais, servindo como um mecanismo de costura. Ou seja, os manifestantes foram capazes de usar o Twitter para unir uma rede de redes humanas e redes baseadas em tecnologia (Agarwal, Bennett, Johnson, & Walker, 2014; Bennett, Segerberg, & Walker, 2014). Pesquisas evidenciaram repetidamente que os ativistas foram recrutados com sucesso em plataformas de mídias sociais (González-Bailón, Borge-Holthoefer, Rivero, & Moreno, 2011) e os ativistas também adotaram as mídias sociais para compartilhar notícias, informações e declarações de solidariedade (Gruzd & Tsyganova, 2015; Nahon, Hemsley, Mason, Walker, & Eckert, 2013; White, Castleden, & Gruzd, 2014). (Hemsley *et al.*, 2018, p. 1)

No campo dos direitos das mulheres no Brasil, por exemplo, as redes sociais foram essenciais para o que ficou conhecido como Primavera das Mulheres, em 2015. Campanhas como *#meuprimeiroassedio*, *#meuamigo secreto* e *#agoraéquesão* elas deixaram as redes virtuais, tomaram as ruas e influenciaram o debate público.

Entretanto, a partir de 2018, o Facebook (principal rede social usada pelas organizações sem fins lucrativos, conforme supracitado) mudou seu algoritmo de distribuição de conteúdo e limitou o alcance orgânico das postagens. Hoje, praticamente apenas postagens patrocinadas são distribuídas, dinâmica que ocorre também em outras redes sociais. No entanto, a pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022 demonstra que apenas 13% dessas organizações pagaram por anúncios na Internet. Entre as que possuem computador, a principal dificuldade para o uso do dispositivo e da Internet é dispor de “poucos recursos financeiros para investimento na área de tecnologia” (Gráfico 3). Em um contexto em que inexiste o engajamento e a viralização orgânica, e em que as organizações não têm dinheiro para patrocinar seus conteúdos, elas passam a ter um alcance restrito na Web.

GRÁFICO 3
ORGANIZAÇÕES QUE UTILIZARAM COMPUTADOR, POR TIPO DE DIFICULDADE PARA O USO DE COMPUTADOR E INTERNET (2022)
Total de organizações que utilizaram computador (%)



FONTE: ELABORADO PELA AUTORA COM BASE EM NIC.BR (2023).

Ademais, o patrocínio de postagens não é o único custo envolvido. Uma nova cadeia produtiva de comunicação foi criada para atender às demandas de produção e disseminação de conteúdo nas redes sociais. São necessários profissionais específicos, com habilidades para escrever, criar *cards*, editar vídeos, criar vinhetas para *podcasts*, editar áudio, criar conteúdo, gerenciar postagens, contatos, impulsionamentos, etc. Assim como aconteceu com o cinema, as redes sociais exigem padrões estéticos e técnicas específicas e especializadas. Contudo, de acordo com a pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022, essas organizações eventualmente até contam com serviços contratados de tecnologia da informação (TI) ou informática (31%), mas apenas 16% contam com assessoria de imprensa/comunicação institucional.

Além disso, por meio de uma nítida intervenção no livre fluxo de informações, as plataformas têm o poder de impulsionar (ou não) certas causas. Pagar para o conteúdo circular nem sempre é uma opção viável para as organizações sociais no atual contexto. Por isso, para uma campanha ganhar visibilidade mínima, ela necessita ganhar a chancela de uma plataforma. Como parte de suas atividades de “responsabilidade social”, algumas plataformas distribuem créditos de impulsionamento para organizações sociais. Porém, ao fazerem isso, induzem o público a acessar informações específicas, de acordo com seus próprios interesses. Desse modo, as plataformas de mídias sociais vão moldando o debate público e, no limite, vão criando os padrões do que é a própria sociedade da informação.

Isso traz novos desafios às organizações sem fins lucrativos, já que elas precisam “aparecer” para “ser”. Durante muito tempo, as mídias analógicas, por meio do *agenda setting*, cumpriram o papel de dar visibilidade no debate público a certos assuntos, causas ou organizações. Hoje, a Internet e, em especial, as redes sociais, potencializaram a necessidade de exposição:

Visibilidade é pressuposto de existência pública. Na “sociedade da autopromoção” (Thompson, 2008), por um lado, experimentamos a potencialização das possibilidades de expressão em público, de estarmos na arena de visibilidade e, por outro lado, tendemos a nos tornar muito dependentes dela. De acordo com Trivinho (2011, p. 113 – grifo do autor), trata-se “[...] de uma existência (pessoal, grupal, governamental, corporativa etc.) inteiramente condicionada à aparição na visibilidade mediática”, pois que o *ethos* da atual civilização reivindica a presença dos sujeitos para a alteridade “[...] independentemente de ela conceder ou não a atenção requerida”; assim, consiste em “(super)expor-se ou *tornar-se visível*” para “[...] existir de alguma forma (como simulacro) perante o conjunto dos sentidos perceptuais da alteridade”. (Silva & Baldissera, 2021, p. 161)

As organizações sociais têm a falsa sensação de estarem adotando a melhor estratégia (ou a estratégia de comunicação possível) no contexto digital. Entretanto, sem dinheiro para patrocinar conteúdos, sem criar suas próprias páginas *web* e sem estratégias de comunicação alternativa, as organizações sem fins lucrativos acabam por alimentar uma nova versão da *agenda setting* – liderada por algoritmos. E há grandes riscos de “não serem”, porque alcançar visibilidade é difícil, apesar da falsa aparência de abertura e potencial de viralização.

Assim, ao privilegiar essa estratégia de comunicação, para além de contribuir para a concentração do mercado de atenção, as organizações sem fins lucrativos estão fomentando um modelo de comunicação baseado em “representações desequilibradas de pontos de vista, fragmentação do público e o domínio de interesses comerciais” (Bruns & Highfield, 2016, como citado em Xu & Saxton, 2019, p. 30). Há, ainda, críticas ao modelo de negócios baseado no perfilamento e na publicidade segmentada, que influenciam a subjetividade dos indivíduos – ou seja, criam e estimulam sentimentos de maneira artificial, causando sequelas emocionais nas pessoas e consequências sociais e políticas.

Conclusão

As organizações sem fins lucrativos enfrentam dificuldades para expandirem sua atuação e chamarem atenção para suas causas, pois precisam ter perfis em redes sociais para existirem digitalmente. Entretanto, se não pagarem anúncios nem patrocinarem suas postagens, não são vistas. Infelizmente, a realidade das organizações sociais no Brasil é bastante desafiadora com relação à sustentabilidade, conforme demonstrado por dados da pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022, supracitados.

As mídias sociais poderiam ter um papel, como talvez já tiveram, de catalisadoras de mobilização e promoção das causas sociais. No entanto, hoje, se tornam mais um fator de peso no orçamento das organizações sem fins lucrativos, que se veem obrigadas a pagar para que alguma mensagem chegue a seu público. Ainda assim, não têm muita certeza dos impactos efetivos dessa comunicação, mas têm a percepção de que estão executando a estratégia de comunicação correta, já que é a que todos estão fazendo. É o canto da sereia chamando para o rochedo.

Pensar e adotar estratégias de comunicação na Internet, mais alinhadas às causas defendidas e ao desenvolvimento social e econômico da sociedade, é um desafio, mas talvez um imperativo para não afundar. Nesse sentido, as infraestruturas e os meios alternativos e comunitários que têm presença digital podem ser uma alternativa a ser explorada pelas organizações. Exemplo disso é a rede social Black e Black (<https://www.blackebblack.com/>), que se apresenta como um ambiente em que negros e negras se sentem mais à vontade para expor suas ideias e seus pensamentos. Essa pode ser uma rede social alternativa para postar fotos, vídeos ou áudios de atividades realizadas e notícias sobre as organizações ou temas relacionados à área de atuação. Outro exemplo refere-se à coletiva MariaLab, que promove a rede autônoma Fuxico (<https://www.marialab.org/fuxico/>). Nela, uma servidora com conteúdo feminista é instalada em uma Raspberry Pi e distribuída por meio de uma rede local, que, inclusive, pode ter um aplicativo de comunicação instantânea. Trata-se de um exemplo de como distribuir conteúdos por meio de redes autônomas ou comunitárias. A lista de exemplos é extensa. Com pesquisa e criatividade, é possível pensar em estratégias de comunicação mais condizentes com valores de justiça social.

Referências

Hemsley, J., Jacobson, J., Gruzd, A., & Mai, P. (2018). Social media for social good or evil: An introduction. *Social Media + Society*, 4(3), 1-5. <https://doi.org/10.1177/2056305118786719>

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press.

Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. (2022). *Estatísticas*. <https://registro.br/dominio/estatisticas/>

Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. (2023). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas organizações sem fins lucrativos: TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022* [Tabelas]. <https://cetic.br/pt/pesquisa/osfil/indicadores/>

Silva, D. W., & Baldissera, R. (2021, maio-agosto). Comunicação organizacional e interesse público: estratégias de (in)visibilidade nas mídias sociais. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 44(2), 157-174. <https://doi.org/10.1590/1809-5844202128>

Xu, W., & Saxton, G. D. (2019). Does stakeholder engagement pay off on social media? A social capital perspective. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 48(1), 28-49. <https://doi.org/10.1177/0899764018791267>

TIC, doações individuais e organizações sem fins lucrativos

João Paulo Vergueiro¹, Flávio Pinheiro² e Marcos Paulo de Lucca-Silveira³

É consenso na academia que as doações são fonte relevante de recursos para as organizações sem fins lucrativos (Osfil). Na literatura internacional, há grande produção acadêmica e não acadêmica sobre o assunto, que inclusive discute os motivos que levam as pessoas a doar (por exemplo, Bekkers & Wiepking, 2011).

As Osfil, porém, são instituições complexas. Não do ponto de vista jurídico, já que formalmente existem apenas três principais tipos no Brasil: associações, fundações e organizações religiosas (Lei n. 13.109/2014). Porém, essas organizações tornam-se complexas em razão da forma como são financiadas e como geram seus recursos. Em face dessa questão, este artigo busca discutir as diferentes formas de captação de recursos pelas Osfil.

Ainda pouco estudadas no Brasil, as receitas das organizações podem ter origens variadas. Uma das fontes mais comuns é a administração pública, sobretudo o Poder Executivo. Em 2018, por exemplo, a União transferiu R\$ 12,9 bilhões para instituições em todo o país (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada [Ipea], 2021), sendo boa parte desse recurso transferido para organizações que prestam serviços no âmbito do Sistema Único de Saúde (SUS), em localidades espalhadas por todo o país.

¹ Professor e coordenador do Fundo de Bolsas e do Alumni na Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (Fecap). Doutorando em Administração pela Fundação Getúlio Vargas (FGV-SP), na qual estuda filantropia. Mestre em Administração e bacharel em Administração e Direito pela mesma instituição. Conselheiro da Fundação Amor Horizontal, da Kibô-no-lê, da NHR Brasil e do Conselho Regional de Administração de São Paulo (CRA-SP). Foi diretor-executivo da Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR) de maio de 2015 a janeiro de 2023.

² Pesquisador principal do Núcleo de Pesquisa em Filantropia da Fundação José Luiz Egydio Setúbal e professor da pós-graduação em Políticas Públicas da Universidade Federal do ABC (UFABC). Doutor em Relações Internacionais e Ciência Política pela Universidade de São Paulo (USP) desde 2014. Em 2016 e 2017, foi pesquisador visitante, como aluno de pós-doutorado, do Niehaus Center for Globalization and Governance (NCGG) (Woodrow Wilson School, Princeton University) e, de 2011 a 2013, foi pesquisador visitante na University of California, San Diego (UCSD).

³ Pesquisador coordenador do Núcleo de Pesquisa em Filantropia da Fundação José Luiz Egydio Setúbal e professor da Escola de Economia de São Paulo na FGV-SP. Doutor e mestre em Ciência Política pela USP. Graduado em Ciências Sociais pela mesma universidade. Seus temas principais de pesquisa são filantropia, justiça distributiva, saúde e ética aplicada.

Outra origem comum de tais recursos é a geração de receita própria, aqui entendida como a venda de produtos ou a prestação de serviços realizada diretamente pelas instituições ou por negócios por elas controlados. Não há, no Brasil, restrição jurídica para que uma organização sem fins lucrativos gere renda utilizando-se dos mesmos instrumentos formais das demais empresas. A única ressalva é que elas não podem distribuir lucros auferidos e devem reinvestir o superávit nas atividades da própria instituição (Aninat *et al.*, 2022). Ao mesmo tempo, é pouco conhecida a realidade das organizações que obtêm recursos dessa forma, pois não há nenhuma pesquisa que indique o quanto eles representam para o setor no país. Nos Estados Unidos, porém, constatou-se que a receita própria é a maior fonte de recursos de todo o setor de organizações sem fins lucrativos, com geração de mais de 1 trilhão de dólares em 2015 (Pratt & Aanestad, 2020).

Por fim, a terceira origem mais relevante das receitas das Osfil são as doações. Caracterizadas formalmente como a transferência voluntária de recursos para o bem comum, as doações individuais filantrópicas (para instituições formalmente constituídas) resultaram em mais de R\$ 10,3 bilhões em 2020 (Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social [Idis], 2021), e as doações das grandes empresas, mais de R\$ 1,9 bilhão no mesmo ano (Comunitas, 2021).

Ao analisar as doações no mundo todo, observa-se a prevalência das realizadas por indivíduos (pessoas físicas), principalmente quando comparadas às que são feitas pelas empresas. Se, no Brasil, as doações individuais são quase 10 vezes maiores que as corporativas, nos Estados Unidos, a diferença é ainda maior, na proporção de quase 15 para 1 (Pratt & Aanestad, 2020).

Apesar do considerável volume arrecadado, identificado nas pesquisas, os reais fatores que tornam as Osfil bem-sucedidas no uso das doações individuais ainda são pouco conhecidos no campo da filantropia e da administração de Osfil no Brasil. Não há dúvidas de que as doações oriundas de pessoas físicas são parte fundamental dos recursos que possibilitam o funcionamento das Osfil no Brasil (Vergueiro & Rodríguez, 2015). Gouveia e Daniliauskas (2010), por exemplo, apontam que as doações individuais ganharam mais importância ao longo dos anos 2000. De acordo com os autores, no final da década, 90% das organizações vinculadas à Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais (Abong) retiravam dessa fonte até 20% de sua receita total.

No entanto, há poucas análises que discutem em maior profundidade as variáveis associadas à atividade de captação dessas doações e ao uso de tecnologias de informação e comunicação (TIC) para essa finalidade. De acordo com Salla *et al.* (2019), a ausência de um conhecimento sistematizado sobre o assunto decorre dos seguintes fatores: falta de parâmetros para o monitoramento, dificuldade de acesso a informações e desatualização de dados existentes. Consequentemente, o uso das TIC por Osfil na captação de recursos (doações, uso de *crowdfunding*, Pix, etc.) é uma temática ainda pouco pesquisada de maneira sistemática no Brasil, como também em outros países do Sul Global.

Tendo em vista essa lacuna de estudos, este artigo tem como objetivos avaliar as dinâmicas que determinam a variação nas doações voluntárias de pessoas físicas como fonte de recurso para as Osfil, bem como sua relevância, e analisar as demais origens financeiras. A referência para o artigo serão os dados das pesquisas TIC Organizações Sem Fins Lucrativos de 2022 e de edições anteriores (Comitê Gestor da Internet no Brasil [CGI.br], 2013, 2015, 2017).

Doações voluntárias de pessoas físicas para Osfil entre 2012 e 2022

A pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos mensura diferentes aspectos relacionados às doações voluntárias de pessoas físicas e ao uso das TIC. Mesmo sem o uso dos microdados para esta análise, os dados disponibilizados permitem uma reflexão sobre o papel das doações como fonte de recursos para as Osfil, especialmente diante da comparação com resultados de pesquisas similares conduzidas em 2012, 2014 e 2016.

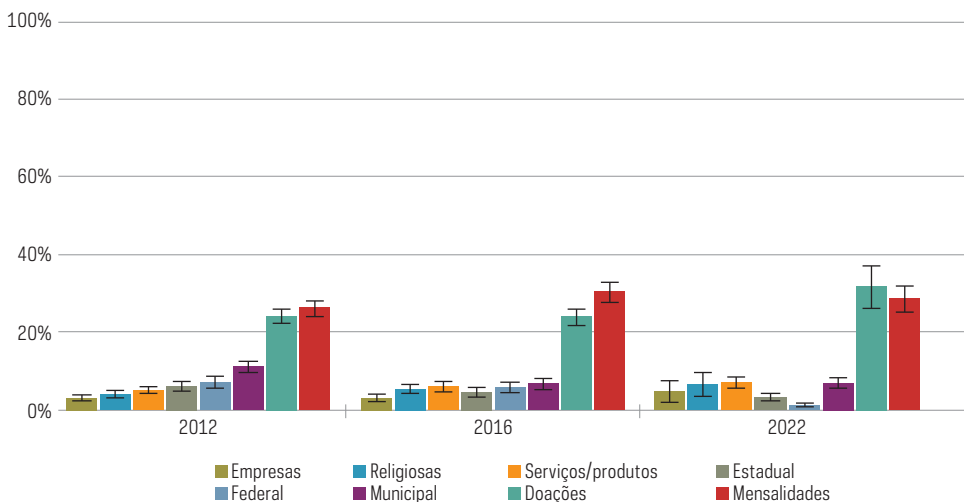
Ao longo da última década, houve pouca variação no papel das doações voluntárias de pessoas físicas como principal fonte de recursos para as Osfil. Se comparadas com as demais fontes, como pode ser observado no Gráfico 1, as doações e mensalidades são as fontes de receitas mais citadas e se distanciam em muito das demais, como recursos oriundos de empresas, das entidades governamentais, das organizações religiosas e provenientes de produtos e serviços⁴. A diferença entre doações e mensalidades e as demais fontes aumentou em 2022; porém, no que tange apenas às doações, e levando em conta a margem de erro, representada pelas barras de erro no topo das barras principais, ela é praticamente inexistente. Por exemplo, teria valor máximo de 25,8% em 2012 e 25,9% em 2016, e valor mínimo de 26,1% em 2022 (Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR [NIC.br], 2023). Portanto, mesmo considerando as mudanças impostas pela pandemia COVID-19 e diante da queda de recursos públicos, não é possível observar o ganho de importância das doações individuais em comparação ao das mensalidades.

⁴ No Gráfico 1, foram incluídas apenas as principais fontes. No entanto, as categorias originais são as seguintes: "Governos de outros países", "Organismos internacionais", "Doações voluntárias de pessoas físicas", "Venda de produtos/serviços", "Contribuições sindicais", "Mensalidades e anuidades pagas pelos associados", "Órgãos governamentais federais", "Órgãos governamentais estaduais", "Órgãos governamentais municipais", "Empresas privadas", "Outras organizações sem fins lucrativos", "Igrejas ou organizações religiosas", "Empresas públicas ou mistas" e "Outros".

GRÁFICO 1

ORGANIZAÇÕES, POR PRINCIPAL FONTE DE RECURSOS (2012-2022)

Total das organizações (%)



FONTE: ELABORADO PELOS AUTORES COM BASE EM NIC.BR (2023).

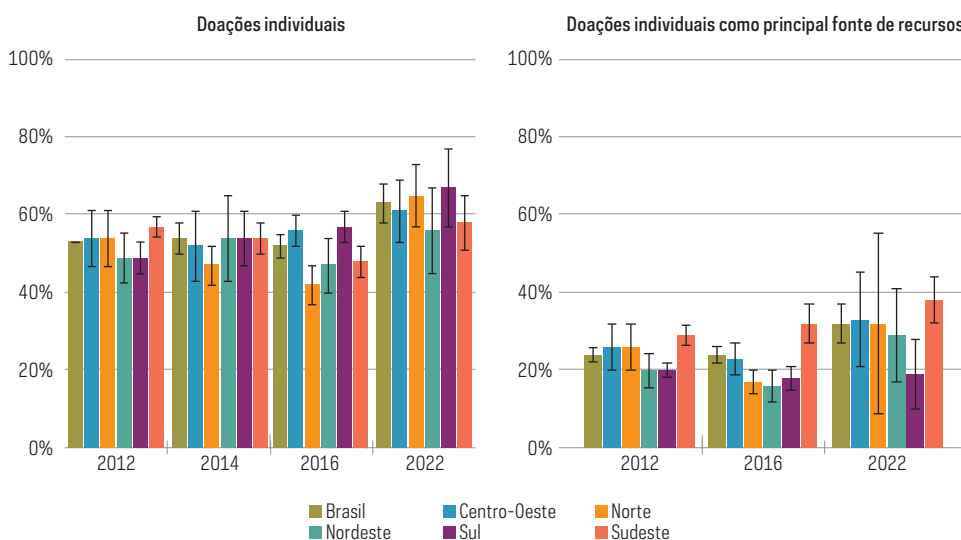
Pode-se debater se esta é uma questão mais relacionada à oferta ou demanda. Por um lado, pode existir pouca oferta de doação, com poucos indivíduos doando ou propensos a doar; por outro, existe uma possibilidade de que haja pouca demanda de doação, com as organizações sem interesse em recorrer à captação de recursos ou fazendo-o de forma inadequada. Na pesquisa Doação Brasil (Idis, 2021), 40% da população informou ter feito pelo menos uma doação às Osfil em 2020. Mesmo que consideremos apenas a população economicamente ativa do país (Secretaria de Política Econômica [SPE], 2022), ainda assim seriam mais de 50 milhões de doadores.

Para entender esse assunto em maior profundidade, a dinâmica das doações foi observada entre 2012 e 2022, tendo em conta as características das organizações, como localização (regiões), tamanho e área de atuação. Para tanto, utilizaram-se duas questões da pesquisa: a que estudou a proporção de organizações que recebem doações voluntárias de pessoas físicas, entre outras fontes, e a que apresentou a proporção das organizações que têm as doações como a principal fonte de receita (NIC.br, 2023).

No Gráfico 2, que apresenta o resultado das duas questões segmentado por país e por regiões, pode-se verificar um leve aumento da proporção nacional de organizações que passaram a receber doações a partir de 2022: de 52% para 63% (NIC.br, 2023). A margem de erro fica restrita a três pontos percentuais de crescimento real. No entanto, não é possível falar em diferenças regionais com os dados disponíveis.

O mesmo pode-se dizer para as organizações que contam com esse tipo de doação como principal fonte de recurso. Entre 2012 e 2016⁵, os números foram praticamente idênticos, como já apontamos no Gráfico 1, sem que seja possível identificar uma diferença regional significativa entre as organizações.

GRÁFICO 2

ORGANIZAÇÕES QUE RECEBEM DOAÇÕES INDIVIDUAIS, POR REGIÃO (2012-2022)*Total das organizações (%)*

FONTE: ELABORADO PELOS AUTORES COM BASE EM NIC.BR (2023).

Para a análise da dinâmica das doações de acordo com o porte das organizações, o número de funcionários foi utilizado como *proxy* e as organizações foram divididas em três categorias: a) sem funcionários remunerados, b) com 1 a 9 funcionários remunerados, e c) com mais de 10 funcionários remunerados.

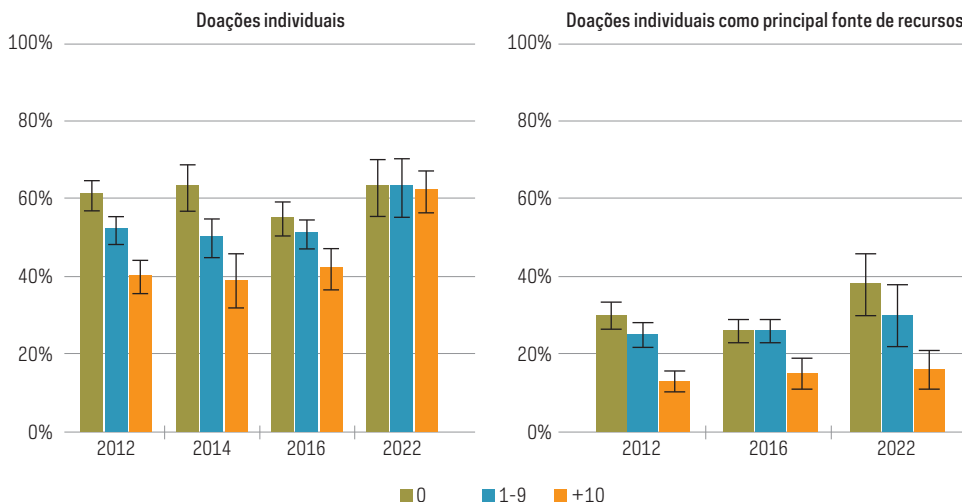
O Gráfico 3 indica que, a partir de 2022, aumentou o número de organizações de maior porte que receberam doações individuais, uma vez que esse número era de 40% em 2012 e foi para 62% em 2022. Apesar dessa variação, são as instituições de menor porte que contam com maior proporção de doações como fonte de recursos. No entanto, não é possível afirmar que a importância dessa fonte tenha variado ao longo dos últimos dez anos (NIC.br, 2023).

⁵Essa pergunta não consta da pesquisa de 2014.

GRÁFICO 3

ORGANIZAÇÕES QUE RECEBEM DOAÇÕES INDIVIDUAIS, POR PORTE (2012-2022)

Total das organizações (%)

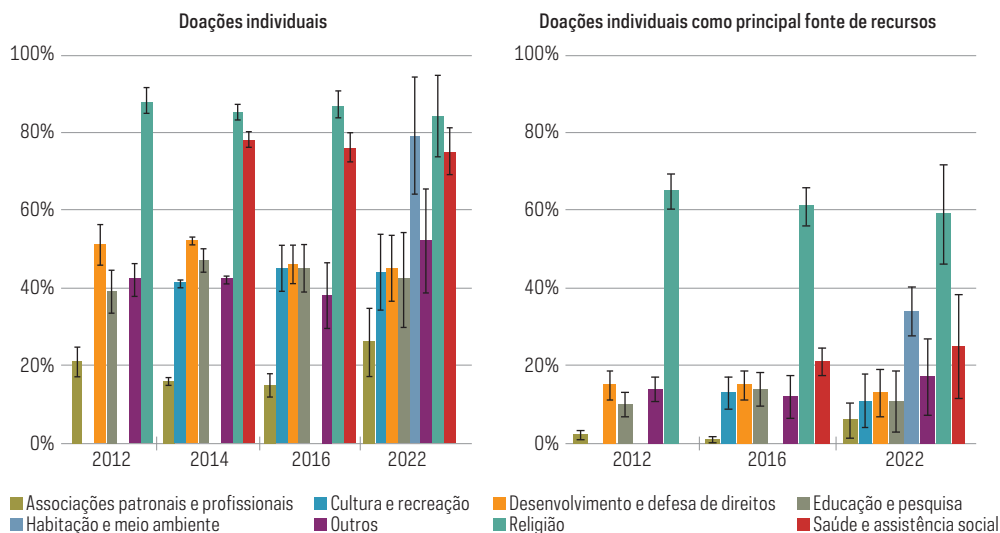


FONTE: ELABORADO PELOS AUTORES COM BASE EM NIC.BR (2023).

Apesar disso, as Osfil das áreas religiosa, de saúde e assistência social e de habitação e meio ambiente se destacam das demais, como observado no Gráfico 4. Além disso, quando olhamos para as organizações que têm as doações individuais como principal fonte de recurso, as que atuam na área religiosa e aquelas da habitação e meio ambiente são as que se sobressaem.

De forma geral, a análise mostra uma baixa variação ao longo dos últimos dez anos. Primeiro, é necessário salientar que, nas diferentes edições, as áreas foram categorizadas de diferentes formas. Em 2012, eram cinco as áreas de atuação mencionadas e, nesta última edição, são oito: “associações patronais e profissionais”, “cultura e recreação”, “educação e pesquisa”, “desenvolvimento e defesa de direitos”, “religião”, “saúde e assistência social”, “habitação e meio ambiente” e “outros”.

GRÁFICO 4

ORGANIZAÇÕES QUE RECEBEM DOAÇÕES INDIVIDUAIS, POR ÁREA DE ATUAÇÃO (2012-2022)*Total das organizações (%)*

FONTE: ELABORADO PELOS AUTORES COM BASE EM NIC.BR (2023).

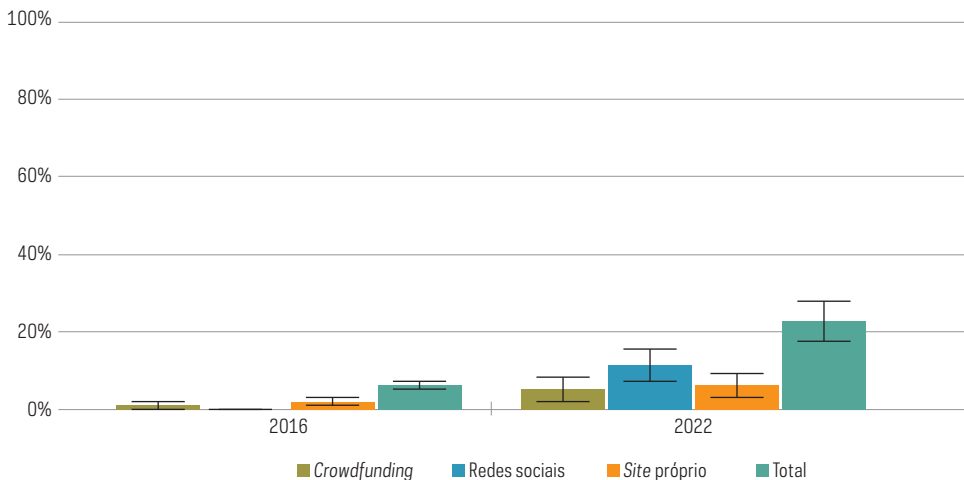
Uma das questões que chamam a atenção quando refletimos sobre a busca por doações individuais é o baixo uso da tecnologia por parte das Osfil, mais especificamente da Internet.

Apesar disso, pode-se constatar efetivamente um aumento de captação por meio digital, quando comparamos os anos de 2016 e 2022⁶. O Gráfico 5 mostra que, em 2016, 5% das organizações receberam doações pela Internet, enquanto esse número passou para 22% em 2022. No entanto, observou-se uma baixa institucionalização da prática, com pouco uso de campanhas de financiamento coletivo (*crowdfunding*) e da página das próprias organizações na Internet (*website*).

⁶ A pergunta foi apresentada apenas nas pesquisas realizadas nos anos identificados no Gráfico 5.

GRÁFICO 5
ORGANIZAÇÕES QUE RECEBEM DOAÇÕES PELA INTERNET, POR CANAL DE CAPTAÇÃO (2016-2022)

Total das organizações (%)



FONTE: ELABORADO PELOS AUTORES COM BASE EM NIC.BR (2023).

Conclusão

Embora seja importante estudar e entender a questão das doações como fonte de receita das organizações sem fins lucrativos, no Brasil, o tema ainda recebe pouca atenção científica. São raros estudos como a pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos, que nos permite um olhar atento sobre o assunto. A edição de 2022 tem o mérito de dar continuidade às versões anteriores e consolida uma série histórica sobre as principais fontes de receita das Oslil brasileiras e como estas utilizam tecnologia para a captação de recursos.

Ainda que a variação da doação individual como fonte de recursos tenha sido pequena nos resultados de 2022, conforme apresentamos na análise, é importante notar que ela se consolidou como a mais comum fonte no setor, ultrapassando, na proporção, a relevância das taxas associativas. Ademais, e à exceção das doações e das taxas associativas, nenhuma outra fonte de recursos pesquisada é comum a mais de 10% das instituições brasileiras, reforçando a relevância dessas duas fontes.

Na análise, observa-se também que o perfil das organizações pouco influencia o peso que a doação tem como fonte de receita. Independentemente do tamanho das organizações, de sua localização no Brasil ou de sua área de atuação, a doação aparece na mesma proporção para todas elas. Isso pode nos levar a inferir que, de forma geral, todo o setor de organizações sem fins lucrativos já esteja efetivamente priorizando a doação como fonte de receitas, sem distinção de perfil.

Caso essa realidade se altere positivamente nas próximas edições da pesquisa, a tendência é que as doações individuais passem a ter relevância ainda maior para as instituições sem fins lucrativos brasileiras. Um ponto interessante a se estudar no futuro, que a pesquisa não consegue captar, é que o tipo de doação recebido pelas Osfil pode variar, bem como o volume, o que nos permitiria uma compreensão ainda mais abrangente do tema.

Outra consideração importante é que, dado o peso que os canais digitais têm na captação de recursos nas organizações, eles ainda são bem pouco utilizados, conforme os dados apresentados na pesquisa. Seria esperado, porém, que esse resultado fosse diferente, considerando que o Brasil passou nos últimos anos pela pandemia COVID-19, que teve como resultado indireto o aumento expressivo da conectividade entre pessoas e corporações. Talvez esse avanço não tenha sido refletido na realidade das Osfil, no que diz respeito à captação de recursos, por mais que as técnicas digitais estejam amplamente disponíveis no momento.

Por fim, mesmo que não seja essa a intenção primordial da pesquisa TIC Organizações Sem Fins Lucrativos, ela permite avanços no estudo das doações filantrópicas no Brasil. Essa compreensão é fundamental para que o próprio setor possa desenvolver estratégias e práticas que alavanquem ainda mais as doações, tornando as organizações cada vez mais independentes por meio da contribuição financeira das pessoas que nelas acreditam.

Referências

- Aninat, M., Vallespin, R., & Villar, R. (2022). *Rules and incentives: Mapping the legal framework for non-profit organisations and philanthropy in Latin America and the Caribbean*. Wings; Cefis; Iupui. <https://wings.issueelab.org/resource/rules-and-incentives-mapping-the-legal-framework-for-non-profit-organisations-and-philanthropy-in-latin-america-and-the-caribbean.html>
- Bekkers, R., & Wiepking, P. (2011). A literature review of empirical studies of philanthropy: Eight mechanisms that drive charitable giving. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(5), 924-973. <https://doi.org/10.1177/0899764010380927>
- Comitê Gestor da Internet no Brasil. (2013). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas organizações sem fins lucrativos brasileiras: TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2012*. <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nas-organizacoes-sem-fins-lucrativos-brasileiras-tic-organizacoes-sem-fins-lucrativos-2012/>
- Comitê Gestor da Internet no Brasil. (2015). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas organizações sem fins lucrativos brasileiras: TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2014*. <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nas-organizacoes-sem-fins-lucrativos-brasileiras-tic-osfil-2014/>
- Comitê Gestor da Internet no Brasil. (2017). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas organizações sem fins lucrativos brasileiras: TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2016*. <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nas-organizacoes-sem-fins-lucrativos-brasileiras-tic-osfil-2016/>
- Comunitas. (2021). *Bisc 2021*. <https://mapaosc.ipea.gov.br/arquivos/posts/6033-bisc2021.pdf>
- Gouveia, T., & Daniliauskas, M. (2010). Perfil das associadas à Abong. In Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais. *Sustentabilidade das ONGs no Brasil: acesso a recursos privados* (pp. 61-79).
- Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. (2021). Mapa das organizações da sociedade civil. *Em questão – evidências para políticas públicas*, 6. <https://mapaosc.ipea.gov.br/arquivos/posts/2796-pb6mapaversaodivulgacao.pdf>
- Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social. (2021). *Pesquisa Doação Brasil 2020*. <https://pesquisadoacaobrasil.org.br/>
- Lei n. 13.109, de 31 de julho de 2014. (2014). Estabelece o regime jurídico das parcerias entre a administração pública e as organizações da sociedade civil, em regime de mútua cooperação, para a consecução de finalidades de interesse público e recíproco, mediante a execução de atividades ou de projetos previamente estabelecidos em planos de trabalho inseridos em termos de colaboração, em termos de fomento ou em acordos de cooperação; define diretrizes para a política de fomento, de colaboração e de cooperação com organizações da sociedade civil; e altera as Leis n.ºs 8.429, de 2 de junho de 1992, e 9.790, de 23 de março de 1999. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2014/Lei/L13019compilado.htm
- Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. (2023). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas organizações sem fins lucrativos brasileiras: TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2022* [Tabelas]. <https://cetic.br/pt/pesquisa/osfil/indicadores/>

Pratt, J., & Aanestad, K. (2020). An NPQ exclusive: The 2020 map of the nonprofit economy. *Nonprofit Quarterly*. <https://nonprofitquarterly.org/infographics/npqs-illustrated-nonprofit-economy/>

Salla, A. L. M., Sanches, M. B. B., & Salinas, N. S. C. (2019). *Incentivos regulatórios à filantropia individual no Brasil*. Gife; FGV-SP; FGV-RJ. <https://sinapse.gife.org.br/download/incentivos-regulatorios-a-filantropia-individual-no-brasil>

Secretaria de Política Econômica. (2022). *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: PnadC*. <https://www.gov.br/fazenda/pt-br/centrais-de-conteudos/publicacoes/conjuntura-economica/emprego-e-renda/2022/informativo-pnad-jan2022.html>

Vergueiro, J. P. A., & Rodríguez, M. E. (2015). São os indivíduos. In Comitê Gestor da Internet no Brasil. *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas organizações sem fins lucrativos brasileiras: TIC Organizações Sem Fins Lucrativos 2014* (pp. 65–71). <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nas-organizacoes-sem-fins-lucrativos-brasileiras-tic-osfil-2014/>

ENGLISH

Foreword

In September 2022, the Brazilian Network Information Center (NIC.br) celebrated the outstanding mark of 5 million names registered under the .br domain¹. If we consider the countries that are members of the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) and the G20, .br occupies the fifth position among the country code Top-Level Domains (ccTLD).

In 2022, the .br domain also registered the milestone of more than 1.5 million domains protected by Domain Name System Security Extensions (DNSSEC), which ensures that the contents of the Domain Name System (DNS) are properly validated. This technology prevents attacks on the system and ensures the reliable origin of domain resolution.

The NIC.br action model is considered to be an international benchmark in technical and operational areas regarding Internet governance. This model allows the revenue from the registration of domains to be reverted to additional projects, which contribute to the strengthening of the Internet in the country. Among the activities conducted by NIC.br, the following stand out: the implementation and operation of Internet exchange points (IX.br), a direct metropolitan interconnection between networks that make up the Brazilian Internet; the measurement of broadband quality by systems developed internally and made available to all; and the handling of network security incidents and actions for the dissemination of good practices on the Web.

NIC.br also offers regular training courses and events for representatives of the public and private sectors, sustainably expanding knowledge among relevant actors for Internet governance.²

The responsibilities of NIC.br also include the production and dissemination of reliable and representative statistical data on access to and use of digital technologies in the various segments of society. This activity is carried out by the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br)³, which conducts regular and reliable sector surveys and studies. The work carried out by Cetic.br|NIC.br

¹For more information, see the news story *NIC.br passes the mark of five million registered domains*. <https://nic.br/noticia/releases/nic-br-passa-a-marca-de-cinco-milhoes-de-dominios-registrados/>

²For more information, see: <https://nic.br/atividades/>

³For more information, see: <https://cetic.br/>

has gained national and international prominence due to the quality and innovative methods used for producing statistical data on information and communication technologies (ICT).

Since the publication of the first edition of the ICT Households and ICT Enterprises surveys, in 2005⁴, Cetic.br|NIC.br has carried out more than 18 years of ongoing work in the production of statistical data, based on rigorous and internationally comparable methodologies. This experience makes it a world reference center dedicated to measuring the opportunities and challenges related to the use of digital technologies by society. The indicators produced by Cetic.br|NIC.br have generated an important historical series of data that allows the monitoring of changes in Internet supply and demand in the country, facilitating the monitoring of advances in digital inclusion policies in the last two decades.

Through the constant updating of its projects and the implementation of methodological innovations, the studies and surveys conducted by Cetic.br|NIC.br also allow the monitoring of emerging themes and new trends observed in the sector. At a time of rapid spread of disruptive technologies – such as the growth in the use of systems based on Artificial Intelligence (AI) in many sectors of society and the expansion of the digital economy increasingly based on data storage, processing, and flow –, the studies conducted by Cetic.br|NIC.br have become important sources of reference and a basis for qualified discussions on the impacts of these trends on society.

These studies are also in line with essential guidelines for sustainable social development. This includes the promotion of education, well-being and health care, accessibility and diversity, culture, democratic and participatory access to government services, digital security, and attention to privacy and other rights, in both online and offline spaces.

The indicators produced by Cetic.br|NIC.br generate input so that public managers can develop more effective actions in expanding the population's access to and use of technologies. Additionally, these indicators are essential for researchers and international and civil society organizations in assessing the implications of ICT in various social groups and contexts.

With this publication in hand, readers will join the hundreds of experts, entities, institutions, and organizations that make up the network of those who support the actions carried out by NIC.br. This edition, whether in print or on the screen of a digital device, is the materialization of the endeavor undertaken by Cetic.br|NIC.br teams and its wide collaboration network to distribute another set of updated data and thus continue contributing to the evolution of the Internet in Brazil.

Enjoy your reading!

Demi Getschko

Brazilian Network Information Center – NIC.br

⁴For more information, see the publication *Survey on the Use of Information and Communication Technologies in Brazil 2005 - ICT Households and ICT Enterprises*. <https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-2005.pdf>

Presentation

In December 2019, the Brazilian Network Information Center (NIC.br) and the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br) – in partnership with the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) and the Brazilian government, through the Ministry of Foreign Affairs (MRE) and the Ministry of Science, Technology, Innovations and Communications (MCTIC) – held the Regional Forum on Artificial Intelligence in Latin America and the Caribbean. The forum took place at the University of São Paulo (USP) and its theme was Artificial Intelligence: Towards a Humanistic Approach. It brought together experts in various fields of knowledge to discuss the opportunities, advances and critical points related to the increasing dissemination of systems that use Artificial Intelligence (AI). It is now a little over three years since the forum was held, and many of the issues discussed have gained more relevance and urgency. They include algorithmic ethics and the need to better define dimensions such as explainability and transparency in the development of AI systems and agents.

Recently, the debate about these issues has gained more attention due to the growing dissemination of the use of systems based on generative AI, such as chatbots, and their integration into applications, platforms and software commonly used by the population, such as: email servers; Internet search systems; platforms for sharing digital content; and spreadsheet and word processing software, among others.

The development of AI is occurring at an accelerated pace. In late 2022, the company OpenAI announced the launch of ChatGPT-3, one of the leading AI-based services on the market. Within a few months, this service had been accessed by millions of users. Just over three months later, in March 2023, the company announced a new version of ChatGPT, with enhancements that gave the system's responses greater accuracy, making it even more difficult to differentiate text produced by an AI agent from text produced by humans.

Faced by this the new context, governments and societies must dedicate themselves to producing solutions that favor innovation, while mitigating the risks inherent in the adoption of disruptive technologies. Brazil has taken important steps toward the digital transformation of society, organizations, and the government, such as the launch of the

Brazilian Digital Transformation Strategy (e-Digital)¹ in 2018. In 2021, the Brazilian Artificial Intelligence Strategy (Ebia)² was launched, establishing guidelines for the development of AI in the country, with the aim of driving innovation, productivity, and the generation of value for society. All these initiatives are strengthened by the work of CGI.br and NIC.br in Internet governance, and their role is fundamental for the consolidation of these debates, based on a multisectoral perspective.

It is worth mentioning that in the area of AI governance, Ebia foresees the creation of an observatory to map the presence and monitor the impacts of these AI systems in the different sectors of society. The creation of the Brazilian Artificial Intelligence Observatory (Obia) will rely on the experience of NIC.br and the cooperation of strategic players, such as the Center for Strategic Studies and Management (CGEE), the Center for Artificial Intelligence (C4AI) of USP, and the Seade Foundation of the Government of the state of São Paulo.

Cetic.br, a department of NIC.br, annually produces and publishes updated and reliable statistical data, analyses, and studies through ICT surveys, providing essential input to monitor the implementation of digital strategies such as Ebia and e-Digital. The surveys conducted by Cetic.br|NIC.br are also important for the development of digital policies in various sectors and for monitoring the progress of digital technologies in Brazil.

The ICT survey indicators are essential references in fulfilling the Brazilian government's goals related to expanding connectivity, inclusion, and digital education to all regions of the country, as one way to promote equity, universality, and democratization of the quality of life for the population.

José Gustavo Sampaio Gontijo

Brazilian Internet Steering Committee – CGI.br

¹For more information, see the publication made available by the Ministry of Science, Technology and Innovations (MCTI) at <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/estrategia-de-governanca-digital/eDigital.pdf>

²For more information, see the publication made available by the Ministry of Science, Technology and Innovations (MCTI) at https://www.gov.br/mcti/pt-br/acompanhe-o-mcti/transformacaodigital/arquivosinteligenciaartificial/ebia-documento_referencia_4-979_2021.pdf



**EXECUTIVE
SUMMARY**

—
**ICT NONPROFIT
ORGANIZATIONS
SURVEY
2022**

Executive Summary

ICT Nonprofit Organizations 2022

In its fourth edition, the ICT Nonprofit Organizations 2022 survey was carried out between February and July 2022, in a context marked by the effects of the COVID-19 pandemic and the resumption of face-to-face activities. The survey results allow us to identify the changes related to information and communication technologies (ICT) access, use, and appropriation in Brazilian nonprofit organizations influenced by the context of the pandemic, as well as the challenges to access and use that still persist. The data also reflects the effects of ICT use on the operations of these organizations and the relationship between them and their target audiences, other organizations, key actors, and society in general.

PROFILE OF ORGANIZATIONS

Indicators related to the organizations' administrative capacities show that in 2022 there was an increase in the proportion of organizations with specific areas or departments. An example is that 80% of organizations had administrative areas or departments, and 68% had finance or accounting areas or departments. The organizations that presented the highest proportions of all the areas investigated were those with 10 or more paid workers and those that operated in the area of education and research. Organizations also hired third-party services, most notably those related to finance or accounting (68%) and information technology or informatics services (31%). In addition, organizations in the sector presented a high number of volunteers: 86% had at least one volunteer and more than half had at least ten volunteers (58%).

THERE WERE
ADVANCES
RELATED TO
INFRASTRUCTURE,
BUT THERE ARE
STILL CHALLENGES
TO MORE
MEANINGFUL
CONNECTIVITY

Regarding financial capacities, most organizations relied on voluntary donations by individuals (63%), a proportion that increased by 12 percentage points compared to the 2016 edition. In the case of organizations that received donations from individuals, half received donations occasionally, 46% monthly, and only 2% biannually. The proportion of organizations that relied on monthly or annual fees paid by members was also significant (47%). There was an increase in the proportion of organizations

that received funding from churches and religious organizations, as well as other nonprofit organizations. As for government funding, there was a decrease in the proportion found in 2022 when compared to the 2016 edition.

ICT INFRASTRUCTURE

The results of the ICT Nonprofit Organizations 2022 survey point out that there were advances related to infrastructure, but there are still challenges to more meaningful connectivity. The data shows a predominance of mobile phone use, which imposes barriers to the diversification of the activities carried out. Furthermore, there were higher proportions of the use of desktop computers in organizations with 10 or more paid workers and in those that operated in the area of education and research (Chart 1). In addition, among those that used devices, most were personal and not owned by the organizations, which was more common among smaller organizations and those that worked in development and defense of rights, and housing and the environment.

Regarding the Internet use, an increase was observed since the 2016 edition, although it

was more present in organizations with 10 or more paid workers and among those in the area of education and research (Chart 2). Along with the growth in Internet use, there was also expansion in the use of fiber-optic connections. The survey also shows that most organizations used Wi-Fi, but only 38% made it available to the public. With the greater presence of fiber-optic connections in nonprofit organizations, the speed of reported connections was also higher. An example is that connections with speeds over 30 up to 100 Mbps were used by about half of the organizations.

ONLINE PRESENCE VIA WEBSITES REMAINED STABLE, WHILE PRESENCE ON ONLINE PLATFORMS AND SOCIAL NETWORKS INCREASED

ICT USE

The 2022 edition of the survey shows that the online activities carried out at higher proportions were still those related to communication, such as sending e-mails or using instant messaging, and searching for information. Significant growth between 2016 and 2022 was observed in the use of instant messaging and telephone via the Internet and VoIP calls or videoconferences via Internet. Regarding fundraising via the Internet, 22% of organizations received donations through the Internet in 2022, a level that increased substantially compared to the 2016 edition.

Regarding online fundraising channels, there was an increase between 2016 and 2022 in all investigated channels (social networks or platforms where organizations are present, organization websites, and crowdfunding campaigns or websites). However, digital channels were used at low proportions.

The results of the survey show that among organizations that had Internet access, 68% had carried out some e-government activity in the 12 months prior to the survey. As occurs with other indicators, the proportions were higher among those with 10 or more paid workers and those operating in education and research. The most

performed activities include those that involve searching for information and transactions. There was an increase in some of these activities, especially paying taxes and fees online.

Regarding the type of software, adoption was highest to carry out activities related to finance and accounting and storage of digital archives. The use of customer relationship management (CRM) software was low, as only 12% reported having used it in the 12 months before the survey. When it comes to paying for cloud services, only 21% of organizations paid for file storage or database in the cloud, 19% for e-mail in the cloud, 11% for office software

in the cloud, and 11% for processing capacity in the cloud.

INTERNET PRESENCE

The online presence of nonprofit organizations was still restricted, especially with regard to websites, both their own and third-party ones. Online presence via websites remained stable, while presence on online social platforms and networks increased, being Facebook the most commonly used. Larger organizations had a greater presence via websites and social networks than smaller ones (Chart 3). The indicators related to the activities carried out by organizations on social networks show that they were similar to the resources available on their websites, and the most frequent were those related to the dissemination of information and activities (Chart 4).

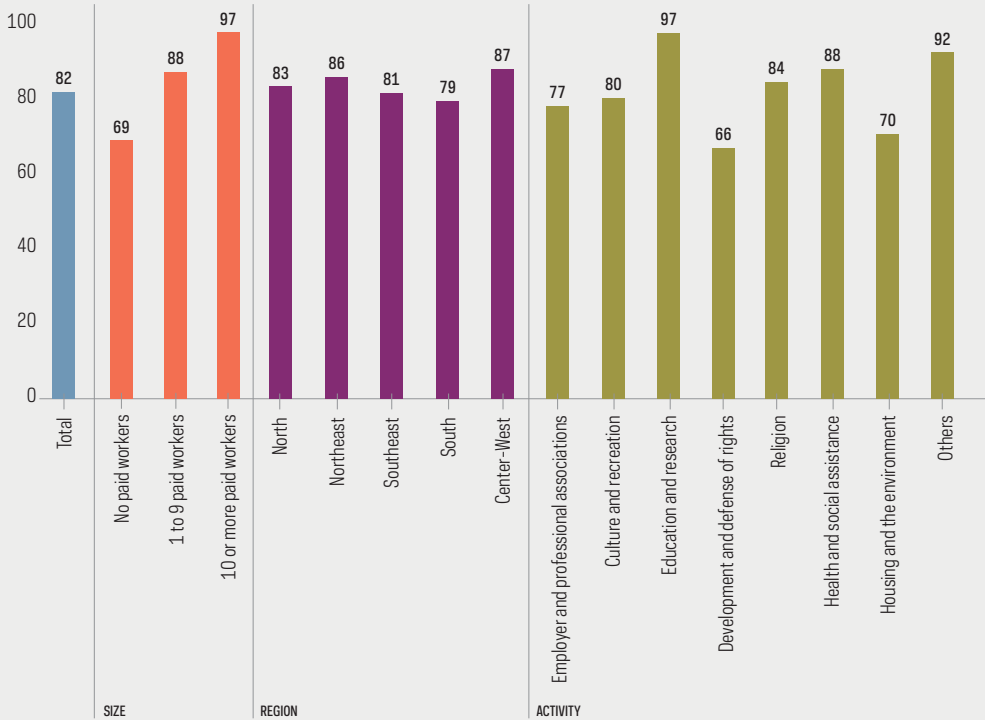
SURVEY METHODOLOGY AND ACCESS TO DATA

The ICT Nonprofit Organizations survey aims to map out the infrastructure, use, and appropriation of ICT in Brazilian nonprofit organizations. In 2022, 1,529 managers of nonprofit organizations were interviewed,

CHART 1
ORGANIZATIONS BY DEVICES (2022)
Total number of organizations (%)

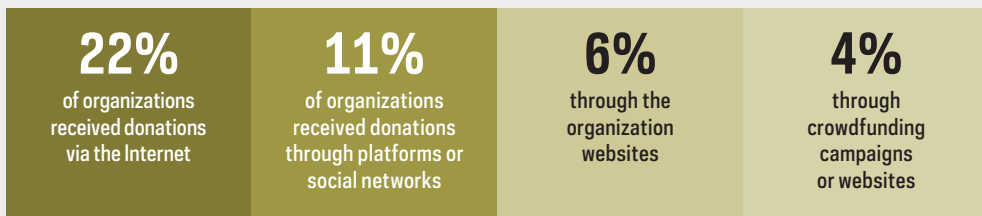


CHART 2
ORGANIZATIONS BY INTERNET USE (2022)
Total number of organizations (%)



randomly selected based on the 2020 Central Register of Enterprises (Cempre) of the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE). Data collection was carried out between February and July 2022 through computer-assisted telephone interviews (CATI). The results of the ICT Nonprofit

Organizations 2022 survey, including the tables of proportions, total values, and margins of error, are available on the Cetic.br|NIC.br website (<https://cetic.br>). The methodological and data collection reports can be consulted in both the printed publication of the survey and on the website.



Barriers to ICT use

The results show that there are challenges related to ICT infrastructure and information technology (IT) capacity among Brazilian nonprofit organization. Among the difficulties in computer use, most reported having limited financial resources to invest in technology. Other difficulties included lack of adequate devices to access the Internet and lack of digital skills of team members.

The ICT Nonprofit Organizations 2022 survey addressed issues related to compliance with the Brazilian General Data Protection Law (LGPD) in these organizations. However, the results point out that this process is still a challenge for organizations. An example is that only 27% of organizations had offered internal training on privacy and data protection to paid workers and/or volunteers in the last 12 months. This practice was more common among organizations with 10 or more paid workers and those in the areas of education and research, and religion. Only 10% reported that they paid for external courses on the topic for their staff.



CHART 3
ORGANIZATIONS BY WEBSITES AND/OR SOCIAL NETWORKS, BY SIZE AND ACTIVITY (2022)
Total number of organizations (%)

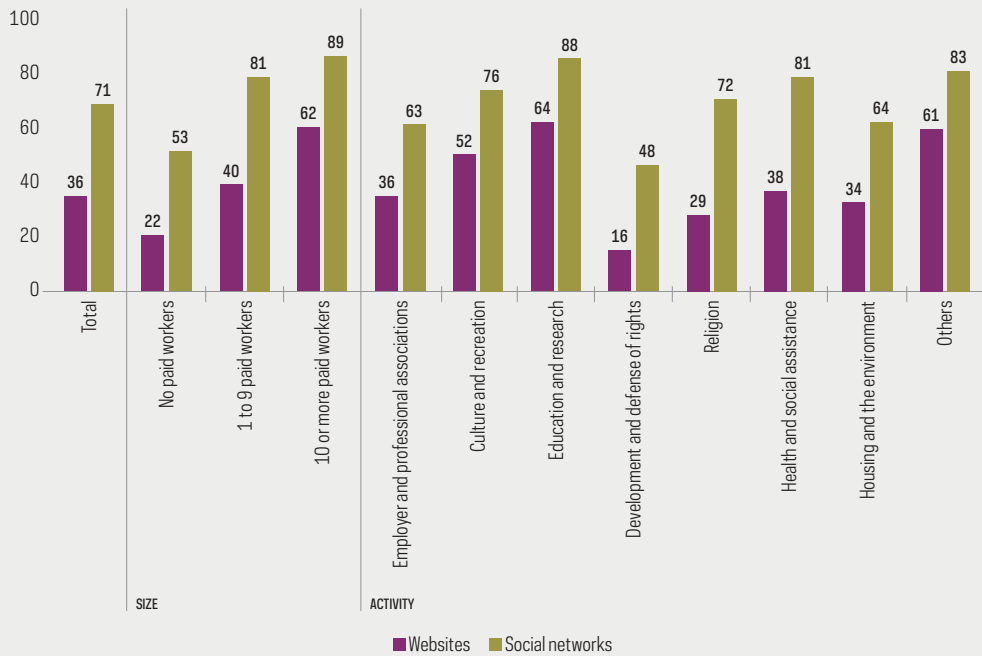
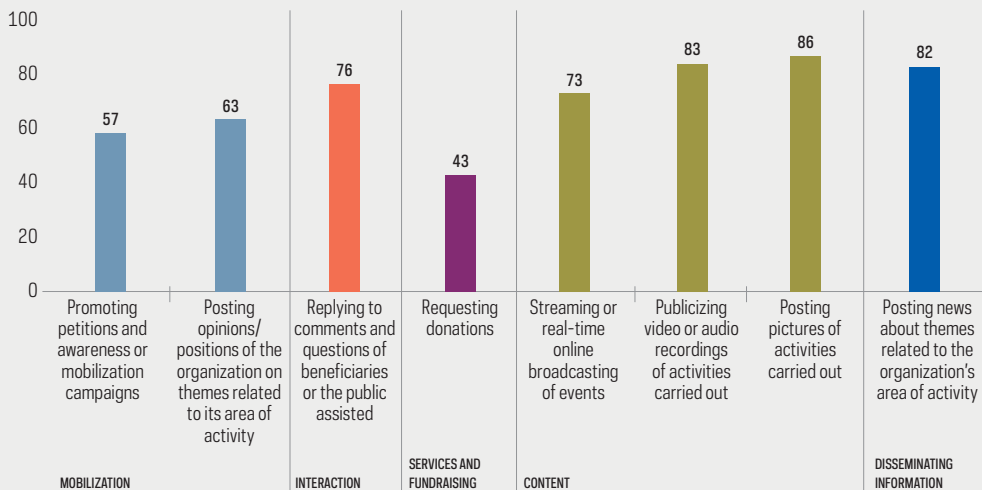


CHART 4
ORGANIZATIONS WITH SOCIAL NETWORK PROFILE OR ACCOUNTS BY ACTIVITIES CARRIED OUT (2022)
Total number of organizations with Internet access and social network profiles or accounts (%)





Access complete data from the survey

The full publication and survey results are available on the **Cetic.br** website, including the tables of proportions, totals and margins of error.





METHODOLOGICAL REPORT

ICT NONPROFIT ORGANIZATIONS SURVEY 2022

Methodological Report

ICT Nonprofit Organizations

The Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br), through the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br), a department of the Brazilian Network Information Center (NIC.br), presents the methodology of the survey on the use of information and communication technologies (ICT) in Brazilian nonprofit organizations – ICT Nonprofit Organizations. This survey seeks to broaden the understanding of the use of ICT in civil society organizations in Brazil, institutions that are central in promoting sustainable human development.

The survey was developed based on other international and national studies, such as the *Private Foundations and Non-profit Associations in Brazil* (Fasfil) and the *Handbook on Non-Profit Institutions in the System of National Accounts*. The construction of the survey also considered other studies on civil society organizations and received the collaboration of experts on the subject.

Survey objectives

The main objective of the ICT Nonprofit Organizations survey is to produce indicators and statistics on the incorporation of ICT in civil society organizations, their use in managing and carrying out activities, and possible benefits for the communities in which they operate. It also collects data on dimensions related to the administrative and financial capacities of these organizations. Specifically, it seeks to investigate:

1. ICT infrastructure;
2. use of ICT for managing and carrying out activities;
3. ICT capability and skills;
4. financial and administrative capacities of the organizations.

Concepts and definitions

In order to allow comparative analyses with other countries, the ICT Nonprofit Organizations survey based its conceptual framework on the *Handbook on Non-Profit Institutions in the System of National Accounts* produced by the United Nations Statistics Division, in conjunction with Johns Hopkins University (JHU), and published in 2002 (United Nations [UN], 2002). The investigation also considered previous experiences regarding the use of international standards to evaluate the Brazilian scenario, as in the case of the Fasfil study, conducted by the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE) and the Institute for Applied Economic Research (Ipea) in 2016 and published in 2019.

NONPROFIT ORGANIZATIONS

Considering this conceptual framework, the analyzed nonprofit organizations were defined as:

- a. private and, therefore, not integrated with the state apparatus;
- b. nonprofit, i.e., organizations that do not distribute potential surpluses among owners or directors and whose primary motivation for being in operation is not to generate profit – they might generate it, as long as it is invested in their core activities;
- c. institutionalized, i.e., legally constituted;
- d. self-managed or capable of managing their own activities; and
- e. voluntary, which means that they can be freely constituted by any group of people, i.e., the activity of that association or foundation of the organization is freely decided by partners and founding members (IBGE, 2019).

The survey's target population was defined by using the Classification of the Purposes of Non-Profit Institutions Serving Households (COPNI). This definition corresponds to the classification adopted in the last Fasfil study, collected by IBGE in 2016. Based on the classification used, some of the COPNI activities were considered to define the universe of institutions that would be surveyed.

The Table of Legal Nature identifies the legal-institutional constitution of private and public organizations in the country according to five broad categories: “public administration,” “business organizations,” “nonprofit organizations,” “individuals and international organizations,” and “other extraterritorial institutions” (IBGE, 2021).

CORE ACTIVITIES

The classification of organizations by core activity was developed from a set of activities collected from IBGE's Fasfil study, as shown in Table 1.

TABLE 1
CLASSIFICATION OF ORGANIZATIONS BY CORE ACTIVITY

Core activity	COPNI	COPNI description
Health and social assistance	022 and 050	Other health services Social assistance
Culture and recreation	031 and 032	Culture and art Sport and recreation
Education and research	046 and 048	Studies and surveys Other forms of education/teaching
Development and defense of rights	091, 092, 093, 094, 095, and 096	Neighborhood associations Community centers and associations Rural development Employment and training Defense of the rights of groups and minorities Other forms of development and defense of rights
Religion	060	Religion
Employer and professional associations	073, 074, and 075	Business and employers associations Professional associations Rural producers associations
Housing and environment	010 and 080	Housing Environment and animal protection
Other	108	Other private nonprofit institutions not specified above

SIZE

Regarding organization size, the ICT Nonprofit Organizations survey considers those with no paid workers, those with 1 to 9 paid workers, and those with 10 or more paid workers. Paid workers are those with or without employment contracts who are paid regularly for their work.¹

¹ This sample selection considered the numbers of paid workers according to Cempre, defined by IBGE as those with or without employment contracts who are remunerated directly by the organization. The number of paid workers includes salaried employees, freelancers paid directly by the organization, employees and associates, family members, and temporary workers. Third parties and consultants are not included.

TARGET POPULATION

The survey's target population includes all Brazilian nonprofit organizations registered with IBGE's Central Register of Enterprises (Cempre) (IBGE, 2022), classified under the legal natures and COPNI sectors that are relevant to the ICT Nonprofit Organizations survey.

According to the Table of Legal Nature (IBGE, 2021), organizations with the following natures were considered in the survey:

- 306-9 – Private foundations;
- 323-9 – Indigenous communities;
- 320-4 – Establishments in Brazil that belong to foreign foundations or associations;
- 322-0 – Religious organizations;
- 399-9 – Private associations.²

Another important aspect defined by the ICT Nonprofit Organizations survey was the exclusion of hospitals and formal educational institutions (schools and universities). This decision meant that a more homogenous group of organizations is considered, given the specialized activities of these types of institutions. Another reason for this choice is that Cetic.br|NIC.br already investigates ICT penetration in healthcare organizations by carrying out its ICT in Health survey, and in public and private schools through its ICT in Education survey.

Healthcare facilities, classified as “Human healthcare activities,” are not included. According to the National Classification of Economic Activities (CNAE) 2.0, this division includes activities carried out in general and specialized hospitals allowing long- or short-term inpatient admission, psychiatric hospitals, centers for preventive medicine, medical and dental offices, medical clinics, and other outpatient activities. This division also includes activities carried out by all professionals involved in health care, health management support, and integrative and complementary practices for human health.

Organizations dedicated to school education, which, according to the Brazilian National Education Guideline and Framework Law (LDB), provide Basic Education and Tertiary Education, are also removed from the universe of the survey. Additionally, organizations providing vocational training at the technical and technological levels associated with school education are removed as well. Finally, organizations that carry out activities to support education, such as school trust funds, school councils,

²The following legal natures are not considered in the survey:
 303-4 – Notary and Registrar Services (Notary Public);
 307-7 – Autonomous Social Work;
 308-5 – Residential Condominiums;
 310-7 – Commissions for Preliminary Conciliation;
 311-5 – Entities for Mediation and Arbitration;
 313-1 – Labor Union Entities;
 321-2 – Foundations or Associations based abroad; and
 324-7 – Private Funds.

parent-teacher associations, faculty groups, and others, are also removed. According to the Fasfil study, these types of organizations should not be included because they are created in response to government demands for fund distribution, and therefore do not meet with the criterion according to which entities must have been created voluntarily (IBGE, 2019).

Thus, organizations pertaining to the following CNAE 2.0 classifications are not considered:

- Section: Q – Human health and social work activities
 - Division:
 - 86 – Human healthcare activities;
 - 861 – Hospital activities;
 - 862 – Mobile urgency care service and patient transfer;
 - 863 – Ambulatory care activities carried out by physicians and odontologists;
 - 864 – Complementary diagnosis and therapy service activities;
 - 865 – Professional activities in health care, except physicians and odontologists;
 - 866 – Healthcare management support activities;
 - 869 – Previously unspecified human healthcare activities.
- Section: P – Education
 - Division:
 - 85 – Education
 - 851 – Pre-primary and primary education;
 - 852 – Secondary education;
 - 853 – Higher education;
 - 854 – Technical and vocational secondary education;
 - 855 – Educational support activities.

REFERENCE AND ANALYSIS UNIT

The reference unit is the local unit that, according to the IBGE definition, corresponds to:

The address(es) where the company operates, usually defined as establishment(s). In practice, the definition of the local unit by IBGE's Central Register of Enterprises coincides with Public Administration registries, in which each location where the company operates receives a unique fiscal identification (National Registry of Legal Entities – CNPJ); however, in isolated cases, more than one unit may be identified at the same address. (...) Each local unit is identified with a 14-digit CNPJ number, of which the first eight numbers (root) identify the enterprise and are shared by all local units; the next four numbers (suffix) identify the addresses where the enterprises operate; and the last two numbers are verification digits. (IBGE, 2007, p. 22)

DOMAINS OF INTEREST FOR ANALYSIS AND DISSEMINATION

For the analysis units, the results are presented for the domains defined based on the variables and levels described below.

- **region:** Corresponds to the division of Brazil into macro-regions according to IBGE criteria: North, Northeast, Southeast, South, and Center-West;
- **size:** Corresponds to the division of nonprofit organizations according to the number of paid workers: no paid workers, 1 to 9 paid workers, and 10 or more paid workers;
- **core activity:** Corresponds to the classification of organizations as social assistance; neighborhood associations; rural producers associations; employers and business associations; professional associations; community centers and associations; culture and art; defense of the rights of groups and minorities; rural development; employment and training; sports and recreations; studies and surveys; housing; environment and animal protection; other forms of development and defense of rights; other forms of education/teaching; other private nonprofit institutions not specified above; other health services; and religion.

For the purpose of presentation of the results, some analysis domains were clustered, based on post-collection sampling errors, into the following groups: employer and professional associations; culture and recreation; education and research; development and defense of rights; religion; health and social assistance; housing and environment; and other.³

³“Education, leisure and culture” activities, which were aggregated in the 2012 edition of the survey, were divided in 2014 into “education and research” and “culture and recreation.” “Health and social assistance,” which was included in “other” in 2012, was also separated in 2014. There was no change between the 2014 and 2016 editions. Between the 2016 and 2022 editions, the category “labor union associations” was removed from “employer, labor union, and professional associations,” and “housing and environment” was separated from the category “other.”

Data collection instrument

INFORMATION ON THE DATA COLLECTION INSTRUMENT

A structured questionnaire was created for data collection. This questionnaire was divided into modules related to the survey's general and specific objectives. For more information about the survey modules, see the "Data Collection Report."

Sampling plan

The design considered stratified sampling with simple random selection of organizations within each stratum.

SURVEY FRAME AND SOURCES OF INFORMATION

IBGE's Cempre consolidates and maintains updated information about enterprises and other formal organizations registered in the Federal Revenue Secretariat's CNPJ, and local units that responded to IBGE economic surveys and/or are included in the Ministry of Labor's Annual Social Information Report (Rais) (IBGE, 2022). IBGE provides an annual overview of active formal organizations in the country, emphasizing information on their legal nature, number of employed persons, and economic activity.

To provide a picture of ICT use in Brazilian nonprofit organizations, considering the differences between core activities, size, and Brazilian regions, the ICT Nonprofit Organizations survey uses information from Cempre, which served as a base registry for sample design and for selecting organizations to be contacted.

SAMPLE SIZE DETERMINATION

The initial sample size designed for the ICT Nonprofit Organizations survey was approximately 3,500 organizations.

SAMPLE DESIGN CRITERIA

The survey sample is designed using the stratified sampling technique, which aims at improving the precision of estimates and guaranteeing inclusion of subpopulations of interest. Stratification occurs in two stages.

The first stage includes the definition of natural strata by correlating the variables region (North, Northeast, Southeast, South, and Center-West) and core activities, as described in Table 1. The final strata were defined based on each natural stratum and considered the division of natural strata by the range of the number of employed

persons in organizations⁴. Ranges of employed persons considered were: no employed persons, 1 to 9 employed persons, and 10 or more employed persons. The range related to the number of employed persons considers the information provided by Cempre.

Once the variables are defined, the strata allow all regions, core activities, and ranges of employed persons to be represented in the sample, in addition to enabling analyses of domains defined by these three variables individually. However, this design does not allow conclusions about the categories resulting from the crossing between pairs of variables.

SAMPLE ALLOCATION

The sample of nonprofit organizations was obtained by simple random sampling without replacement in each final stratum. Therefore, selection probabilities were equal within each final stratum.

Based on the number of interviews for each natural stratum, interviews were distributed according to the range of employed persons, i.e., to final strata. The final sample size for each stratification variable is presented in the survey's annual implementation reports.

SAMPLE SELECTION

Within each stratum, organizations underwent simple random selection. The selection process is defined as demonstrated in Formula 1.

FORMULA 1

$$n_h = n \times \frac{N_h}{N}$$

N is the total population size

N_h is the population size in stratum h

n is the sample size

n_h is the sample size within each stratum h

⁴ Although the domain of interest was "paid workers," the information used for stratification is employed persons, as provided by Cempre, and defined as individuals with or without employment contracts who are remunerated directly by the organizations. The number of employed persons includes salaried employees, freelancers paid directly by the organization, employers and partners, family members, and temporary workers. Third parties and consultants are not included.

Thus, the probability of including sampling unit *i* for each stratum *h* is given by Formula 2.

FORMULA 2

$$\pi_{ih} = \frac{n_h}{N_h}$$

The response rate from the survey’s previous edition is considered and a reserve sample is randomly selected for each stratum to approximate the final sample to the initially expected number of organizations. The use of a reserve sample depends on the controls completed to obtain interviews.

Data collection procedures

DATA COLLECTION METHOD

Organizations were contacted to be interviewed with the structured questionnaire using the computer-assisted telephone interviewing (CATI) technique. The interviews to administer the questionnaire had an approximate duration of 41 minutes.

In all organizations surveyed, the aim was to interview the main administrator (director, president, or executive member of the board), i.e., a person who is familiar with the organization as a whole, regarding its administrative and financial capacities, its IT capability, and ICT use and access.

Data processing

WEIGHTING PROCEDURES AND NONRESPONSE CORRECTIONS

Each organization in the sample was associated to a basic sample weight, obtained by dividing population size by the sample size in the corresponding final stratum, as demonstrated in Formula 3.

FORMULA 3

$$w_{ih} = \frac{N_h}{n_h}$$

w_{ih} is the base weight associated with each selected organization, the inverse probability of selection of a respondent from organization *i* in stratum *h*

n_h is the sample size of organizations in stratum *h*

N_h is the total number of organizations in stratum *h*

In cases where not every selected organization responded the survey, a nonresponse correction was employed. The nonresponse correction is given by Formula 4.

FÓRMULA 4

$$w_{ih}^* = w_{ih} \times \frac{N_h}{\sum_i w_{ih}}$$

w_{ih}^* is the adjusted weight of nonresponse of organization i in stratum h

SAMPLING ERRORS

Calculation of sampling error measurements or estimates for indicators of the ICT Nonprofit Organizations survey takes into consideration the sample plan by strata employed in the survey.

From estimated variances, we chose to disclose sampling errors expressed by the margin of error. For purposes of results disclosure, the margins of error were calculated for a 95% confidence level. This indicates that the results based on this sample are considered accurate within the interval defined by the margins of error. If the survey was repeated several times, the interval would include the true population value in 95% of the cases. Other measures derived from this variability estimate are commonly presented, such as standard deviation, coefficient of variation, and confidence interval.

Calculations for the margin of error consider the product of the standard error (the square root of the variance) by 1.96 (the value of the sample distribution corresponding to the chosen significance level of 95%). These calculations were carried out for each variable in the tables, which means that each indicator table has margins of error related to the estimates presented in each table cell.

Data dissemination

The results of this survey were published according to the following correlated variables: organization size, geographic region, and core activity.

In some results, rounding caused the sum of the partial categories to exceed 100% in single-answer questions. The sum of frequencies in multiple-answer questions usually exceeds 100%.

It is worth mentioning that, in the tables of results, hyphens (–) are used to represent nonresponse. Furthermore, since the results are presented without decimal places, cells with zero value mean that there was an answer to the item, but it is explicitly greater than zero and lower than one.

The results of this survey are published online and made available on the website (<https://www.cetic.br/>) and on the data visualization portal of Cetic.br|NIC.br (<https://data.cetic.br/>). The total and proportion tables and margins of error for each indicator are available for download in Portuguese, English, and Spanish. More information about the survey documentation, metadata, and microdata bases is available on the microdata page of Cetic.br|NIC.br (<https://cetic.br/microdados/>).

References

Brazilian Institute of Geography and Statistics. (2007). *Introdução à Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE versão 2.0*. <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/classificacoes/cnae2.0/cnae2.0.pdf>

Brazilian Institute of Geography and Statistics. (2019). *As fundações privadas e associações sem fins lucrativos no Brasil: 2016*.

Brazilian Institute of Geography and Statistics. (2021). *Tabela de natureza jurídica 2021*. <https://concla.ibge.gov.br/estrutura/natjur-estrutura/natureza-juridica-2021>

Brazilian Institute of Geography and Statistics. (2022). *Estatísticas do Cadastro Central de Empresas: 2020*.

United Nations. (2002). *Handbook on non-profit institutions in the system of national accounts. Studies in methods. Series F, 91*. United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Statistics Division.



DATA COLLECTION REPORT

ICT NONPROFIT ORGANIZATIONS SURVEY 2022

Data Collection Report ICT Nonprofit Organizations 2022

The Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br), through the Regional Center for Studies on the Development of the Information Society (Cetic.br) and the Brazilian Network Information Center (NIC.br), presents the “Data Collection Report” of the ICT Nonprofit Organizations 2022 survey. The objective of this report is to provide information about specific features of the survey carried out in 2022, including changes made to data collection instruments, sample allocation, and response rates.

The complete survey methodology, including the objectives, main concepts, definitions, and characteristics of the sampling plan, is described in the “Methodological Report”.

Sample allocation

Table 1 presents the sample allocation considered for the survey.

TABLE 1
PLANNED SAMPLE BY REGION, CORE ACTIVITY AND SIZE

		Planned sample
Region	North	519
	Northeast	605
	Southeast	1 211
	South	606
	Center-West	519

CONTINUES ►

► CONCLUSION

		Planned sample
Core activity	Employer and professional associations	350
	Culture and recreation	350
	Education and research	350
	Development and defense of rights	700
	Religion	350
	Health and social assistance	700
	Housing	10
	Environment	350
Size	No employed persons	1 298
	1 to 2 employed persons	641
	3 to 9 employed persons	638
	10 to 49 employed persons	466
	50 or more employed persons	417

Data collection instruments

COGNITIVE INTERVIEWS

Cognitive interviews were not carried out to support the changes made to the ICT Nonprofit Organizations 2022 survey.

PRETESTS

The structured questionnaire of the ICT Nonprofit Organizations 2022 survey was submitted to a pretest, in order to verify the recruitment process for respondents, the adequacy of the questions, and the application time. Eight pretests were carried out between February and March 2022, by telephone, with organizations of different core activities and sizes, distributed across all regions of the country.

CHANGES TO THE DATA COLLECTION INSTRUMENTS

Compared to the questionnaire of the previous edition of the survey, which was conducted in 2016, new questions were included, and existing questions were changed or deleted.

In module A of the questionnaire, a change was made in the wording of the question about the audiences that the organization focuses on, specifying cases in which the organization does not have a specific target. In this same question, new

audiences were also added, including the low-income population and people with chemical dependency, and the item “other” was replaced by “some other public I did not mention.” In addition, the question about the organization collaborating with other organizations underwent a change, and two items were added: “with other organizations in the same municipality” and “with other organizations in other municipalities and states.”

In module B, the questions about the use of computers and mobile phones were changed to a single question about the use of the following devices: desktop computers, portable computers, tablets, and mobile phones. The question about ownership – either by the organization or personal – of mobile phones was changed, incorporating all devices mentioned by the respondents. Some changes were made to the items in the questions on Internet use, such as the inclusion of “services” in the item “selling products and services” and the access to government websites, in which the items “checking the organization’s Social Integration Program/Program of Formation of the Patrimony of Public Servants (PIS/PASEP) and Social Security Labor Fund (FGTS)” and “sending reports and documents for rendering of accounts to the government” were deleted. In addition, the item “setting up government agreements” was replaced with “participating in calls for proposals to collect government resources.” There was a change in the items on profiles or accounts on online platforms or social networks. There was also a change in some items in the question about activities performed on online social networks and inclusion of new items, such as “posting the organization’s or third-party publications and studies,” “posting institutional information about the organization such as contact and address,” “recruiting volunteers,” “streaming or real-time online broadcasting of events such as sessions, lectures, meetings,” “publicizing video or audio recordings of activities carried out,” and “posting pictures of activities carried out.” Similarly, items were included in the question about the resources made available on their websites, such as “tools for streaming or real-time online broadcasting of events such as sessions, lectures, meetings,” “videos, audios or podcasts,” “institutional information about the organization such as contact and address,” “search engine for the contents of the website,” “link to the organization’s social network profile,” and “subscription of users to send newsletters.”

In this module, questions were included about: the existence of Wi-Fi and the provision of free Wi-Fi to the public, use of application to manage customer information, payment for online advertising, and the provision of an application for mobile phones or tablets. In addition, questions were removed about the reasons why the organization did not use computers, the number of paid workers and volunteers who used computers and the Internet, the reasons why the organization used computers and mobile phones, the frequency of posting content on online social networks, and the contribution of computer and Internet use to the organization’s activities.

In module C, the ranges of connection speeds used were changed. Questions about the type of software used and payment for cloud services were included. Questions about ownership of computers, number of owned computers, condition (new or used) of these computers, and introduction of new software were deleted.

Finally, in module D, the question about whether technical support was provided for the maintenance and repair of the organization’s computers was replaced by

a question about services such as equipment repair and maintenance, technical support for internal systems, website development, installation and repair of electrical infrastructure and networks, and the organization's social network profiles or accounts (whether provided by organization's paid workers or volunteers or an outsourced service provider). Questions were added about the existence of an area or person responsible for procedures and policies for collecting, storing and using personal data or for implementing the guidelines of the Brazilian General Data Protection Law (LGPD) and the hiring of third-party services, such as consulting or advisory services, to assist the organization with the topic of privacy, data protection, and compliance with the LGPD. A question was also added about the resources offered by the organization's website, such as the organization's privacy policy, which provides information about how personal data is processed by the organization, the name and contact details of the data protection officer (DPO) or committee in charge of data protection, information security policies, and the customer service channel for data subjects to ask questions and exercise their rights under the LGPD. Questions were included about the provision of internal training and payment for external training to develop or improve skills in computer and Internet use and knowledge of privacy and personal data protection. In addition, a question was added about the frequency of receiving voluntary donations from individuals. Finally, the item "labor union contributions" was deleted from the question about the origin of resources, due to the exclusion of labor unions from the sample.

INTERVIEWER TRAINING

The interviews were conducted by a team of trained and supervised interviewers. They underwent basic research training, organizational training, ongoing improvement training, and refresher training. They also underwent specific training for the ICT Nonprofit Organizations 2022 survey, which addressed approaching the selected respondents, the data collection instrument, and all field procedures and situations.

The data collection team also had access to the survey's instruction manual, which contained a description of all the necessary procedures to collect data and details about the survey objectives and methodology, thus ensuring the work standardization and quality. Data collection was carried out by 56 interviewers, two supervisors, and one assistant.

Data collection procedures

DATA COLLECTION METHOD

The organizations were contacted and interviewed with a structured questionnaire, based on the computer-assisted telephone interviewing (CATI) technique. Interviews to apply the questionnaire lasted 41 minutes on average.

In all the surveyed organizations, the aim was to interview the main administrator (director, president, or executive member of the organization board), i.e., a person who was familiar with the organization as a whole, in terms of administrative and financial aspects, IT capabilities, and ICT access and use.

DATA COLLECTION PERIOD

Data collection for the ICT Nonprofit Organizations 2022 took place between February and July 2022.

FIELD PROCEDURES AND CONTROLS

Several actions were developed to ensure the greatest standardization possible in data collection. A system to control field situations was created to allow the identification and differentiated treatment of some data collection situations, in addition to controlling the effort expended to complete the interviews. The situations that took place during the data collection and the number of cases by the end of this stage are described in Table 2.

TABLE 2

FINAL FIELD SITUATIONS

Final situations	Number of cases	Rate
Organization not found	667	3%
Ineligible	4 880	23%
Did not answer the survey	7 341	35%
Invalid phone number	3 841	18%
Interview fully completed	1 520	7%
Refused	1 390	7%
Phone number is valid, but the interview has not yet been completed	1 362	7%
Overall total	21 001	100%

Situations were registered for each call or attempt to contact the organizations, according to the procedures set out in Table 2. These situations could be followed up through the detailed history of calls, from weekly controls containing a summary of the number of organizations by final situation in each stratum. The other weekly controls contained information about the number of interviews completed and pending per stratum, as well as the number of contacts available, used, and not yet contacted.

Concurrently with the data collection, a team of researchers was dedicated to the active search for contacts in cases where it was not possible to contact the organizations using the telephone numbers on the lists. For this work, we adopted procedures for searching the Internet and confirming telephone numbers based on information in the survey frame about the organizations of interest. This stage included actions such as searches on the organizations' official websites; searches on other organizations'

official pages, for those organizations that did not have their own websites; searches for alternative phone numbers when contacting other organizations; and searches on social networks such as Facebook, Instagram, and LinkedIn, through the organizations' names and addresses.

DATA COLLECTION RESULTS

The ICT Nonprofit Organizations 2022 survey attempted to contact 28,283 nonprofit organizations, reaching a response rate of approximately 6%. Therefore, a total of 1,520 interviews were conducted (Table 3).

TABLE 3
RESPONSE RATES, BY REGION, CORE ACTIVITY, AND SIZE

		Response rate
Region	North	5%
	Northeast	4%
	Southeast	6%
	South	6%
	Center-West	6%
Core activity	Employer and professional associations	6%
	Culture and recreation	5%
	Education and research	6%
	Development and defense of rights	4%
	Religion	5%
	Health and social assistance	7%
	Environment	8%
	Housing	15%
	Other	3%
Size	No employed persons	3%
	1 to 2 employed persons	4%
	3 to 9 employed persons	8%
	10 to 49 employed persons	8%
	50 or more employed persons	8%



ANALYSIS OF RESULTS

ICT NONPROFIT ORGANIZATIONS SURVEY 2022

Analysis of Results

ICT Nonprofit Organizations 2022

After five years since the last edition, the ICT Nonprofit Organizations 2022 survey was carried out in a context of major changes in the Brazilian third sector. The approval of the Brazilian Regulatory Framework for Civil Society Organizations (MROSC), in 2014, represented progress by regulating the relationship between public authorities and civil society organizations. This framework helped strengthen and give continuity to organizations and their actions, including the provision of public services, especially in social assistance, education, and healthcare policies (Holanda & Mendonça, 2021).

Even with these advances, nonprofit organizations still face challenges related to both accountability and transparency of their actions, as well as fundraising and institutional development capacities, especially due to the weaknesses in administrative and financial capacities that characterize many of these organizations. Moreover, in the last two decades, there has been a reduction in international cooperation resources and, as of 2019, in government resources, especially among those working with rights advocacy, making it difficult to strengthen the field (Alves & Costa, 2020; Mendonça et al., 2013).

Since the beginning of 2020, the COVID-19 pandemic has also brought about important changes. Because of social distancing measures, organizations had to deal with the closure of their physical spaces and the cessation of on-site activities, which generated challenges for the continuity of their actions and resulted in a migration of their operations to the virtual environment. In addition, faced with the emergence of a health crisis and its consequent social problems – such as increased hunger and decreased income, especially among the most vulnerable groups – the third sector began to implement various actions, including the organization and distribution of food, medicine, personal protection equipment, and personal hygiene materials, the transfer of income to women with children, and donations of equipment to public hospitals (Alves & Costa, 2020; Lucca-Silveira et al., 2021).

In many cases, the use of information and communication technologies (ICT), particularly websites and social networks, was fundamental to promoting the mobilization and communication of organizations with society. In some cases, websites were created to mobilize and organize support for actions to deal with the pandemic. This was the case, for example, of the Group of Institutes, Foundations and Enterprises (Gife), on the COVID-19 Emergency platform¹, created by the Brazilian Association of Non-Governmental Organizations (Abong), with the Solidarity Network², the Tide Setubal Foundation, and the *Benfeitoria* Matchfunding *Enfrente*³ (Alves & Costa, 2020; Lucca-Silveira et al., 2021).

It is important to highlight that ICT had already been pointed out as tools to promote efficiency gains and improve internal communication and interaction between nonprofit organizations and other actors, especially public organizations (Franklin et al., 2022). In addition, digital technologies have also influenced the creation of new organizational experiences in the country, such as collectives and the network Rede Nossa São Paulo (Our São Paulo Network) (Gohn et al., 2020; Penteadó et al., 2014; Winkler & Pozzebon, 2011). Furthermore, ICT and, particularly the Internet, have the potential to expand the realm of action and activism of nonprofit organizations (Gomes et al., in press), expanding the public sphere (Gripsrud & Moe, 2010). Examples of this include protests and mobilizations in various countries such as Occupy Wall Street and #MeToo (Castells, 2015; Etter & Albu, 2021; Xiong et al., 2019), the cycle of protests that took place in 2013 (Gohn et al., 2020) and, more recently, far-right movements (Cesarino, 2022; Rocha, 2021).

The operation of nonprofit organizations themselves can also be essential to expand access to ICT and its use based on experiences of digital inclusion (Brazilian Internet Steering Committee [CGI.br], 2022e). Although there are still few organizations that are part of community networks, offer Internet access in telecenters, and even provide free Wi-Fi to the community, this is a central discussion in the Brazilian context, as shown in the publication *Community Networks and the Internet in Brazil: Experiences and challenges for digital inclusion* (CGI.br, 2022e).

The ICT Nonprofit Organizations survey seeks to contribute to this discussion through the collection of data about the adoption of digital technologies in the organizational context. It also collects data on how the use of ICT interferes with the operation of these organizations and the relationship between them and their public, other organizations, key actors, and society in general.

The survey covers various organizations, including non-governmental organizations (NGOs), associations, foundations, and religious organizations, allowing the understanding of the diversity of institutions that make up the third sector and the differences in their administrative and financial capacities. Furthermore, the analysis of indicators on access to and use of ICT by nonprofit organizations enables greater understanding of the relationship between these entities and their performance,

¹For more information, see <https://emergenciacovid19.gife.org.br/>

²For more information, see <https://www.redesolidaria.org.br/>

³For more information, see <https://parcerias.benfeitoria.com/canal/enfrente2020>

activities, services provided to their target audiences, activism, and mobilization to guarantee and achieve people's rights, and operation in the field of public policies, including their relationship with governments, public service provision, representation in participatory arenas, and monitoring of government actions.

In 2022, the survey included indicators on the compliance of organizations to the Brazilian General Data Protection Law (LGPD), the presence of Wi-Fi and the provision of free Wi-Fi to the public, the frequency with which they received voluntary donations from individuals, and payment for cloud services, among others, covered in greater depth in the following sections. The results of the ICT Nonprofit Organizations survey are divided into the following sections:

- Profile of nonprofit organizations;
- ICT infrastructure;
- ICT use;
- Internet presence;
- Skills, barriers, and motivations;
- Privacy and personal data protection.

Profile of nonprofit organizations

One of the dimensions addressed by the survey refers to the profile of Brazilian nonprofit organizations, which allows broader understanding of their administrative and financial capacities and enables an evaluation of how these capacities relate to the adoption of digital technologies. The 2022 edition of the survey presents indicators related to their target audiences, scope of action, and employment relationships, among others.⁴

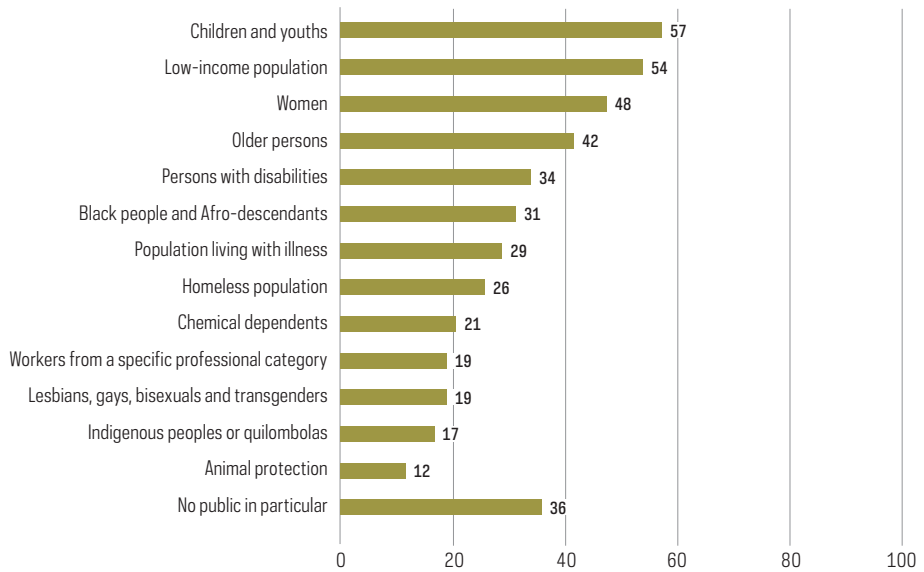
According to the survey results, most organizations were founded after the 1990s, with 25% founded from 1991 to 2000, 23% from 2001 to 2010, and 20% from 2011 to 2021. It is important to point out that the regularization of organizations occurred mostly after the 1960s but was influenced by changes in regulation over time (Mello & Pereira, 2022).

Organizations were mostly located in the Southeast region (49%), a result that corroborates previous surveys, such as the Map of Civil Society Organizations produced by the Institute for Applied Economic Research (Ipea) (2020), and studies such as that of Mello and Pereira (2022). The South concentrated 24% of organizations, the Northeast, 17%, the Center-West, 6%, and the North, 4%.

⁴ As presented in the "Methodological Report," the comparisons between the 2022 edition and the previous ones (2014 and 2016) should take into account that unions were excluded, in accordance with the Private Foundations and Non-profit Associations in Brazil (Fasfil) survey, whose data were collected in 2016, when they adopted the Classification of the Purposes of Non-profit Institutions Serving Households (COPNI). Still in this edition, organizations working in the areas of housing and the environment were grouped into a new category, while in the 2014 and 2016 editions, these organizations were included in the "others" category. Finally, it is important to consider that there were six years between the 2016 and 2022 editions, longer than the two years between the 2014 and 2016 editions.

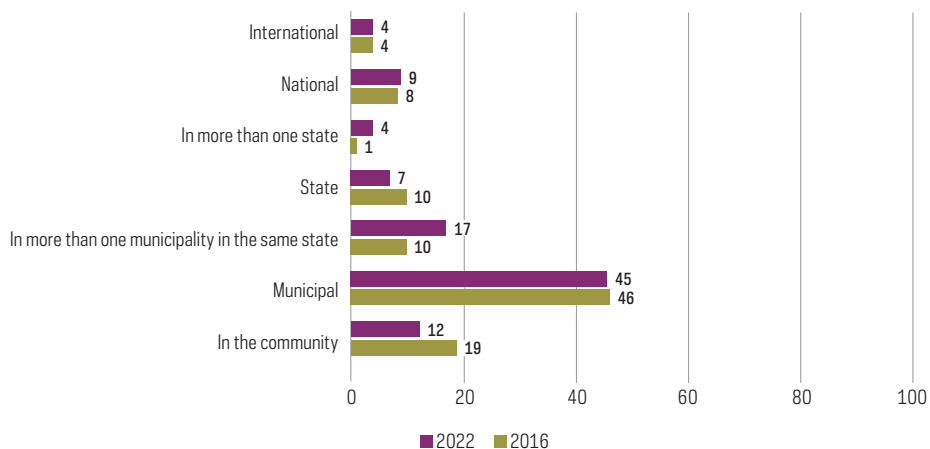
Regarding the organizations’ areas of operation, those that worked in the areas of social assistance, culture, education, and religion predominated. A smaller proportion of organizations worked in business or professional activities, in the areas of drugs, housing and urbanism, digital inclusion, agrarian issues and agriculture, and public security. Regarding the target audiences, the most cited were children, adolescents, and young people, followed by low-income populations, women, and the elderly (Chart 1).

CHART 1
ORGANIZATIONS BY TARGET AUDIENCE (2022)
Total number of organizations (%)



Brazilian nonprofit organizations mostly operated locally. More than half operated within a single municipality or community, as shown in Chart 2. A smaller set of organizations acted regionally, nationally, and internationally. Nevertheless, compared to 2016, there was a decrease in the proportion of organizations that worked in their communities and an increase in those that worked in more than one municipality.

CHART 2

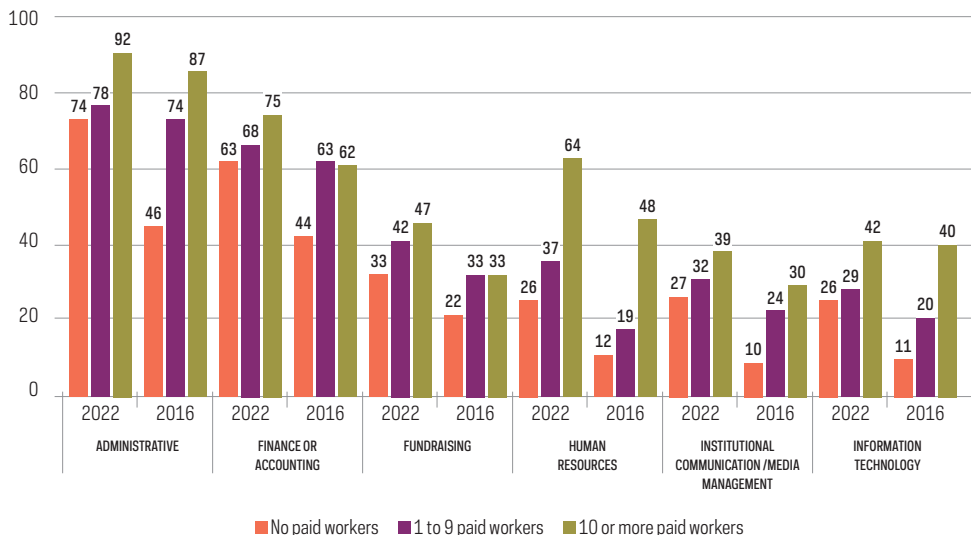
ORGANIZATIONS BY SCOPE OF OPERATION (2016-2022)*Total number of organizations (%)*

In 2022, the survey started investigating collaboration between nonprofit organizations. Collaboration with other organizations in the same municipality (69%) and in other municipalities and states (55%) was more common than with those outside Brazil (19%).

Indicators related to organizations' administrative capacity show an increase in the proportion of organizations with specific areas or departments (Chart 3). This growth suggests that there has been a strengthening of their capacities and/or the most fragile organizations were closed down. On this topic, Mello and Pereira (2022) indicates that about one-third of organizations had to end their activities, with most of these (93%) occurring after the 2000s and half referring to organizations that work in the area of development and defense of rights.

Despite this increase, there were variations in the proportions observed in different areas or departments: 68% of the organizations had areas or departments dedicated to finance or accounting, 41% to fundraising, 39% to human resources, 32% to institutional communication or media management, and 31% to information technology (IT) or informatics, although 80% had administrative areas or departments. Organizations with 10 or more paid workers and those working in education and research were the most present in all of the investigated areas, as shown in Chart 3.

CHART 3
ORGANIZATIONS BY PRESENCE OF AREAS/ DEPARTMENTS (2016-2022)
Total number of organizations with one or more paid workers (%)



The survey also investigated the hiring of third-party services to manage some of the organizations’ activities. In 2022, 68% hired finance or accounting services, 31%, IT or informatics, 22%, administrative, 16%, institutional communication or media management, 15%, human resources, and 13%, fundraising services.

Still regarding organizations’ administrative capacity, in 2022, 21% had 1 or 2 paid workers, 18% from 3 to 9, and 22% had 10 or more paid workers. Moreover, 38% had no paid workers, a situation that was more frequent in organizations that worked in the areas of culture and recreation (41%), development and defense of rights (64%), religion (39%), and housing and the environment (49%). Among those who had paid workers, 27% had 10 or more paid workers under the Brazilian consolidation of labor laws (CLT) system, but 22% did not have any workers under the CLT system. This type of employment relationship prevailed in larger organizations: 80% of organizations with 10 or more paid workers had at least 10 workers under the CLT system.

Organizations in the sector continued to rely on a high number of volunteers. The survey showed that 86% of organizations had at least 1 volunteer and that more than half had 10 or more volunteers (58%). There was a greater presence of volunteers in smaller organizations: 71% of organizations without paid workers and 54% of those with 1 to 9 paid workers had 10 or more volunteers. Organizations working in the areas of development and defense of rights, religion, and housing and the environment also had a higher proportion of volunteers.

The 2022 edition included questions about the specific training of the responding managers. The results show that in 36% of the cases, the respondents were trained in the management of third-sector organizations, while 24% had training in the use of technologies.

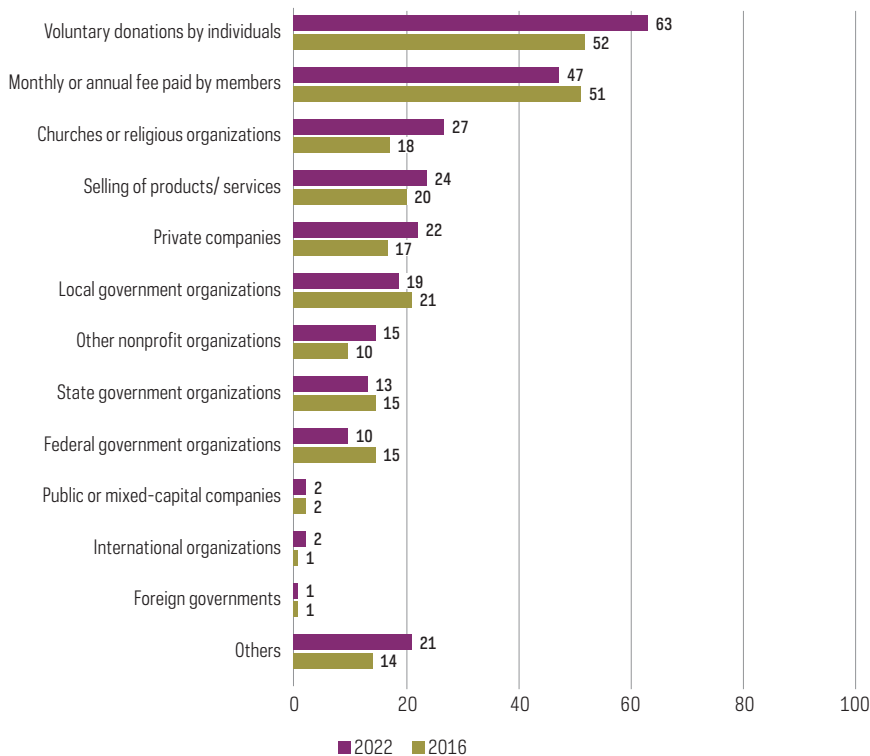
In terms of organizations’ financial capacity, the ICT Nonprofit Organizations survey provides indicators of the funding sources that organizations used in the

12 months prior to the survey. In 2022, most organizations received voluntary donations by individuals (63%), a proportion that increased by 12 percentage points compared to the 2016 edition. This is related to the suggestion by Vergueiro and Estraviz (2015) that Brazil has a donation culture, although it is difficult to measure its importance in terms of amounts and frequency (Reinach, 2013).

The proportion of organizations that depended on monthly or annual fee paid by members was also frequent (47%). The following sources of funds were less common: churches or religious organizations (27%), selling of products/services (24%), private companies (22%), local government organizations (19%), other nonprofit organizations (15%), state government organizations (13%), and federal government organizations (10%) (Chart 4).

It is noteworthy that there was an increase in the proportions of organizations that received funds from churches and religious organizations (from 18% in 2016 to 27% in 2022) and from other nonprofit organizations (from 10% in 2016 to 15% in 2022). In turn, regarding government funding, in 2022, 24% of organizations received this type of resource, a proportion that decreased compared to 2016, when 32% of organizations reported that they received funding from any of the three levels of government. Part of this reduction can be explained by the decrease in the proportion of organizations that received funding from federal organizations (from 15% in 2016 to 10% in 2022).

CHART 4
ORGANIZATIONS BY SOURCES OF FUNDING (2016-2022)
Total number of organizations (%)

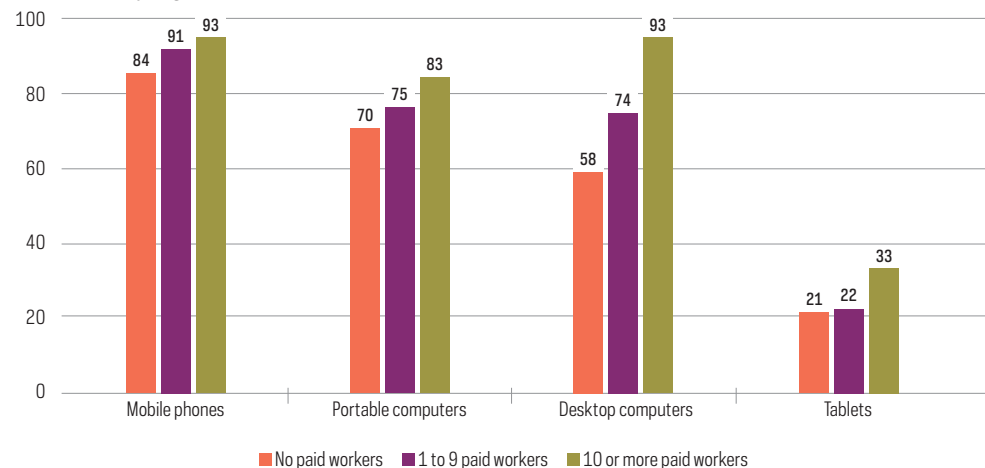


Seeking to deepen the understanding of fundraising, the survey collected data on the periodicity of donations from individuals. Donations can include regular small donors, such as individuals who donate small amounts monthly, through digital channels, telemarketing, mass mailing, and street fundraising, among others, medium donors, and high-earning donors who donate periodically or occasionally (Abdal et al., 2019). In the case of organizations that received donations from individuals, half (50%) received them occasionally, 46% monthly, and only 2% biannually. Occasional donations were more common in larger organizations with 10 or more paid workers (65%). Monthly donations, which are essential to ensure continuous resources and the planning and execution of the organizations' activities over time, were more common in smaller organizations with no paid workers or with 1 to 9 paid workers (50% and 47%, respectively).

ICT infrastructure

A central dimension for access to and use of technologies refers to the ICT infrastructure in organizations, which includes the availability of adequate devices and the quality of the different forms of connection. The expansion of the Internet infrastructure in the country has been central to the expansion of access to and use of digital technologies by civil society (Franklin et al., 2022). The ICT Nonprofit Organizations 2022 survey shows, however, that there were still challenges for organizations to achieve more meaningful connectivity⁵. The data pointed to a predominance of mobile phone use, which imposes barriers to the diversification of the activities carried out. In 2022, the use of mobile phones reached 89% of organizations, followed by portable computers (74%), desktop computers (70%), and tablets (23%). Desktop computers were more present in larger organizations (with 10 or more paid workers) and in those that operated in the field of education and research (Chart 5).

CHART 5
ORGANIZATIONS BY DEVICES (2022)
Total number of organizations (%)



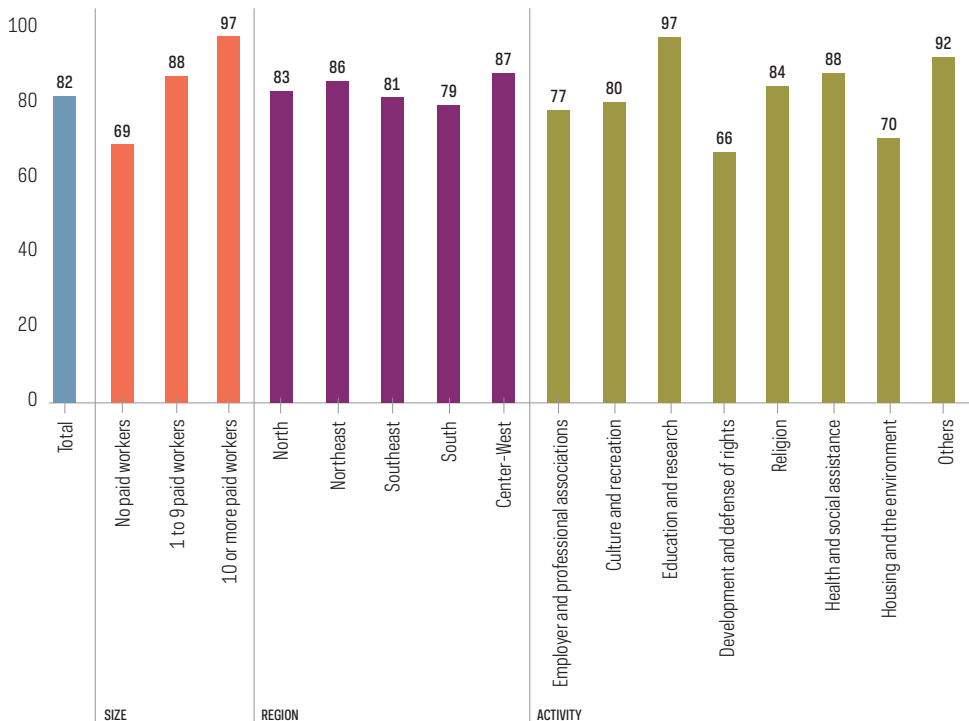
⁵ According to the Alliance for Affordable Internet (A4AI) (2021), meaningful connectivity includes access to a stable Internet connection that can be used regularly, at appropriate speeds, with unlimited broadband connection, and adequate devices.

Chart 6 shows that nonprofit organizations used both computers (desktop computers, portable computers, and tablets) and mobile phones. Only 5% of organizations exclusively used computers, and only 6% exclusively used mobile phones, while 82% used both. However, among those that used devices, in most cases they were personal and not owned by the organizations. In the case of mobile phones, in 76% of organizations the devices were personal, and only in 35% they were owned by the organization. In the case of desktop computers and portable computers, the situation was inverted: 60% of organizations owned desktop computers and 32% used personal desktops; furthermore, 51% owned the portable computers used and 43% used personal ones.

As in the indicator for the presence of computers, the organizations that presented higher proportions of having their own devices were the larger ones (with 10 or more paid workers) and those that worked in education and research. The lowest proportions were observed among smaller organizations and those that worked in development and defense of rights, and housing and the environment.

Regarding Internet use, an increase was observed since the last edition of the survey, from 71% in 2016 to 82% in 2022. This increase was observed mainly among organizations with no paid workers or with 1 to 9 paid workers and in those located in the Northeast and South regions of the country. However, the use of the Internet was still more present in organizations with 10 or more paid workers and among those operating in the area of education and research (Chart 6).

CHART 6
ORGANIZATIONS BY INTERNET USE (2022)
Total number of organizations (%)



Although most organizations had Wi-Fi (70%), only 38% made it available to the public, a service that could indicate the presence of digital inclusion strategies used especially by organizations that work with more vulnerable groups, which historically face greater barriers to access (CGI.br, 2022e). Regarding both indicators, higher proportions were also found in larger organizations (with 10 or more paid workers) and among those operating in the area of education and research.

Along with the growth in Internet use, there was also expansion in the use of fiber-optic connections. In 2016, only 30% of organizations used this type of connection, while in 2022 it became the most used (81%). In a less pronounced way, the proportion of organizations that used connection via 3G or 4G modems increased significantly, from 32% in 2016 to 47% in 2022. Cable connection, which was mentioned by 42% of organizations in 2016, was used by 32% in 2022. The same occurred with DSL connections, which were used by more than half of organizations (55%) in 2016 and was used by less than a quarter (21%) in 2022. Radio connection also became less used, going from 14% to 8% in the same period.

This expansion of fiber optics was the result of the expansion of the supply of this type of connection by Internet service providers (ISP). According to the ICT Providers survey, 89% of ISP offered fiber-optic connections to their customers in 2020 (CGI.br, 2021). This expansion also occurred in other organizations, such as enterprises, of which 87% used this type of connection (CGI.br, 2022a), and local government organizations, with 94% (CGI.br, 2022b).

With the greater presence of fiber-optic connections in nonprofit organizations, the speed of reported connections was also higher. Connections with speeds over 30 Mbps up to 100 Mbps were used by about half of organizations (51%) and connections over 10 Mbps up to 30 Mbps by 13% in 2022, while in 2016 the most mentioned speed ranges were over 1 Mbps up to 5 Mbps (24%) and over 5 Mbps up to 10 Mbps (23%).

Among those that did not use the Internet in the 12 months prior to the survey, the most common reason was the high cost of connection (69%), followed by the organization not needing to use the Internet (62%), cost-benefit of using the Internet was not worth it (58%), the organization having no interest in using the Internet (50%), lack of access infrastructure in the region (26%), concern about security or privacy (20%), and lack of skills among the team to use the Internet (17%). It is noteworthy that lack of Internet access infrastructure was most cited by organizations in the North, Northeast, and Center-West regions.

ICT use

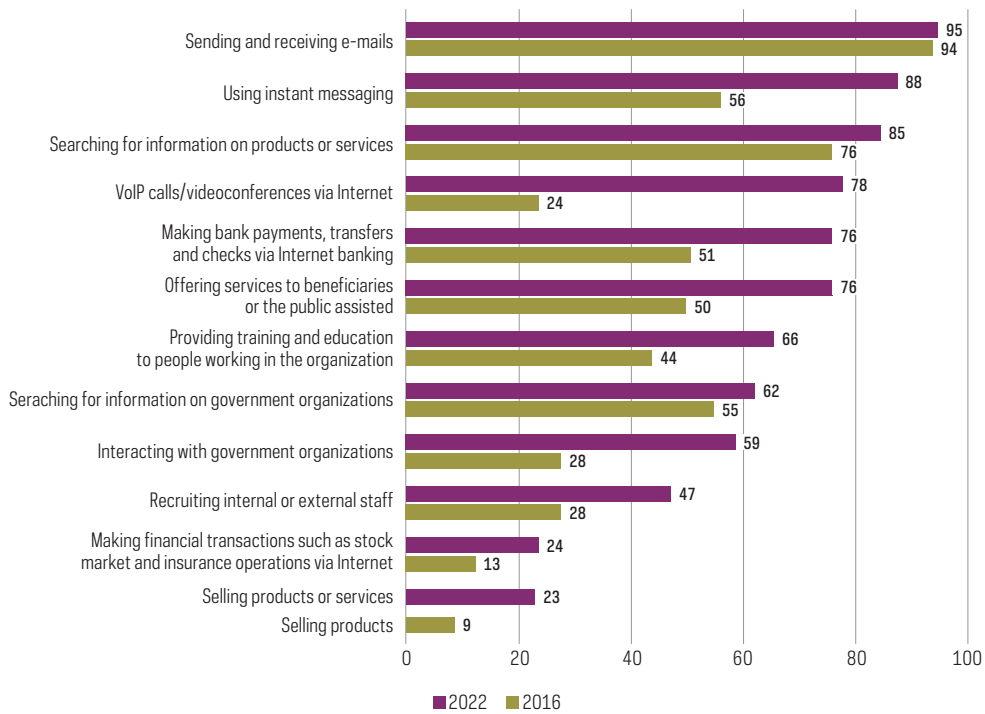
The ICT Nonprofit Organizations survey also covers several indicators that promote an understanding of how these technologies are used in organizations based on data about activities carried out online, the use of e-government tools, and the adoption of specific software and systems. Although they do not necessarily occupy a structuring role in their activities, in recent years there has been a greater incorporation of ICT in all organizations, with an increase in most activities (Chart 7). The 2022 edition of the survey shows that the activities carried out on the Internet in greater proportions

continued to be sending e-mails (95%), using instant messaging (88%), and searching for information on products or services (85%). The largest growths between 2016 and 2022 were observed in the use of communication tools such as instant messaging and telephone via the Internet, VoIP calls, or Internet videoconferences.

CHART 7

ORGANIZATIONS THAT USED THE INTERNET, BY TYPE OF ACTIVITY (2016-2022)

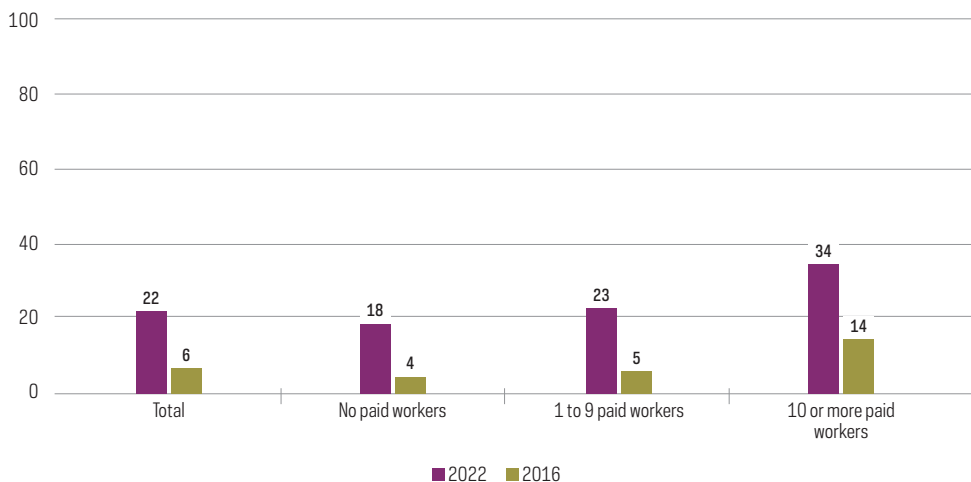
Total number of organizations with Internet access (%)



Organizations with 10 or more paid workers and those in the area of education and research were the ones that most carried out all of the online activities investigated in the survey. An example of this is that while 76% of organizations made bank payments, transfers, and checks via Internet banking, 87% of organizations with 10 or more paid workers and 84% of those in the area of education and research carried out this activity.

An important activity for organizations carried out in the virtual environment refers to fundraising via the Internet, which was especially relevant in the context of the pandemic (Arnesen & Sivesind, 2021). The survey shows that 22% of organizations received donations through the Internet in 2022, a level that increased substantially compared to 2016 (6%) (Chart 8).

CHART 8
ORGANIZATIONS THAT RECEIVE DONATIONS THROUGH THE INTERNET (2016-2022)
Total number of organizations (%)



Regarding online fundraising channels, there was an increase between 2016 and 2022 in all investigated channels (social networks or platforms where the organizations were present, organization websites, and crowdfunding campaigns or websites). This trend has been observed in other contexts, especially during the pandemic (Arnesen & Sivesind, 2021), given that fundraising strategies in the digital environment have been used to overcome challenges related to the administrative and financial fragility of organizations. Such strategies allow cost reductions, reaching larger numbers of people, and producing greater engagement and involvement of donors, enabling closer relationships between organizations and donors. Still, they can produce other positive effects, such as sharing of campaigns and improvement of organizations’ images (Di Lauro et al., 2019). Despite this, the results of the 2022 edition of ICT Nonprofit Organizations show that digital channels were still used at low proportions. Only 11% of organizations said they received donations through social networks or platforms where the organizations were present, 6% through organization websites, and 4% through crowdfunding campaigns or websites.

Regarding the use of the Internet by organizations to relate to governments, the survey investigated in greater depth the use that organizations make of services provided by different government entities on the Internet. The use of e-government services is related to the various activities and transactions between the public sector and citizens, private enterprises, and civil society organizations that involve the use of ICT, especially Internet and web technologies. These activities range from the most informative, such as the information digitization and information availability on websites, to more transactional ones, such as the use of social networks and communication channels, and the provision of services online (Chu et al., 2010).

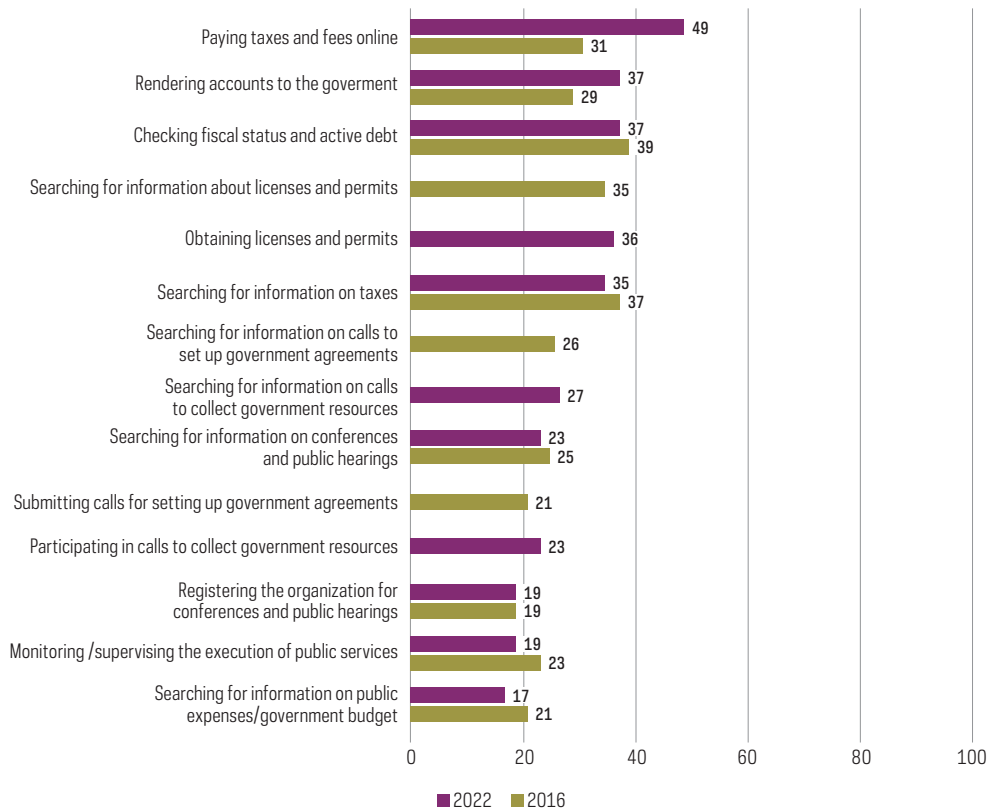
In the case of nonprofit organizations, e-government services are important for the functioning, mobilization, and operations of organizations. They may include activities that support their actions, such as registration, payment of taxes and fees, and access to government resources, in addition to participation in public policy decisions, control of the use of public resources, and policy monitoring.

The results of the survey show that, among organizations that had Internet access, 68% had carried out some e-government activity in the 12 months prior to the survey. As occurs with other indicators, the proportions were higher among those with 10 or more paid workers (92%) and those operating in the area of education and research (91%).

The most performed activities include both those that involve searching for information and transactions, the latter being among those that presented higher proportions by organizations, such as paying taxes and fees online (49%), checking fiscal status and active debt (37%), and rendering accounts to the government (37%), for example. There has been growth in some of these activities, especially paying taxes and fees online, which is related to the greater provision of these services by government organizations that has been observed in recent years. According to the ICT Electronic Government survey, in 2021, 63% of local governments generated tax payment slips or other payment tabs, a proportion that reached only 38% in 2017 (CGI.br, 2018; 2022b).

Despite the growth in these indicators, the results indicated stability in some activities. This includes: activities related to social control, supervision, and monitoring of public administration, such as searching for information about conferences and public hearings (23%), monitoring the execution of government services (19%), registering for conferences and meetings (19%), and searching for information on public expenses/government budget (17%). Although almost all of the local governments published information on their websites regarding public accounts or accountability (91%), only 39% of municipalities offered online public consultation tools, and 28% offered online voting tools, according to the ICT Electronic Government survey (CGI.br, 2022b). There was also no growth in the organizations' performance in searching for information on bids to set up government agreements (27%) and registering for them (23%) (Chart 9).

CHART 9
ORGANIZATIONS BY TYPE OF E-GOVERNMENT SERVICE (2016-2022)
Total number of organizations (%)



Regarding the use of ICT to support organization activities, the survey provided indicators of the type of software used, reasons for using different types of licenses, and the reasons for using that type of software. Regarding license types, 33% of organizations that used computers used licensed use software, and 18% developed in-house applications. The larger the organization, the greater the proportion of those that used licensed software or developed it in-house, reaching, among organizations with 10 or more paid workers, 48% and 26%, respectively.

The results also indicated that 33% of organizations used open source software. Although it was more common among larger organizations, the difference between them and smaller organizations was not as significant: While 31% of organizations with no paid workers used open source software, 40% of those with 10 or more paid workers used it. The main reason reported for its use was that it is free (62%), especially among those who did not have paid workers (69%). Although the adoption of open source software is considered important in the field of civil society, because it allows for greater autonomy for those who use it, in only 8% of organizations the use of open source software was part of the organization’s principles.

Regarding the reason for using software, adoption was highest to carry out activities related to finance and accounting (37%) and storage of digital archives (37%), followed by purchases (17%), human resources (16%), government contracts and agreements (14%), and assets (10%). As occurred in other indicators, higher proportions of use of software for different purposes were more frequently in the largest organizations than smaller ones. An example of this is that 36% of organizations with no paid workers used finance or accounting software, while 51% of organizations with 10 or more workers reported using it.

The use of customer relationship management (CRM) software, i.e., systems that can automate contact with beneficiaries, associates or target audiences, was still low, since only 12% reported using it in the 12 months prior to the survey. As in other indicators, its use was higher among organizations with 10 or more paid workers (23%) and those that operated in the area of education and research (23%). It should be noted that, according to ICT Enterprises 2021 survey, among Brazilian private enterprises, the use of CRM was more common, reported by 27% in 2021 (CGI.br, 2022a).

When it comes to paying for cloud services, only 21% of organizations paid for file storage or database in the cloud, 19% for e-mail in the cloud, 11% for office software in the cloud, and 11% for processing capacity in the cloud. It is noteworthy that these proportions among nonprofit organizations were low when compared with payment for these services by Brazilian private enterprises. In 2021, the ICT Enterprises survey showed that 47% of enterprises paid for e-mail in the cloud, 45% for file storage or database in the cloud, 39% for processing capacity in the cloud, and 32% for office software in the cloud (CGI.br, 2022a).

Internet presence

The use of digital technologies also involves online presence via websites and social networks, which enable the intensification of internal communication (Leonardi et al., 2013; Ihm & Kim, 2021), in addition to the expansion of the activities and performance of organizations for the virtual environment (Castells, 2015; Etter & Albu, 2021; Gaby & Caren, 2012; Gohn et al., 2020; Gomes et al., in press; Lovejoy & Saxton, 2012; Theocharis et al., 2015; Tremayne, 2014; Vasi & Suh, 2016; Xiong et al., 2019), enabling the development of new organizational experiences in civil society (Gohn et al., 2020; Penteado et al., 2014; Winkler & Pozzebon, 2011). In the case of *Rede Nossa São Paulo* (Our São Paulo Network), for example, the use of websites, virtual forums, and a digital observatory support both its internal organization and the dissemination of its actions and their results, in addition to monitoring of the *Programa de Metas* (Goals Program) and *Mapa da Desigualdade* (Inequality Map) (Winkler & Pozzebon, 2011).

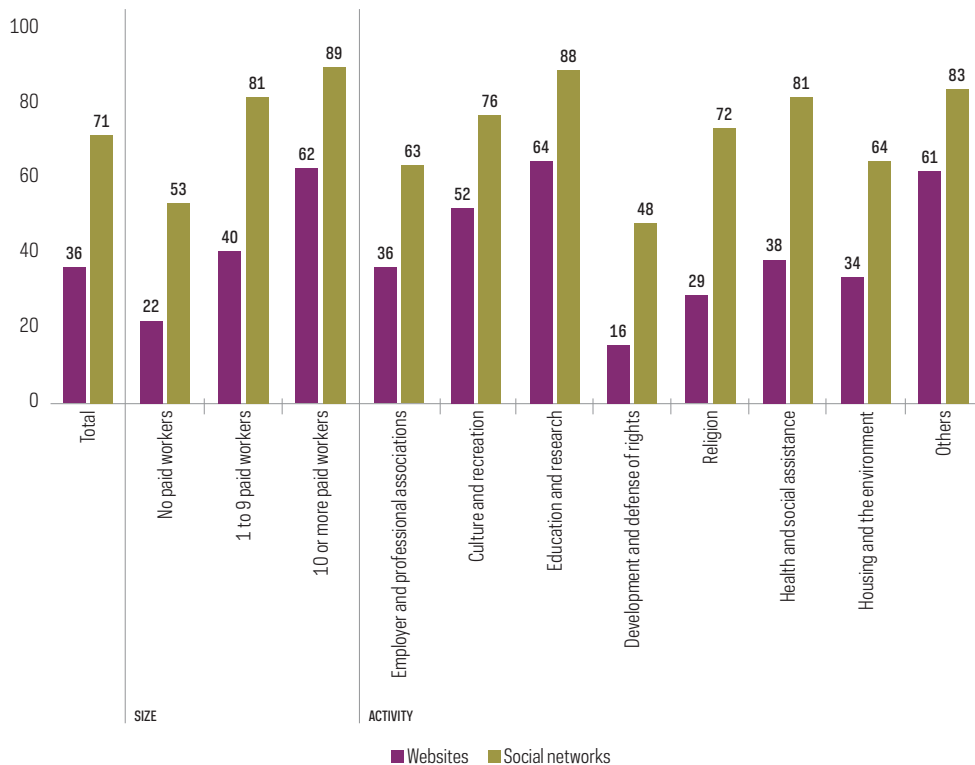
Although there has been great expansion in the number of Internet users in Brazil in recent years, reaching 81% of the Brazilian population 10 years old and older in 2021 (CGI.br, 2022c), the online presence of nonprofit organizations is still restricted, especially regarding websites. In 2022, only 36% of organizations had websites or web pages on the Internet, a proportion similar to that found in 2016 (37%). Despite this, the proportions varied according to the profile of the organizations: Websites or web pages were more present among larger organizations and those that work in the area of education and research, while they were less present among smaller organizations

and those that worked in other areas (Chart 10). It is important to note that only 32% of organizations indicated that they intended to create websites in the next 12 months.

Nonprofit organizations also have an online presence through third-party websites or web pages. In 2022, this proportion was only 5%; this is a percentage that has decreased in recent years, considering that in 2016, 19% of organizations had this kind of online presence.

Despite the online presence through websites remaining stable, there was an increase in the proportion of organizations that had profiles or accounts on social platforms and networks, reaching 71% in 2022 (up from 60% in 2016). Larger organizations also had a greater presence on social networks than smaller ones: 89% of organizations with 10 or more paid workers and 81% of those with 1 to 9 paid workers had profiles or accounts on platforms and social networks in 2022, while the presence on platforms and social networks was reported at a lower proportion by organizations without paid workers (53%). Organizations that work in education and research also had a greater Internet presence than organizations that operated in other areas (Chart 10).

CHART 10
ORGANIZATIONS BY WEBSITES AND/OR SOCIAL NETWORKS, BY SIZE AND ACTIVITY (2022)
Total number of organizations (%)



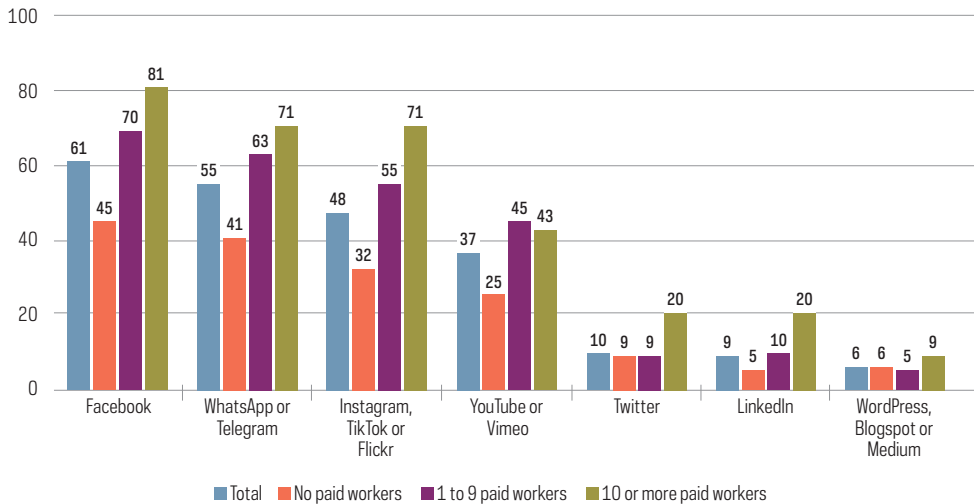
Thus, it is observed that the largest organizations expanded their online presence,

via both websites and web pages and via their own profiles or accounts on platforms and social networks. In the case of smaller organizations, online presence via platforms and social networks was more common than via websites or web pages, which can be explained by the weaknesses in their administrative and financial capacities, especially related to IT.

In relation to platforms and social networks, Facebook was the most commonly used by nonprofit organizations: 61% had profiles on this platform. WhatsApp or Telegram (55%), Instagram, TikTok or Flickr (48%), and YouTube or Vimeo (37%) were also social networks in which organizations had their own accounts or profiles. At smaller proportions, Twitter (10%), LinkedIn (9%), and WordPress, Blogspot or Medium (6%) were mentioned. Similar to other indicators, the largest organizations and those that worked in the areas of education and research, health and social assistance, and culture and recreation presented higher proportions of Facebook use, as shown in Chart 11.

CHART 11
ORGANIZATIONS BY TYPE OF ONLINE PLATFORM OR SOCIAL NETWORK ON WHICH THEY ARE PRESENT (2022)

Total number of organizations (%)



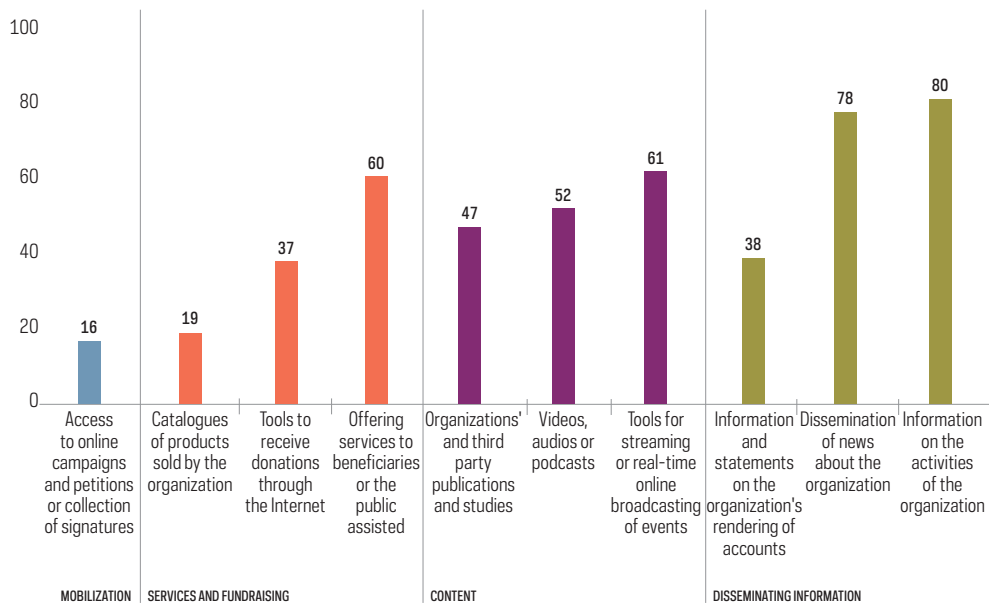
Organization websites offered informational resources at greater proportions than other types of resources, with emphasis on information on the activities of the organization (80% of organizations that had websites), dissemination of news about the organization (78%), and institutional information about the organization (78%), as can be seen in Chart 12. Only 38% of organizations that had websites provided information and statements on their rendering of accounts.

It should be noted that the tools for streaming or real-time online broadcasting of events, which were little available in 2016 (22%), showed a significant increase in 2022 (61%), which may have been the result of changes caused by the COVID-19 pandemic. Other resources that may have had their use expanded due to the health crisis refer to the availability of videos, audios or podcasts, present in 52% of organizations' websites or web pages; distance education environments, which went up to 27% in 2022, from 12% in 2016; and tools to receive donations through the Internet, going from 14% to 37% in the same period.

Regarding website resources that involve the relationship between organizations and the public served by them, 60% offered services to beneficiaries or the assisted populations. Other resources investigated in the survey for the first time in 2022 included posting the organizations' or third-party publications and studies (47%) and catalogs of products sold by the organizations (19%). It is also noteworthy that the availability of some resources that can support the mobilization and dissemination of certain actions and activities was mentioned at smaller proportions, such as subscriptions to receive newsletters (44%), and access to online campaigns and petitions or collection of signatures (16%).

CHART 12
ORGANIZATIONS WITH WEBSITES BY RESOURCES OFFERED IN THE LAST 12 MONTHS (2022)

Total number of organizations with websites (%)



Social networks can also be used to support the internal activities of organizations. They have the potential to lower transaction and communication costs and reduce barriers to communication and dissemination of information (Leonardi et al., 2013; Ihm & Kim, 2021). The use of social networks in internal activities can involve the creation, circulation, sharing, and exchange of information in different formats between volunteers and paid workers in organizations (Leonardi et al., 2013; Ihm & Kim, 2021). In the relationship with external actors, the use of social networks is part of a trend toward moving part of organizations' activism to the virtual environment, understood by some as a form of public sphere expansion, called the digital public sphere (Gripsrud & Moe, 2010).

Social networks focus on the main activities of organizations, i.e., on the ability to connect with people and mobilize them around certain causes. Their use reduces the time of political action cycles, "breaks" geographical barriers, and influences organizations' practices, which are "translated" into social networks, reconfiguring their activism and creating new forms of collective action, such as the societal mobilization to support specific agendas through using hashtags (Castells, 2015; Etter & Albu, 2021; Gohn et al., 2020; Gomes et al., in press; Xiong et al., 2019).

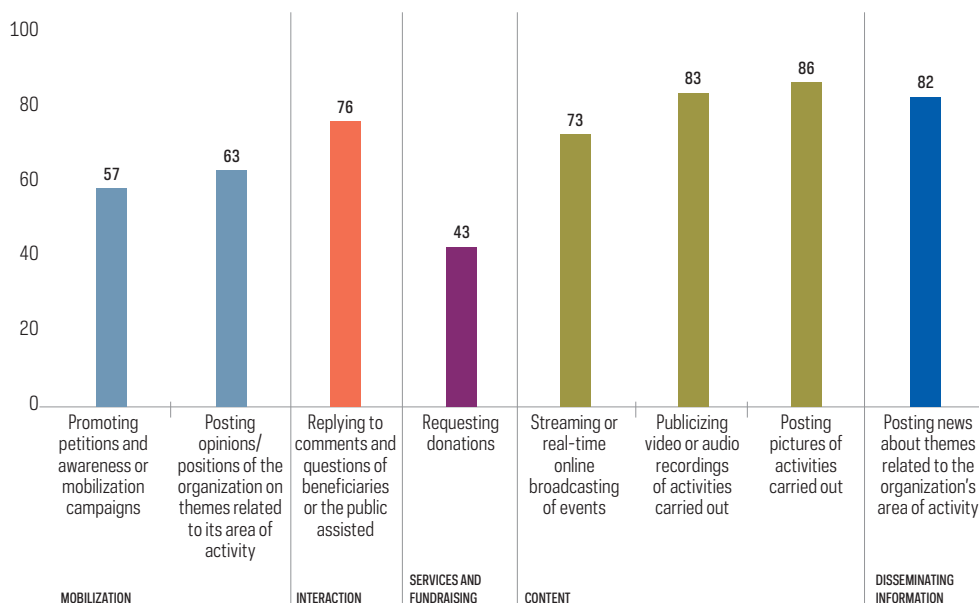
The literature has highlighted how the characteristics and dynamics of the functioning of the platforms, such as the number of characters per post and the possibility of tagging users and using hashtags, influence the types of activities carried out by organizations. Examples of this include scheduling events, telling stories and recruiting members on Facebook, using hashtags and "microblogging" on Twitter, and sharing photos and videos through Instagram, TikTok, and YouTube (Gaby & Caren, 2012; Lovejoy & Saxton, 2012; Theocharis et al., 2015; Tremayne, 2014; Vasi & Suh, 2016). However, these characteristics and dynamics can also result in directing organizations' online activities, such as the choice of agendas that produce more "sharable" and "clickable" posts (Etter & Albu, 2021), in addition to the possibility of monitoring organizations' performance and even limiting certain posts (Gomes et al., in press).

The indicators related to the activities carried out by organizations in social networks show that they are similar to the resources made available on their websites, the most frequent activities being those related to the dissemination of information and activities: posting news about the organization (86%), posting pictures of activities carried out (86%), and publicizing video or audio recordings of these same activities (83%). Among the activities that enable greater interaction between organizations and their public or society in general, the most common were replying to users' comments and questions (76%) and streaming or real-time online broadcasting of events (73%). Organizations also used social networks to mobilize and draw attention to certain topics, which included posting opinions/positions of the organization on themes related to its area of expertise (63%), and selling of products/services (57%), while the use of social networks to request donations was restricted (43%) (Chart 13).

CHART 13

ORGANIZATIONS WITH SOCIAL NETWORK PROFILES OR ACCOUNTS BY ACTIVITIES CARRIED OUT (2022)

Total number of organizations with Internet access and social network profiles or accounts (%)



Still regarding nonprofit organizations' online presence, in 2022, the survey investigated for the first time the organizations that offered mobile or tablet applications, present in only 11% of organizations with Internet access. Paying for online ads also showed a low proportion (13%). On this last indicator, the ICT Enterprises 2021 survey pointed out that paying for online ads was more common among private enterprises, reported by 40% (CGI.br, 2022a).

Skills, barriers, and motivations

Organizations' IT capacities are essential in order for ICT to be used, to enable both internal activities and communication and mobilization with their donors, partners, beneficiaries, and the population in general. However, nonprofit organizations' IT capacities are still limited. Regarding websites development, 22% of those with websites hired outsourced service providers to this end, 12% counted on volunteers, and only 8% reported that paid workers of the organizations' teams carried out this activity. The situation was slightly better in the case of the administration of profiles or accounts on social networks, where 36% of organizations with their own profiles relied on volunteers, 25% on paid workers, and 14% hired outsourced service providers to carry out this activity.

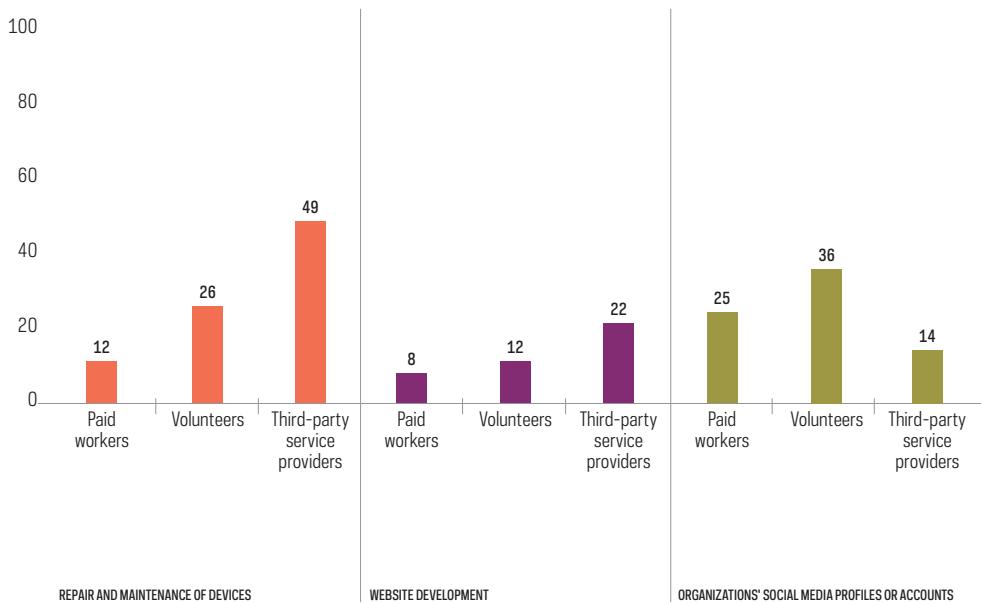
In the case of equipment maintenance and repair services, most organizations hired outsourced service providers (49%), while 26% of organizations relied on volunteers for this, and 12% on paid workers. The proportions were similar in the case of technical support for internal systems and repair of electrical infrastructure and networks, in which the hiring of outsourced services predominated, mentioned by about half of the organizations. About a quarter of organizations reported that they relied on volunteers to carry out these services, and an even smaller part of organizations relied on paid workers to this end (Chart 14).

In all types of services investigated, both the presence of paid responsible persons and the hiring of outsourced services were more common in larger organizations and in those operating in the education and research, and religion segments, while among smaller organizations it was more common for volunteers to perform these IT-related services.

CHART 14

ORGANIZATIONS WHERE ICT-RELATED SERVICES WERE PERFORMED IN-HOUSE, BY VOLUNTEERS AND/OR BY OUTSOURCED ENTERPRISES (2022)

Total number of organizations (%)



Regarding training initiatives aimed at team members, which are important to strengthen IT capacities, 26% of organizations had provided internal training on informatics, computers and/or the Internet to paid and/or volunteer workers in the 12 months prior to the survey, and 12% had paid for external courses on the topic. Organizations with 10 or more paid workers and those working in the areas of

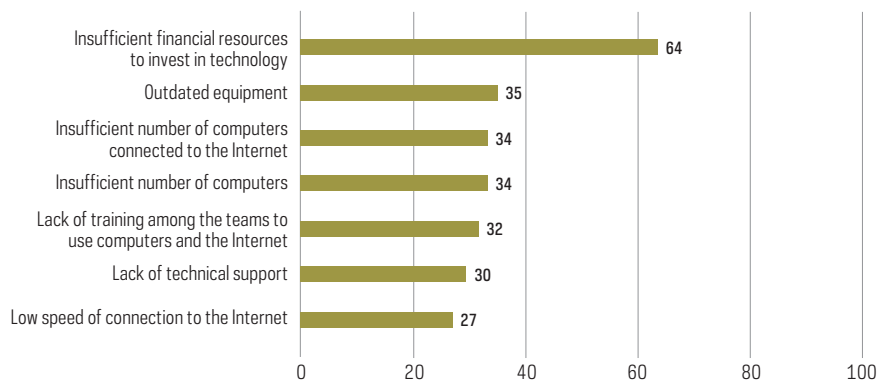
education and research, and religion, presented higher proportions for both indicators. The ICT Nonprofit Organizations 2022 survey also identified that one out of four respondents (24%) had specific training on the use of technologies in the third sector.

To understand the challenges related to ICT infrastructure and IT capacity among Brazilian nonprofit organizations, the survey investigated the barriers to computer use among organizations. Most of them (64%) reported that they had limited financial resources to invest in technology, followed by barriers related to the presence of adequate devices to access the Internet and the lack of digital skills of members of the teams (Chart 15).

CHART 15

ORGANIZATIONS WITH COMPUTERS BY DIFFICULTY WITH USING COMPUTERS AND THE INTERNET (2022)

Total number of organizations with computers (%)



Privacy and personal data protection

The ICT Nonprofit Organizations 2022 survey also addressed issues related to compliance with the Brazilian General Data Protection Law (LGPD) (Law No. 13.709/2018) in organizations and about resources available on their websites. Approved in 2018, the LGPD seeks to guarantee basic rights related to personal data, including determination of the treatment, collection, storage, and sharing of these data by private, public, and nonprofit organizations. This is especially important for nonprofit organizations that work with audiences that suffer discrimination or violence, as in these cases data may be collected from their public, including sensitive data (Duarte et al., 2021; Lopes et al., 2021).

Building internal capacities is critical to developing a data protection culture in organizations, but this process appears to be in its early stages. Only 29% of organizations reported that they had areas or persons responsible for the implementation of the LGPD, a proportion that was not very different from that found in private enterprises (23%) (CGI.br, 2022d). The presence of areas or persons responsible for this purpose was more common in organizations with 10 or more paid workers (46%) and in those that worked in education and research (50%). In the case of organizations that did

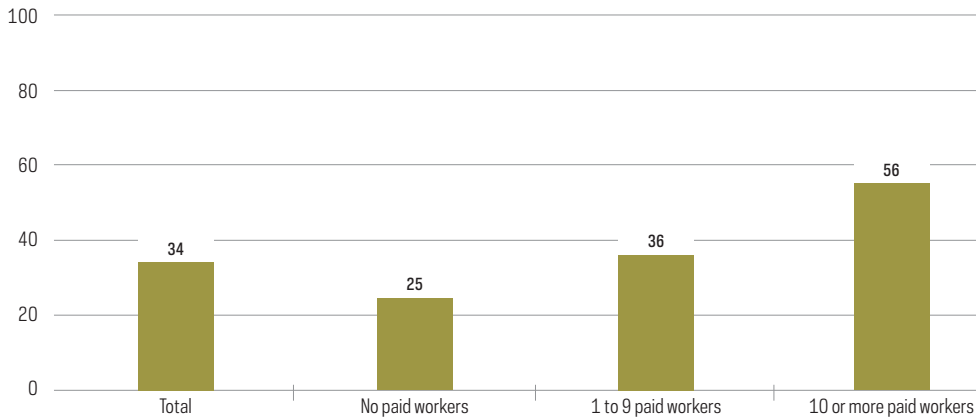
not have areas or persons responsible for the implementation of the LGPD, only 7% stated that they hired third-party services for this purpose.

Chart 16 shows the organizations that had areas or persons responsible for the implementation of the LGPD or that contracted third-party services to this end.

CHART 16

ORGANIZATIONS BY AREAS OR PERSONS RESPONSIBLE OR THIRD PARTIES HIRED FOR THE IMPLEMENTATION OF THE BRAZILIAN GENERAL DATA PROTECTION LAW (LGPD) (2022)

Total number of organizations (%)



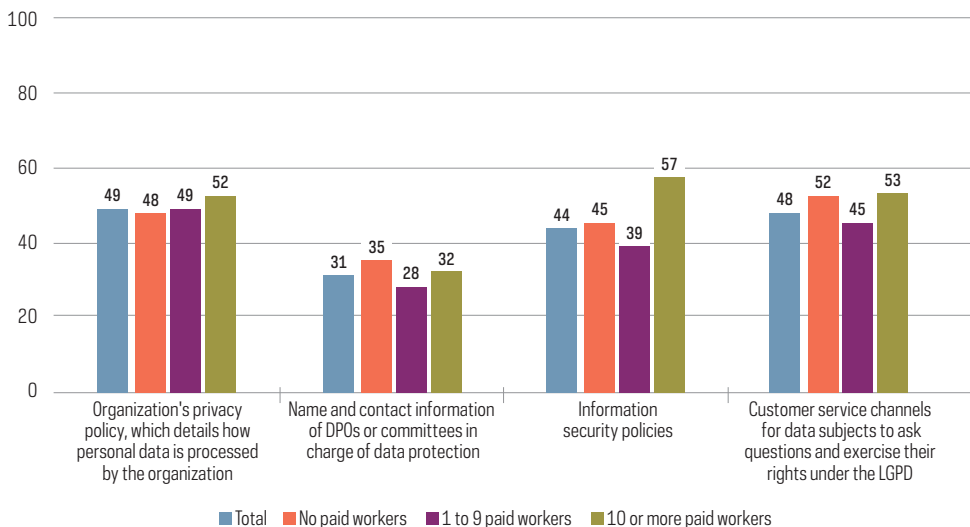
Still on internal capacity building, 27% of organizations had offered internal training on privacy and data protection to paid workers and/or volunteers in the last 12 months. This practice was more common among organizations with 10 or more paid workers (37%) and in those in the areas of education and research (41%) and religion (34%). Only 10% reported that they paid for external courses on the topic for their staff. It should be noted that both internal training and paying for external courses are key to raising the awareness of people working in organizations (paid or voluntarily) about the importance of and need for the processing of personal data and related risks.

Regarding compliance with the LGPD, among the organizations with websites, about half made their privacy policies available, including information on how personal data is processed by the institution and a service channel for data subjects to ask questions and exercise their rights under the LGPD. Also, 44% provided their Information Security Policies, and 31%, the name and contact information of the persons or committees in charge of data protection or the Data Protection Officer (DPO)⁶ (Chart 17).

⁶ Data holders are responsible for “[...] supervising the implementation of a data privacy governance program, translating legal obligations into concrete actions, documenting data processing activities and decisions, and training relevant personnel as part of the governance program” (Centre for Information Policy Leadership [CIPL], & Center for Internet, Law, and Society of the Brazilian Institute of Education, Development, and Research [CEDIS-IDP], 2021, p. 4).

CHART 17
ORGANIZATIONS BY RESOURCES RELATED TO THE LGPD MADE AVAILABLE ON THEIR WEBSITES (2022)

Total number of organizations with websites (%)



Final considerations: An agenda for public policies

The data collected by the ICT Nonprofit Organizations 2022 survey points out to greater dissemination of digital technologies in the Brazilian third sector. The expansion of Internet infrastructure, including fiber-optic connections, has resulted in an increase in Internet access by organizations. This access has included more stable forms of connection at higher speeds. The context of the COVID-19 pandemic also led to intensified ICT use, imposing the migration of some activities to the virtual environment, which was portrayed, for example, by the high proportion of organizations that streamed or provided real-time online broadcast of events and by the greater online presence of organizations through their own profiles and accounts on social networks.

The literature indicates that technologies have the potential to bring changes to civil society. Internally, they can enable efficiency gains and improvements in governance, communication, and training processes. Externally, they have influenced new forms of information dissemination, actions, and events; enabled access to e-government services, including access to government funding, use of digital services, and social participation and control; and reconfigured mobilization and activism practices. Online presence, especially through social networks, allows organizations to draw attention to certain themes, campaigns, and actions using hashtags, schedule events and mobilizations, share photos and videos, and disseminate reports and “microblogs” about events in real time.

Despite this, the digital divide is still far from being completely overcome among civil society organizations: 18% of Brazilian nonprofit organizations did not use the Internet in the 12 months prior to the survey. Even among organizations that accessed

the Internet, the predominance of the use of mobile phones, which were in many cases personal devices, and the low online presence through websites, for example, demonstrate that there are other challenges to more effective use of ICT. Additionally, few organizations have acted to increase the digital inclusion of their communities by offering free Wi-Fi in their facilities.

These challenges to ICT access and use may be related to weaknesses in the administrative and financial capacities of nonprofit organizations. The number of organizations that did not have specific areas or departments to support their management processes and that did not have paid workers was significant. On the contrary, most of them had a large number of volunteers. It was also common for organizations to lack IT capacities, which included the presence of people responsible for the various IT activities and adequate and sufficient financial resources to invest in technology. The results of the 2022 edition indicates that these weaknesses were present mainly in smaller organizations and in those that work in the areas of development and defense of rights, and housing and the environment.

Strengthening the administrative and financial capacities of nonprofit organizations involves discussing their funding sources. Few organizations relied on resources from international organizations and entities, reinforcing a trend already observed in Brazil's withdrawal from international cooperation (Mendonça et al., 2013). Advances in the regulation of the relationship between public organizations and nonprofit organizations, with the approval of the MROSC, were not reflected in an increase in the proportions of organizations that relied on government funding. Most relied on resources from society itself, i.e., voluntary donations by individuals and payment of monthly and annual fees by members. Still, despite the changes produced by the pandemic, with the intensification of the use of social networks, few organizations relied on fundraising strategies in the digital environment.

In the 2022 edition of the survey, indicators related to actions to guarantee privacy and personal data protection were also included, which is essential to the process of organizations' digital transformation and particularly important for sensitive data protection of the most vulnerable populations. The results of the survey show, however, that there was low institutionalization of this theme in Brazilian nonprofit organizations, representing an urgent challenge to be addressed by them.

The survey highlights that the intensification of the ICT use and the diversification of online activities involve strengthening organizations' capacities, while the ICT use opens up new possibilities for them to operate and mobilize. Organizations' online presence, through digital activism, interaction with government agencies, and representation in forms of electronic participation (e-participation), reinforces the idea that the public sphere is expanded in the virtual environment.

However, two aspects are highlighted by the survey results. First, not all organizations are part of this digital public sphere. Even among those who are present in the virtual environment, there are social and digital inequalities that feature them, marking their contexts and imposing barriers to ICT access and use. Second, the characteristics and dynamics of the functioning of online platforms and social networks also affect nonprofit organizations' online presence, including the capacity and scope of their activities.

References

- Abdal, A., Alves, M. A., Nogueira, F. A., Pineda, A., Campos, P. H., Calixto, G., & Campos, G. (2019). *Pesquisa comportamental sobre doadores de alta renda*. Conectas; CEAPG. <https://doadoresaltarenda.conectas.org/assets/files/relatorio.pdf>
- Alliance for Affordable Internet. (2021). *A policy guide: Towards meaningful connectivity*. <https://a4ai.org/wp-content/uploads/2021/10/Policy-Guide-Towards-Meaningful-Connectivity.pdf>
- Alves, M. A., & Costa, M. M. (2020). Colaboração entre governos e organizações da sociedade civil em resposta a situações de emergência. *Revista de Administração Pública*, 54(4), 923-935. <http://dx.doi.org/10.1590/0034-761220200168>
- Arnesen, D., & Sivesind, K. H. (2021). COVID-19 as a catalyst for digital nonprofit fundraising. *ISTR conference, online*, 1-24.
- Brazilian Internet Steering Committee. (2018). *Survey on the use of information and communication technologies in the Brazilian public sector: ICT Electronic Government 2017*. <https://cetic.br/en/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-tic-governo-eletronico-2017/>
- Brazilian Internet Steering Committee. (2021). *Survey on the Internet service provider sector in Brazil: ICT Providers 2020*. <https://www.cgi.br/publicacao/pesquisa-tic-provedores-2020/>
- Brazilian Internet Steering Committee. (2022a). *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian enterprises: ICT Enterprises 2021*. <https://cetic.br/en/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nas-empresas-brasileiras-tic-empresas-2021/>
- Brazilian Internet Steering Committee. (2022b). *Survey on the use of information and communication technologies in the Brazilian public sector: ICT Electronic Government 2021*. <https://cetic.br/en/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-no-setor-publico-brasileiro-tic-governo-eletronico-2021/>
- Brazilian Internet Steering Committee. (2022c). *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian households: ICT Households 2021*. <https://cetic.br/en/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nos-domicilios-brasileiros-tic-domicilios-2021/>
- Brazilian Internet Steering Committee. (2022d). *Privacy and personal data protection 2021: perspectives of individuals, enterprises and public organizations in Brazil*. <https://cetic.br/en/publicacao/privacidade-e-protecao-de-dados-2021/>
- Brazilian Internet Steering Committee. (2022e). *Community networks and the Internet in Brazil: Experiences and challenges for digital inclusion*. <https://cetic.br/en/publicacao/community-networks-and-the-internet-in-brazil/>
- Castells, M. (2015). *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age* (2nd ed.). Polity Press.
- Centre for Information Policy Leadership, & Center for Internet, Law, and Society of the Brazilian Institute of Education, Development, and Research. (2021). *O papel do/a encarregado/a conforme a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)*. <https://www.idp.edu.br/o-papel-do-a-encarregado-a-conforme-a-lei-geral-de-protecao-de-dados-pessoais-lgpd/>

- Cesarino, L. (2022). *O mundo do avesso: verdade e política na era digital*. Ubu.
- Chu, S. A., Shulman, S. W., Sandoval, R., & Hovy, E. (2010). Government 2.0: Making connections between citizens, data and government. *Information Polity*, 15(1-2), 1-9. <http://dx.doi.org/10.3233/IP-2010-0205>
- Di Lauro, S., Tursunbayeva, A., & Antonelli, G. (2019). How nonprofit organizations use social media for fundraising: A systematic literature review. *International Journal of Business and Management*, 14(7), 1-22. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v14n7p1>
- Duarte, H., Frota, H. B., & Cruz, M. (2021). *Dicas jurídicas para as organizações da sociedade civil: LGPD – Lei Federal 13.709/2018*. Editora USIdeias; Cadernos Abong. <https://abong.org.br/wp-content/uploads/2022/03/Cartilha-Orientacao-Juridica-06-Dicas-Juridicas-para-as-Organizacoes-da-Sociedade-Civil-LGPD.pdf>
- Etter, M., & Albu, O. B. (2021). Activists in the dark: Social media algorithms and collective action in two social movement organizations. *Organization*, 28(1), 68-91. <https://doi.org/10.1177/1350508420961532>
- Franklin, L. A. S., Euclides, F. M., Campos, A. P. T., & Ferreira, M. A. M. (2022). Tecnologias da Informação e Comunicação no contexto democrático brasileiro: uma revisão sistemática de literatura. *Em Questão*, 28(2), 265-294. <http://dx.doi.org/10.19132/1808-5245282.117173>
- Gaby, S., & Caren, N. (2012). Occupy online: How cute old men and Malcolm X recruited 400,000 US users to OWS on Facebook. *Social Movement Studies*, 11(3-4), 367-374. <https://doi.org/10.1080/14742837.2012.708858>
- Gohn, M. G., Penteado, C. L. C., & Marques, M. S. (2020). Os coletivos em cena: experiências práticas e campo de análise. *Simbiótica*, 7(3), 1-7. <https://doi.org/10.47456/simbitica.v7i3.33690>
- Gomes, M., Alves, M. A., Grigoletto, F., & Souza, C. M. L. (in press). *Leveraging influence in the era of social media: Platform activism and affordances in the case of @GreenpeaceBr*.
- Gripsrud, J., & Moe, H. (Eds.). (2010). *The digital public sphere: Challenges for media policy*. Nordicom. <http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1534745/FULLTEXT01.pdf>
- Holanda, B. M., & Mendonça, P. M. E. (2021). Avanços e desafios na implementação do MROSC em entes subnacionais: os casos de Bahia e Belo Horizonte. *Artigos GIFE*, 3(1), 1-15. doi.org/10.33816/gife.20210301a1
- Ihm, J., & Kim, E. (2021). When nonprofit organizations meet information and communication technologies: How organizational culture influences the use of traditional, digital, and sharing media. *Voluntas*, 32, 678-694. <https://doi.org/10.1007/s11266-021-00335-9>
- Institute of Applied Economic Research. (2020). *Mapa das organizações da sociedade civil*. <https://mapaosc.ipea.gov.br/indicadores>
- Law No. 13.709, of August 14, 2018*. (2018). Brazilian General Data Protection Law (LGPD). Retrieved on March 12, 2023, from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/113709.htm
- Leonardi, P. M., Huysman, M., & Steinfield, C. (2013). Enterprise social media: Definition, history, and prospects for the study of social technologies in organizations. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(1), 1-19. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12029>

- Lopes, L. F., Storto, P. R., Cezarino, M. R., Souza, R. O., Schiavon, T., Galli, N. T., & Fidelis, V. (2021). *Proteção de dados: guia de conformidade legal para a sociedade civil*. Rede Folha; Szazi, Bechara, Storto, Reicher e Figueiredo Lopes Advogados; Plataforma MROSC; União Europeia. <https://plataformaosc.org.br/wp-content/uploads/2021/12/LGPD-DIGITAL-2.pdf>
- Lovejoy, K., & Saxton, G. D. (2012). Information, community, and action: How nonprofit organizations use social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 337-353. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01576.x>
- Lucca-Silveira, M. P., Rodrigues, P., Jerabek, M., Woods, M. K., & Vergueiro, J. P. (2021). Brazilian foundations and the responses to COVID-19. *The Foundation Review*, 13(3), 67-78. <https://doi.org/10.9707/1944-5660.1579>
- Mello, J., & Pereira, A. C. R. (2022). *Dinâmicas do terceiro setor no Brasil: trajetórias de criação e fechamento de organizações da sociedade civil (OSCS) de 1901 a 2020*. Ipea. <https://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/11453>
- Mendonça, P. M. E., Alves, M. A., & Nogueira, F. A. (Eds.). (2013). *Arquitetura institucional de apoio às organizações da sociedade civil no Brasil*. FGV. https://ceapg.fgv.br/sites/ceapg.fgv.br/files/u26/livro_articulacaod3.pdf
- Penteado, C. L. C., Santos, M. B. P., & Araújo, R. P. A. (2014). Democracia, sociedade civil organizada e Internet: estratégias de articulação online da Rede Nossa São Paulo. *Sociologias*, 16(36), 206-235. <http://dx.doi.org/10.1590/15174522-016003613>
- Reinach, S. (2013). Financiamento de organizações da sociedade civil por meio de doações individuais: um cenário ainda pouco conhecido no Brasil. In P. M. E. Mendonça, M. A. Alves, & F. A. Nogueira (Eds.), *Arquitetura institucional de apoio às organizações da sociedade civil no Brasil* (pp. 98-111). FGV.
- Rocha, C. (2021). *Menos Marx, mais Mises: o liberalismo e a nova direita no Brasil*. Todavia.
- Theocharis, Y., Lowe, W., van Deth, J. W., & García-Albacete, G. (2015). Using Twitter to mobilize protest action: Online mobilization patterns and action repertoires in the Occupy Wall Street, Indignados, and Aganaktismenoi movements. *Information, Communication & Society*, 18(2), 202-220. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.948035>
- Tremayne, M. (2014). Anatomy of protest in the digital era: A network analysis of Twitter and Occupy Wall Street. *Social Movement Studies*, 13(1), 110-126. <https://doi.org/10.1080/14742837.2013.830969>
- Vasi, I. B., & Suh, C. S. (2016). Online activities, spatial proximity, and the diffusion of the Occupy Wall Street movement in the United States. *Mobilization: An International Quarterly*, 21(2), 139-154. <https://doi.org/10.17813/1086-671X-22-2-139>
- Vergueiro, J. P., & Estraviz, M. (2015). It is the individuals. In Brazilian Internet Steering Committee. *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian nonprofit organizations: ICT Nonprofit Organizations 2014* (pp.165-171). <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nas-organizacoes-sem-fins-lucrativos-brasileiras-tic-osfil-2014/>

Winkler, I., & Pozzebon, M. (2011). A Rede Nossa São Paulo e os desafios da mobilização social por cidades mais justas e sustentáveis. *GVcasos*, 1(1), 1-21. <https://doi.org/10.12660/gvcasosv1n1c2>

Xiong, Y., Cho, M., & Boatwright, B. (2019). Hashtag activism and message frames among social movement organizations: Semantic network analysis and thematic analysis of Twitter during the #MeToo movement. *Public Relations Review*, 45(1), 10-23. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.10.014>

ARTICLES

Use of technology in data coproduction by citizens and civil associations

Fernanda Lima-Silva¹, Mário Martins², Livia Castro Degrossi³, and Maria Alexandra Cunha⁴

This article addresses the role of civil society and academic institutions in the co-production of data on socioenvironmental disasters. Specifically, it discusses technology-mediated practices to promote citizen engagement in the generation, use, and circulation of flood-related data in urban areas of high socioenvironmental vulnerability. It builds on the experience of “Waterproofing data: Engaging stakeholders in the sustainable governance of flood risks for urban resilience” project, an international and multidisciplinary research partnership between academia, civil society, and government institutions in Brazil, Germany, and the United Kingdom. The project carried out interventions in neighborhoods vulnerable to floods in the Brazilian municipalities of Rio Branco and São Paulo. The objectives of the project were to analyze the governance of data related to flood risk, emphasizing its cultural and social aspects, and to promote the participation of citizens in this governance process to increase the resilience of communities to socioenvironmental disasters.

¹ Ph.D. and master's degree in public administration and government from the São Paulo School of Business Administration of the Getulio Vargas Foundation (FGV EAESP). She worked as a post-doctoral researcher in the Waterproofing Data project. Researcher in the fields of social and urban policies, with a focus on actions aimed at populations in situations of social, political, and environmental vulnerability.

² Ph.D. and master's degree in social psychology from the Pontifical Catholic University of São Paulo (PUC-SP). He worked as a post-doctoral researcher in the Waterproofing Data project. Researcher in the field of perception and communication of socio-environmental risks and urban vulnerabilities related to disasters and climate change.

³ Ph.D. and master's degree in computer science from the Institute of Mathematical and Computer Sciences of the University of São Paulo (ICMC-USP). She worked as a post-doctoral researcher in the Waterproofing Data project. Researcher in the fields of collaborative systems and citizen science focused on socio-environmental disasters.

⁴ Professor and coordinator of technologies and government at the Center for Public Administration and Government Studies at FGV EAESP. Senior researcher of the Waterproofing Data project. She researches electronic government, public administration, and information technology (IT) management.

The relevance of this type of study lies in the growing interest and investment in research on Big Data and citizen-generated data because of the recent spread of new digital technologies and the popularization of smartphones, which has been characterized as a “data revolution” (United Nations [UN], 2013). This new way of producing and analyzing data on a large scale contributes to generation of new knowledge, filling data gaps, and improving decision-making processes. In addition, the production of data by the population and civil society organizations can increase the scientific literacy of citizens (Bonney et al., 2009), advance scientific knowledge, and fill data gaps, particularly in areas where it simply does not exist or is not released for public use (Requier et al., 2020; Sy et al., 2020). Furthermore, it can also leverage democratization and social participation (Bott & Young, 2012; Porto de Albuquerque & Almeida, 2020).

Voluntary involvement in data production can have an impact on democratization and the quality of this data, since it increases the participation of civil society and citizens, as well as improve actions and public policies. This phenomenon has been gaining relevance and scale in the areas of environmental justice (Mah, 2017) and socioenvironmental risk management (Albagli & Iwama, 2022; Cieslik et al., 2019; Vadjunec et al., 2022; Wolff et al., 2021). It is argued that it can help vulnerable communities broaden knowledge about the areas in which they live from a critical perspective and improve their resilience during and after disasters (Porto de Albuquerque & Almeida, 2020).

However, participatory and voluntary data production faces empirical and methodological challenges, especially when it involves populations in situations of socioeconomic vulnerability in the countries of the Global South (Requier et al., 2020; Wolff et al., 2021). First, there are clear inequalities related to access to technology and the Internet. Although 39% of Brazilian households have computers and 82% have access to the Internet, these values reach only 10% and 61% of households in classes DE (Brazilian Network Information Center [NIC.br], 2022). Civil society organizations, which can represent or assist vulnerable populations in their data production efforts, also face varying difficulties and barriers in accessing and using new technologies (Bobsin & Pozzebon, 2017). Among nonprofit organizations, by 2022, 70% used desktop computers, 74% laptops, 23% tablets, and 89% mobile phones (NIC.br, 2023).

There are also problems with the capability and expertise of these populations. People who are usually involved with Big Data and citizen science initiatives tend to have higher education levels and income, as well as more familiarity with and access to technology (Mah, 2017). Therefore, the engagement of populations in situations of greater socioeconomic vulnerability and risk of socioenvironmental disasters, who have knowledge about local realities that is often not reflected in official databases, requires understanding and overcoming situations of digital exclusion and the digital gap (Arora, 2016).

This article presents a reflection on the current and potential challenges that civil society and academic organizations face or may face in promoting initiatives to produce, circulate and integrate data. There was particular interest in data incorporating and

drawing on preexisting flood records and local knowledge of flood risk (Garde-Hansen et al., 2017). In addition, technology-based mediation methods with data were also highlighted, in view of their transformative potential and their integration into the contemporary society model (Allenby & Sarewitz, 2011). Therefore, two engagement practices were selected for this discussion: participatory dialogical mapping in informal settlements, and the development and use of an application to promote the production and circulation of flood data.

Participatory dialogical mapping

Participatory mapping is a collaborative activity for the generation of geographic data on streets, highways, and buildings. It has been developed and is increasingly improved with the use of technological tools such as the OpenStreetMap (OSM) collaborative mapping platform, whose objective is to create a geographical database of the entire world and make it available in the form of a free and editable digital map. Collaborative mapping platforms, such as OSM, generate a large amount of geographical data in a short period over any territory, including areas affected by a socioenvironmental disaster (Zook et al., 2010) or informal settlements (Porto de Albuquerque et al., 2019). In addition, OSM allows maps to be produced and modified by anyone, whether they are a local government professional, a nonprofit organization, or a citizen.

Experience with carrying out collaborative mapping with OSM in partnership with local associations in person and remotely (Xavier et al., 2020) and critical evaluation of its conduct made it possible to identify potential challenges in the application of these activities. The application of this mapping faced difficulties relative to knowledge, infrastructure, and mobilization. The populations involved had unequal levels of knowledge about maps and the Internet, which resulted in the development of mapping and OSM workshops. In addition, in the neighborhoods where we operated, the Internet was sometimes unstable and computers insufficient to allow everyone who enrolled to participate, being partially solved by partnerships with local civil society organizations and colleges. Finally, the mobilization of residents for mapping activities fell short of what was expected, which was associated with the mobilizing theme: The research was structured from the perspective of floods, a phenomenon that was either not seen as a socioenvironmental risk or linked us to government actions that in many cases were associated with the risk of resident evacuation.

Regarding possible benefits, the promotion of participatory mapping activities allowed: (i) the expansion of citizens' and organizations' knowledge about maps, in general, and about the geographical data of the regions where they work and live; (ii) the creation of new geographical data, particularly in areas of informal occupation, which tend to be poorly represented on official maps – Figure 1, for example, shows the map of Rio Branco, in Acre, before and after mapping activities; and (iii) the grounding of actions and reflections on social practices, potential partnerships with governmental and nongovernmental organizations, and improvements in the area.

FIGURE 1
EXAMPLE OF THE OSM BASE MAP IN RIO BRANCO BEFORE (MARCH 2020) AND AFTER (JUNE 2022) MAPPING



SOURCE: COLLECTION OF THE WATERPROOFING DATA PROJECT (2022).

Based on this experience, participatory dialogical mapping was proposed, a method that starts with dialogue and identification of themes of local relevance for the co-production of geographical data and the promotion of a critical reflection on the local reality. This method was developed in 2022 in a partnership between a civil society organization, associations of residents and populations living in flood-vulnerable areas of three Brazilian cities, and researchers.

The initial contact between the parties involved was through the representation of living spaces of citizens, in order to increase their familiarity with the use of maps and, eventually, promote their cartographic literacy based on the local reality. This initial proposal was called “affective mapping” because it emotionally mobilized the residents to ensure that learning did not occur solely and exclusively in the cognitive sphere: By mapping what is close to them, the residents understood and felt that they could make use of this tool. Through affective mapping, it was possible to identify and collect relevant information about the territory, as well as encourage residents to report the problems faced, the opportunities and possibilities of the territory, and the projects and dreams they had for their communities.

The way the affective mapping is carried out depends on the experience and possibilities available to associations, researchers, and citizens. Walking routes, conversation circles, and participatory mapping can be useful tools depending on demand. During this process, technical and scientific instruments should be constantly available to the communities. This way, they can become familiar with the language of the tool and experience it in their areas, expressing their territoriality.

The affective mapping was followed by the georeferenced digital mapping. The initial development of these maps took place from walks through the neighborhoods. Data was collected using Kobo ToolBox, a collaborative tool helpful in remote environments difficult to access or without Internet connection, and FieldPapers, a tool for field mapping that allows users to delimit the study areas and print base maps in A3 paper format. After this step, the collected data was entered into the OSM, allowing the creation, visualization, editing and analysis of the georeferenced data.

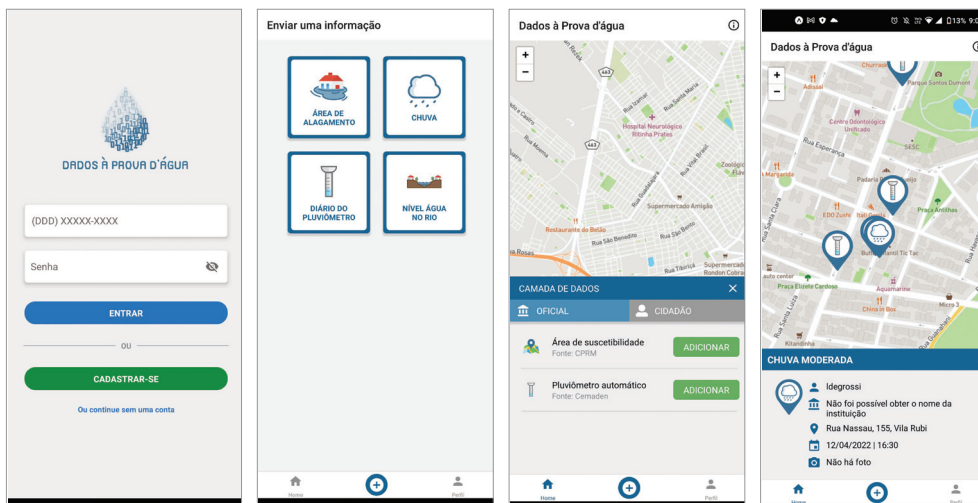
The participation of local populations relied on training workshops and the support of external partners to access adequate infrastructure and Internet.

The results of this research indicated that the co-produced geographic data enabled updated and detailed base maps, with information on streets, real estate, and landmarks in the analyzed neighborhoods. This information can be used, together with the results of affective mapping, to describe the neighborhoods and geographically identify where local opportunities and problems are located. Additionally, the maps were used to foster reflections on the areas and to encourage dialogue with local stakeholders, such as public servants who implement public services and interact with citizens, called street-level bureaucrats, in the region and other local government authorities.

Development and use of a flood application

Initial project activities pointed out to the opportunity to develop a mobile app to enable citizens, not only to generate flood data (e.g., rain measurements and flooded areas), but also to have access to official flood data about their neighborhoods (such as flood risk areas and official rain data). To support this process, focus groups that included school students, local associations, and government managers were organized, in which the participants discussed the current situation and externalized their world views and perceptions of reality. The collective discussion and critical analysis of these situations aimed to raise awareness, while revealing potential transformative paths that could be supported by the new software. This led to the launch of the open-source mobile app “Waterproofing Data,” which aimed to support data-driven citizen science on the impact of floods. The app was released in a beta version in November 2021 (Figure 2).

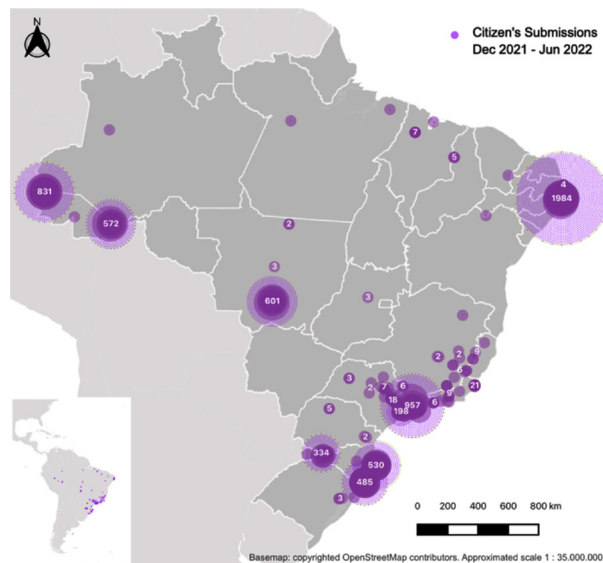
FIGURE 2
WATERPROOFING DATA PROJECT MOBILE APPLICATION



SOURCE: COLLECTION OF THE WATERPROOFING DATA PROJECT (2022).

The use and dissemination of the app were carried out through “pollination”: We engaged local facilitators in schools, civil associations, and municipal civil defense – the “pollinators” – to help us spread the seeds we cultivated in our “data gardens.” Out of all these “pollinators,” 21 were assigned to our project activities, which helped us expand to nine cities in five different Brazilian states. Since we were in the midst of the COVID-19 pandemic with travel restrictions and safety concerns, our “pollinators” participated in a four-month online capacity-building program, covering citizen science basics and flooding. They carried out the activities, engaging students from schools. Figure 3 shows data submissions using our mobile app, which includes more than 6,600 rows of data generated by 318 citizen reporters located in 24 partner schools and 13 civil defense agencies. This process of co-producing data helped identify challenges related to use, such as difficulties in downloading and using the application, and social mobilization for data production. However, it also showed numerous potentials: 1) production of updated, detailed knowledge and information about the rain and floods that occurred in the neighborhoods; 2) expansion of the information available to residents and civil associations in order to prevent and minimize flood risks; and 3) promotion of joint coordination with other nonprofit organizations and government agencies, to produce data through the use of technology.

FIGURE 3
DISTRIBUTION OF THE DATA CO-PRODUCED BY CITIZENS IN THE WATERPROOFING DATA APPLICATION BETWEEN DECEMBER 1, 2021 AND JUNE 30, 2022



SOURCE: PORTO DE ALBUQUERQUE ET AL. (2022).

Conclusion

Based on the case studies, the results showed that there is a potential to integrate civil society organizations, academia, and residents in areas of risk in using technology for the production and analysis of data on socioenvironmental disasters, such as floods, due to the automation that these technologies allow. In the same way, they enable the dissemination of scientific knowledge through data-based practice and connection with the realities of citizens. Our institutional partners also pointed out that the use of these technologies led to improvements in internal management processes. For example, collaborative mapping contributed to the production of new geographic data and improved monitoring services for socioenvironmental disasters in the state of Acre. Finally, it is worth noting that there was a considerable decrease in data gaps, which can help in the decision-making process by those interested and involved in governance processes, for example, when socioenvironmental disaster alerts are issued in monitoring centers that lack such data at the local level.

References

- Albagli, S., & Iwama, A.Y. (2022). Citizen science and the right to research: Building local knowledge of climate change impacts. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9(39). <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01040-8>
- Allenby, B., & Sarewitz, D. (2011). *The techno-human condition*. The MIT Press.
- Arora, P. (2016). Bottom of the data pyramid: Big Data and the Global South. *International Journal of Communication*, 10(2016), 1681-1699. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/4297>
- Brazilian Network Information Center. (2022). *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian households: ICT Households 2021* [Tables]. <https://cetic.br/en/pesquisa/domicilios/indicadores/>
- Brazilian Network Information Center. (2023). *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian nonprofit organizations: ICT Nonprofit Organizations 2022* [Tables]. <https://cetic.br/en/pesquisa/osfil/indicadores/>
- Bobsin, D., & Pozzebon, M. (2017). The impact of new technologies on the third sector: Barriers and opportunities. In Brazilian Internet Steering Committee. *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian nonprofit organizations: ICT in Nonprofit Organizations 2016*. (pp.129-140). <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nas-organizacoes-sem-fins-lucrativos-brasileiras-tic-osfil-2016/>
- Bonney, R., Cooper, C. B., Dickinson, J., Kelling, S., Phillips, T., Rosenberg, K. V., & Shirk, J. (2009). Citizen science: A developing tool for expanding science knowledge and scientific literacy. *BioScience*, 59(11), 977-984. <https://doi.org/10.1525/bio.2009.59.11.9>
- Bott, M., & Young, G. (2012). The role of crowdsourcing for better governance in international development. *Praxis: The Fletcher Journal of Human Security*, 27(1), 47-70.
- Cieslik, K., Shakya, P., Uprety, M., Dewulf, A., Russell, C., Clark, J., Dhital, M. R., & Dhakal, A. (2019). Building resilience to chronic landslide hazard through citizen science. *Frontiers in Earth Science*, 7(278). <https://doi.org/10.3389/feart.2019.00278>
- Garde-Hansen, J., McEwen, L., Holmes, A., & Jones, O. (2017). Sustainable flood memory: Remembering as resilience. *Memory Studies*, 10(4), 384-405.
- Mah, A. (2017). Environmental justice in the age of big data: Challenging toxic blind spots of voice, speed, and expertise. *Environmental Sociology*, 3(2), 122-133. <https://doi.org/10.1080/23251042.2016.1220849>
- Porto de Albuquerque, J., Anderson, L., Calvillo, N., Cattino, M., Clarke, A., Cunha, M. A., Degrossi, L., Garde-Hansen, J., Klonner, C., Lima-Silva, F., Marchezini, V., Martins, M., Pajarito Grajales, D., Pitidis, V., Rizwan, M., Tkacz, N., & Trajber, R. (2022). Dialogic data innovations for sustainability transformations and flood resilience: The case for Waterproofing Data. *SSRN Electronic Journal*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4240075>

- Porto de Albuquerque, J., & Almeida, A. A. (2020). Modes of engagement: Reframing 'sensing' and data generation in citizen science for empowering relationships. T. Davies & A. Mah (Eds.), *Toxic truths: Environmental justice and citizen science in a post truth age*. Manchester University Press. <https://doi.org/10.7765/9781526137005.00028>
-
- Porto de Albuquerque, J., Yeboah, G., Pitidis, V., & Ulbrich, P. (2019). Towards a participatory methodology for community data generation to analyse urban health inequalities: A multi-country case study. *Proceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Sciences*.
-
- Requier, F., Andersson, G. K. S., Oddi, F., & Garibaldi, L. A. (2020). Citizen science in developing countries: How to improve volunteer participation. *Frontiers in Ecology and the environment*, 18(2), 101-108. <https://doi.org/10.1002/fee.2150>
-
- Sy, B., Frischknecht, C., Dao, H., Consuegra, D., & Giuliani, G. (2020). Reconstituting past flood events: The contribution of citizen science. *Hydrology and Earth System Sciences*, 24(1), 61-74. <https://doi.org/10.5194/hess-24-61-2020>
-
- United Nations. (2013). *A new global partnership: eradicate poverty and transform economies through sustainable development*. The Secretary-General's high-level panel of eminent persons on the post-2015 development agenda of the United Nations. <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/8932013-05%20-%20HLP%20Report%20-%20A%20New%20Global%20Partnership.pdf>
-
- Vadjunec, J. M., Colston, N. M., Fagin, T. D., Boardman, A. L., & Birchler, B. (2022). Fostering resilience and adaptation to drought in the southern high plains: Using participatory methods for more robust citizen science. *Sustainability*, 14(3), Article 1813. <https://doi.org/10.3390/su14031813>
-
- Wolff, E., French, M., Ilhamsyah, N., Sawailau, M., & Ramirez, D. (2021). Collaborating with communities: Citizen science flood monitoring in urban informal settlements. *Urban Planning*, 6(4), 351-364.
-
- Xavier, G. B., Reis, G. I., Castro, I., Lúcio, F. S., Silva, F. L., & Degrossi, L. C. (2020). Potencialidades e desafios dos mapeamentos colaborativos virtuais no contexto da pandemia. *UÁQUIRI - Revista Do Programa De Pós-Graduação Em Geografia Da Universidade Federal Do Acre*, 2(2), 12. <https://doi.org/10.47418/uaquiri.vol2.n2.2020.3744>
-
- Zook, M., Graham, M., Shelton, T., & Gorman, S. (2010). Volunteered geographic information and crowdsourcing disaster relief: A case study of the Haitian earthquake. *World Medical and health policy*, 2(2), 7-33. <https://doi.org/10.2202/1948-4682.1069>
-

The periphery online: ICT and collective mobilization during the pandemic¹

Patricia Maria E. Mendonça², Jessica Gonçalves³, and Cássio Aoki⁴

When the COVID-19 pandemic arrived in Brazil in March 2020, the healthcare and social welfare policies scenario was fragile due to successive spending cuts. The informal economy grew at a faster pace than formal employment, especially because of the expansion of the “app economy” (Canzian, 2021). The most vulnerable populations, the unemployed, and informal workers were the most impacted by the economic and health crises resulting from the pandemic. Within this context, successive delays and lack of coordination in government responses increased uncertainty for these most affected populations.

In the urban peripheries, staying at home and hand washing were not possibilities for everyone, because many were subject to unsanitary conditions, such as lack of access to basic sanitation or the need to use overcrowded public transport (Gobbi & Diamante, 2021). However, these territories did not stop innovating, and there was intense production of knowledge (Mendonça et al., 2021) in different languages, which resulted in new possibilities, particularly podcasts, boosted in the pandemic and served to disseminate information and amplify community actions. The so-called “peripheral collectives” gained prominence in these actions.

¹ The authors thank Leticia Cardoso and Vanessa Prata for their collaboration in this research.

² Professor and researcher at the School of Arts, Sciences and Humanities of the University of São Paulo (EACH-USP), with an agenda focused on intersectoral partnerships and collaborations.

³ Bachelor's degree in communication and multimedia from the Pontifical Catholic University of São Paulo (PUC-SP) and specialist in social project management in third-sector organizations from the same university. Project coordinator at ponteAponte, consulting for social investment and philanthropy.

⁴ PhD student in the social change and political participation program at EACH-USP, in which he researches topics related to Brazilian civil society. Master's and bachelor's degrees in administration from the School of Economics, Business and Accounting at the University of São Paulo (FEA-USP) and professor of social innovation and strategy at the Institute of Administration Foundation (FIA). Managing partner of ponteAponte and cofounder of QMTL? travel startup.

In this context, the objective of this article was to analyze initiatives using information and communication technologies (ICT) that emerged in the Brazilian peripheries during the pandemic, in order to try to understand the still little-studied phenomenon of peripheral communication collectives in the country's current scenario of social change.

Gobbi and Diamente (2021) mapped out the collectives in the city of São Paulo and defined them as follows:

They present themselves as solidarity organizations in which there is a prevalence of the coexistence of different ideas, admitting disagreement and perseverance by the community, with less hierarchical practices and the expansion of possibilities for discussions and political formation. What we have been able to observe is that some arise in a one-off way, with the goal of solving immediate issues, while in others there is a prevalence of broad perspectives concerning social change (...). Some of them are of a feminist nature and explicitly bring up issues related to the development of women, marginalized in their vast majority, from which they derive concerns with anti-sexist and anti-racist educational processes. (Gobbi & Diamente, 2021, p. 5)

The experiences of marginalized collectives in combating the effects of COVID-19 involved different forms of coping and strategies, depending on the resources, capacities, and internal and external forms of organization existing in the territories. Fleury and Menezes (2021) conducted a study that focused on actions in the Metropolitan Region of Rio de Janeiro in which they pointed out that there were actions that had already been structured, organized, and implemented by collectives, but often in a one-off manner and not unified within the territories, which quickly created "crisis offices" accompanied by several integrated actions.

The learning provided by the use of ICT played an important role in the performance of marginalized collectives in combating the effects of the pandemic, disseminating information, and instrumentalizing actions and strategies for internal and external coordination and fundraising (Aoqui et al., 2022). Similar conclusions can be found in other surveys on actions to combat the effects of the pandemic in favelas, such as those carried out by the Marielle Franco Dictionary of Favelas (2021) and by the Oswaldo Cruz Foundation (Fiocruz) (2022).

The use of ICT is especially challenging in this context. The survey *Educação, Cultura, Periferia e Racismo* (Education, Culture, Outskirts, and Racism) showed that Internet access among children and young people is commonly done through mobile phones. There is low access via computers or tablets (Central Única das Favelas [Cufa] & Instituto Locomotiva, 2020). Editions of the ICT Households survey have mapped inequalities in Internet access. The 2021 edition showed, compared to that of 2020, a reduction in the access to the Internet of individuals in classes DE (from 67% to 66%), women (from 85% to 80%), and among those with an Elementary Education (from 73% to 71%), for example (Brazilian Network Information Center [NIC.br], 2022).

Based on this scenario, this article presents a systematization of secondary data on eight organizations focused on marginalized or non-hegemonic groups that directly or indirectly act with communication about the use of ICT in their actions implemented since March 2020. They are:

1. Agência Mural de Jornalismo das Periferias (Outskirts Bulletin Board Agency) (São Paulo, São Paulo)
2. Alma Preta (Black Soul) (São Paulo, São Paulo)
3. Fundo Positivo: Comunicação Positiva Covid-19 (Positive Fund: COVID-19 Positive Communication) (São Paulo, São Paulo)
4. LabJaca (Jacarezinho Laboratory) (Rio de Janeiro, Rio de Janeiro)
5. Nós, Mulheres da Periferia (We, Women from the Outskirts) (São Paulo, São Paulo)
6. Instituto Sociedade, População e Natureza – ISPN: Canto da Coruja (Society, Population and Nature Institute - ISPN: Owl's Song) (Brasília, Federal District, and Santa Inês, Maranhão)
7. Rede Wayuri de Comunicadores Indígenas (Wayuri Network of Indigenous Communicators) (Barcelos, Santa Isabel do Rio Negro and São Gabriel da Cachoeira, Amazonas)
8. Redes da Maré: ações de comunicação com autonomia (Tidal Networks: Communication actions with autonomy) (Rio de Janeiro, Rio de Janeiro)

Based on the analysis of secondary data, the first five organizations on the list were selected for the collection of primary data through semi-structured interviews with members and managers of the collectives, conducted between January and August 2022. By collecting and analyzing the data, the goal was to reach an in-depth understanding of:

- how ICT assisted the mobilization during the pandemic;
- whether new ways of using ICT were created, and, if so, which ones;
- whether Internet access limited the use of ICT and, if so, whether there were any solutions or palliative actions taken to address this limitation.

Use of ICT in mobilizations during the pandemic

The analysis of the selected cases showed that ICT was essential for mobilizing the populations of their territories of operation during the pandemic, especially in the peripheries of large urban centers, via mobile phone access. With the commitment to produce relevant content related to COVID-19 for their audiences, the initiatives were based on ICT to disseminate their content and to work in coordination with the territories.

The mission of the Agência Mural de Jornalismo das Periferias was to “minimize information gaps and contribute to the deconstruction of stereotypes about the peripheries of Greater São Paulo” (Agência Mural de Jornalismo das Periferias, n.d., para. 1). To this end, the WhatsApp messaging application became central during the pandemic in the relationship between the organization and its audiences. Because

of social distancing, the organization had to change the way it operated. Its team of correspondents began to produce reports exclusively by phone or online – with the exception of the photographer – and, with this, the reporters established a more dynamic information network with the public, via WhatsApp. As pointed out by an interviewee of the Agência:

We intensified contact with those who followed us. The network on WhatsApp originated the podcast “In Quarantine” and it was very important to listen to the demands and needs that people had at that moment and to understand what was reaching them, because it was a time when a lot of misinformation and lies were circulating.

WhatsApp and the podcast provided interaction among people over time. As stated by Paulo Talarico, editor-in-chief and cofounder of the Agência:

When we released the podcast daily, we talked to the readers of the organization through the messaging application. It was not only an institutional vehicle, but it was also a conversation with feedback, with ideas being exchanged and people listening, and these conversations resulted in the agendas for the next news reports.

WhatsApp distribution lists were also essential for the Redes da Maré association, which has been operating since the 1980s in the North Zone of Rio de Janeiro. Its mission is to form the necessary networks to implement the rights of the population of the 16 favelas of the Maré, where more than 140,000 people live (Redes da Maré, n.d., Presentation section). During the pandemic, the organization launched the “Maré Coronavirus News Round,” which consisted of daily updates of the main news about the coronavirus in the community, which were also disseminated in broadcast lists for community leaders, opinion makers, journalists, and Maré residents. According to LabJaca’s financial manager:

WhatsApp was a tool to gather volunteers and disseminate actions. Similar to how fake news uses this tool to share messages, we used it to reach more people in Jacarezinho [...], as well as being a very good tool for internal communication and communication with volunteers [during social distancing].

Unlike the other cases studied, LabJaca, data and narrative laboratory in the Jacarezinho slum, was a result of the COVID-19 pandemic, from the “Jaca against the Coronavirus” campaign. The group is made up of young black people who use the audiovisual medium as their flagship to disseminate scientific data and leverage favela and peripheral narratives, making research more accessible to the population of the communities. Several audiovisual productions were published on YouTube, and then shared via WhatsApp.

The Fundo Positivo association began producing content and promoting reflective debates about the reality of people living with HIV and LGBTQIA+ populations during the pandemic. Its goal is to disseminate care and prevention information to this audience and focus on sensitive topics, such as the difficulties of talking about HIV prevention during the pandemic, mental health, racism, racial profiling in COVID-19, and social vulnerabilities of LGBTQIA+ people in the pandemic. In addition, it created

a live broadcast agenda that included strategies to support actions against fake news and scientific denialism.

As in the case of the Agência Mural and LabJaca, according to the project assistant of the Fundo Positivo in Amapá, WhatsApp has established a new form of communication with their network:

I believe that we are one of the few funders in Brazil that have direct communication with the supported organizations. With each new public call, we create a WhatsApp group with the coordinators of those who work on the project. We maintain very close communication via WhatsApp.

Another highlight related to the use of ICT, as pointed out by the interviewees, was the live broadcasts transmitted on Instagram or YouTube, in addition to the podcasts. These initiatives produced by Saúde Positiva (Positive Health) reached 295,957 people between 2020 and 2021.

The podcasts represented an important channel for disseminating information beyond the urban environment. An example of this is the Instituto Sociedade, População e Natureza (ISPN), which has operated with a focus on traditional populations and small family farmers since the 1990s (ISPN, 2022). Currently in its fourth season, the ISPN audio program “Canto da Coruja Comunidade,” (Owl’s Song Community) in podcast format, aims to facilitate access to information on agendas in the socioenvironmental field. It features interviews with representatives of traditional peoples, civil society organizations, governments, and ISPN staff. During the pandemic, the podcast produced special content to talk about prevention and vaccination.

In addition to WhatsApp and podcasts, communication strategies via social media were also mentioned by the organizations interviewed. “We had [the use of] Facebook, which is one of the few social networks that does not consume data⁵ and has a lot of forums and groups,” as reported by the interviewee of LabJaca. This was also noted by the journalist at Nós, Mulheres da Periferia, a journalistic website dedicated to reflecting the opinion and history of Black and marginalized women:

We’re very focused on social media itself and exploring the platforms. We opened a Twitter account because we saw a lot of potential for journalism; we launched the podcast “Conversas de Portão” (Gate Talks) in 2020 on Spotify and other streaming platforms; and we opened a Telegram account in 2022 to talk about politics, since this year is an election year.

Limitations to ICT access and alternatives found

Despite adopting or expanding ICT use during the pandemic, all the studied organizations faced technological challenges, which was evidenced by the fact that all of the studied cases focus on communication with marginalized and/or

⁵ In Brazil, there are zero-rating mobile data plans or sponsored apps that do not consume data under the plans.

non-hegemonic populations. The main problems included limitations on quality Internet access and lack of devices, such as computers, tablets, and mobile phones. Reaching audiences outside major urban centers was also a barrier to independent and marginalized media outlets.

During the pandemic, Alma Preta, a journalism agency specializing in racial issues, was able to expand content production and reach more spaces. The project manager at the Agency reinforced this idea:

With them [ICT], we can reach more and more people. However, obviously there are groups that, due to technological and financial resource problems, do not have devices to access our content, not even mobile devices. But I believe that if it was not for ICT, Alma Preta would not exist and would not have reached as far as it has.

In the case of LabJaca, they carried out its monitoring and support actions with the population in a community sports court in Jacarezinho. There were many difficulties with that location relative to the quality of the Internet connection, and it was necessary to use the data packets of volunteers who supported the project. The respondent reported:

Internet access here in Jacarezinho is not of high quality. On the community sports court, there is no router, the data packet is very limited, and this hindered some of our actions. We put everything in Google Drive online [forms that were administered to the residents], with various versions or on someone's personal computer, but most of the time, we were not able to use the Internet.

In cases such as these, in which there was limited access to ICT, other strategies were used, including: 1) the use of social technologies present in the offline environment, such as sound trucks and partnerships with community radio stations to circulate information about the pandemic in the territories; 2) using leaflets, flyers and word-of-mouth communication; 3) distributing equipment to communities; and 4) establishing partnerships with major media outlets.

The Alma Preta Agency, for example, partnered with a community radio station in Brasilândia, a neighborhood in the North Zone of São Paulo, to distribute its podcast “Pandemia sem Neurose” (Pandemic without Neurosis). The Rede Wayuri de Comunicadores Indígenas was formed in November 2017, in the most Indigenous municipality in Brazil, São Gabriel da Cachoeira (Amazonas), by a group of 17 young people from eight ethnic groups. In this region, in the most acute phase of the pandemic, prevention content was produced in co-official Indigenous languages and in Portuguese. The content was disseminated via WhatsApp, sound trucks in the communities, and in partnership with a local radio station through the “Papo De Maloca” (Maloca Talk) program, providing information about COVID-19 to the Indigenous peoples of the region.

In addition to audio information, booklets in Indigenous languages were prepared and daily information was sent via the radio station of the Federation of Indigenous Organizations of Rio Negro (Foirn), through channel 790 of Alto Rio Negro. Thus,

communicators were critical in helping healthcare authorities educate and inform the population. The work earned the collective the title “Heroes of Information,” awarded by the French NGO Reporters Without Borders, which awarded 30 persons and media that have contributed to saving lives during the new coronavirus pandemic.

Like the Wayuri network, other groups also opted for leaflets and flyers in these situations of limitation. LabJaca’s communication coordinator pointed out: “The main social technologies we used beyond social networks were actions closer to the people, such as distributing flyers, in addition to good old word-of-mouth communication.”

The organizations studied also established several partnerships with the Brazilian mainstream media to disseminate their content. In the case of the Agência Mural, which already had a blog with news from the peripheries in one of the main newspapers in the country, *Folha de S. Paulo*, a new partnership was signed with CBN radio, of the Globo Organizations, to combat fake news that had circulated freely in WhatsApp groups. The Nós, Mulheres da Periferia organization worked together with the UOL portal to disseminate the contents of the “Conversas De Portão” podcast, in addition to being part of the interviewers of *Roda Viva*, one of the most traditional interview programs on Brazilian television, shown on the TV channel TV Cultura. Alma Preta signed a partnership with YouTube, which enabled the construction of its physical studio for audiovisual productions.

The organizations interviewed reported two other challenges: competition with fake news and digital insecurity. The interviewee from the Alma Preta stressed: “With broadcast lists, we were able to distribute content to our network more easily. However, while these instant communication media help, they also work against us because of the distribution of fake news. So, we also dispute these spaces.”

With the increased visibility of these initiatives, there was greater exposure and vulnerability to digital security threats. The Nós, Mulheres da Periferia Instagram page suffered a digital attack on May 31, 2021, in which seven years of content about stories and voices of marginalized women were deleted. For the collective, this attack was a consequence of racism and political intolerance. Such an attack has awakened Nós, Mulheres da Periferia and other independent media outlets that are easy targets of cyberattacks to the need to strengthen the digital security of their pages and platforms.

In addition to the attacks suffered virtually, the respondent from Nós, Mulheres da Periferia also pointed out the issue of links that lead to fake news and viruses. Lívia Lima explained:

Since our Instagram was hacked and we lost the account for a while, we have been more concerned with the issue of passwords and security. We have invested in the safety of the site with the understanding that the site is our heart. The platforms may end overnight, but the site will still have all our content. This year we have decreased the use of WhatsApp and focused more on Telegram. Our use of WhatsApp was to disseminate the materials published on the website. Thinking about fake news, many recommendations against scams on the Internet are “do not click on links,” so we haven’t always been able to migrate people from WhatsApp to the content on our site.

Final considerations

The aim of this article was to analyze the actions of organizations that act with communication focused on marginalized or non-hegemonic groups. Specifically, the goal was to understand whether and how ICT supported the mobilization work carried out during the pandemic, what its new forms of use were, and whether Internet access limited the use of ICT.

The analysis of the cases showed that ICT was essential to mobilizing the populations of the territories in which the organizations operated during the pandemic, especially in the peripheries of large urban centers. Three strategies stood out: 1) the use of WhatsApp as a tool for massive sharing of messages, mainly through transmission lists; 2) the rise of podcasts as a channel for appropriating information; and 3) the expansion of information dissemination via social networks and digital platforms, such as YouTube.

Despite the adoption of ICT or the expansion of its use during the pandemic by all the organizations analyzed, however, there were still challenges. The main ones included limitations in access and quality of the Internet and lack of devices such as computers, tablets, and mobile phones. In a related way, reaching the audience outside the large urban centers also constituted a barrier, either because of the geographical isolation of some Brazilian regions, or the limited coverage of communication collectives, or the even greater scarcity of access to ICT by non-urban populations.

In cases in which there were challenges related to ICT access and quality, other strategies were used, including: 1) the use of social technologies present in the offline environment, such as sound trucks and partnerships with community radio stations to circulate information about the pandemic in the territories; 2) the use of leaflets, flyers, and word-of-mouth communication; 3) the distribution of equipment to communities; and 4) the establishment of partnerships with major media outlets. These challenges, as well as the alternative solutions found, have emerged as a constant in these marginalized and non-hegemonic communication organizations and collectives and are intrinsic to their business models, which, in turn, are tied to access to resources.

Other challenges were mentioned by the interviewees: competition with fake news and increasing digital insecurity, which emerge as issues not solved in dealing with ICT and marginalized collectives. These are themes to be explored more deeply in future research.

References

- Agência Mural de Jornalismo das Periferias. (s.d.). *Agência de jornalismo das periferias*. <https://www.agenciamural.org.br/mural-institucional/>.
-
- Aoqui, C., Cardoso, L., Gonçalves, J., & Prata, V. D. (2022). Agência cívica em comunidades vulneráveis e favelas: (Como) as iniciativas de comunicação que surgiram durante a Covid-19 contribuem para um giro decolonial na mudança social? *ISTR 15th International Conference – Navigating in Turbulent Times: Perspectives and Contributions from the Third Sector*. Montreal, Canada.
-
- Brazilian Network Information Center. (2022). *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian households: ICT Households 2021* [Microdata]. <https://cetic.br/pt/pesquisa/domicilios/microdados/>
-
- Canzian, F. (2021, October 7). Emprego informal dobra e 'ioio' na renda empobrece brasileiro. *Folha de S. Paulo*. <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2021/10/emprego-informal-dobra-e-ioio-na-renda-empobrece-brasileiro.shtml>
-
- Central Única das Favelas & Instituto Locomotiva & Instituto Locomotiva. (2020). *Data Favela: educação, cultura, periferia e racismo*. <https://ilocomotiva.com.br/wp-content/uploads/2022/01/educacao-cultura-periferia-e-racismo.pdf>
-
- Fleury, S., & Menezes, P. (2021). Pandemia nas favelas: entre carências e potências. *Saúde em debate*, 44, 267-280.
-
- Gobbi, M., & Diamente, J. (2021). Introdução: em tempos de pandemia: começo de conversa. In *Coletivos, mulheres e crianças em movimentos: Na pandemia, do podcast ao livro* (pp. 14-34). FEUSP. <http://www.livrosabertos.sibi.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/book/575>
-
- Instituto Sociedade, População e Natureza. (n.d.). *Canto da Coruja Comunidade*. <https://ispn.org.br/canto-da-coruja-comunidade/>
-
- Mendonça, P. M. E., Aoqui, C., & Cardoso, L. (2021). Philanthropy and Covid-19 in urban peripheries. *EADI ISS Conference 2021: Solidarity, Peace and Social Justice*. Hague, Netherlands.
-
- Marielle Franco Dictionary of Favelas. (2021). *Painel COVID nas Favelas*. https://wikifavelas.com.br/index.php/Painel_Covid-19_nas_favelas_do_Rio_de_Janeiro?dpl_id=1856
-
- Oswaldo Cruz Foundation. (2022, July 1). *Live 54 X FAVELA - Parcerias em defesa da vida* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=wBij2gA1NK8>
-
- Redes da Maré. (n.d.). *Quem somos: apresentação*. <https://www.redesdamare.org.br/br/quemsomos/apresentacao>
-

Social currency, technologies, and development: The ICOM Community Bank in the pandemic

Camilla Reis¹, Paula Chies Schommer,² and Willian Carlos Narzetti³

The ICOM Community Bank⁴ was implemented in 2020 by the Instituto Comunitário Grande Florianópolis (Greater Florianópolis Community Institute [ICOM]) and its partners, in response to the COVID-19 pandemic. This article describes the experience of the ICOM Community Bank as a social technology facilitated by using information and communication technologies (ICT). Four aspects are presented: 1) ICT use in the context of vulnerability and social distancing imposed by the COVID-19 pandemic; 2) the presence of a digital platform for circulating social currencies, shared with civil society organizations, within the framework of the Rede Brasileira de Bancos Comunitários (Brazilian Network of Community Banks); 3) the relevance of using online technologies in the governance of the Community Bank, involving multiple organizations, families, businesses, donors, and partners; and 4) the learning of the stakeholders involved regarding the possibilities of using ICT in their daily activities.

¹ Reis worked from the beginning in the design and implementation of the ICOM Community Bank and coordinated part of the initiative. She has a bachelor's degree in public administration from the State University of Santa Catarina (Udesc) and a master's degree candidate in administration from the same institution, contributing as a researcher to the Center for Social Innovations in the Public Sphere (NISP). She has over three years of professional experience in the social field and has contributed since 2014 as a volunteer in civil society organizations.

² Professor of public administration and leader of the research group Politeia-Coproduction for the Public Good: Accountability and Management of Udesc. President of the Instituto Comunitário Grande Florianópolis. PhD from the Getulio Vargas Foundation (FGV), master's degree from the Federal University of Bahia (UFBA), and bachelor's degree from the University of Caxias do Sul (UCS-Rio Grande do Sul).

³ Executive manager of the Instituto Comunitário Grande Florianópolis. PhD and master's degree in administration from Udesc. Bachelor's degree in economics from the Federal University of Santa Catarina (UFSC). Narzetti has more than 15 years of experience in the management of civil society organizations and is co-founder of the Padre Wilson Groh Institute (IVG), which coordinates eight organizations in Santa Catarina. Co-founder and current president of the Friends of Guinea-Bissau Association.

⁴ For more information about ICOM, visit: www.icomfloripa.org.br

The ICOM Community Bank: Origin and operation

The ICOM Community Bank emerged from the mobilization of ICOM, in April 2020, to provide an emergency response to the crisis and hunger situation in vulnerable areas of Greater Florianópolis, aggravated by the pandemic. ICOM is a civil society organization that has been operating for 17 years, which is guided by the community foundation model and promotes community development through three lines of action: 1) promoting community knowledge and coordination; 2) strengthening of organized civil society; and 3) promoting private social investment (ICOM, 2021). The Institute participates in the Ibero-American Network of Community Foundations⁵, which defines civic or community foundations as “nonprofit institutions that mobilize and invest technical and financial resources in a given geographic area. They aim to improve the quality of life of the population by organizing people and organizations to promote community development” (Ibero-American Network of Community Foundations, 2022).

The social technology of community banks has existed in Brazil since the 1990s. The pioneering experience was that of Banco Palmas (Palmas Bank)⁶ in the Palmeiras community in the state of Ceará. This technology has been disseminated in the country according to various models, giving rise to the Rede Brasileira de Bancos Comunitários (Brazilian Network of Community Banks), which is present in 22 states and the Federal District (Instituto Banco Palmas, 2022). ICOM joined this network in 2020.

The ICOM Community Bank initiative was pioneered in the state of Santa Catarina. It had the guidance and partnership of Instituto E-dinheiro Brasil (E-money Brazil)⁷ and the Brazilian Network of Community Banks, and also depended on the collaboration of several partners, such as the Public Labor Prosecutor’s Office of Santa Catarina, an agency of the United Nations, the Padre Vilson Groh Institute, and eight community-based organizations in Greater Florianópolis (ICOM, 2021).

Although ICOM is an organization experienced in mobilizing resources, working in coordination with various partners, and using ICT in its management and communication, the COVID-19 pandemic has accelerated changes in several practices. The creation of the Community Bank is part of this context, allowing unprecedented learning and scale of action.

The Bank supported 1,335 families were supported with financial resources in digital social currencies between 2020 and 2021, using resources in 50 businesses located in the supported territories. The funds came from donations from individuals and legal entities. Registration and monitoring of families and business owners were carried out by partner community organizations and ICOM, with ICT intermediation.

⁵ To learn more about the Ibero-American Network of Community Foundations, visit: <http://fciberoamericanas.org/pb/a-rede/>

⁶ To learn more about Banco Palmas, visit: <http://www.institutobancopalmas.org/rede-brasileira-de-bancos-comunitarios/>

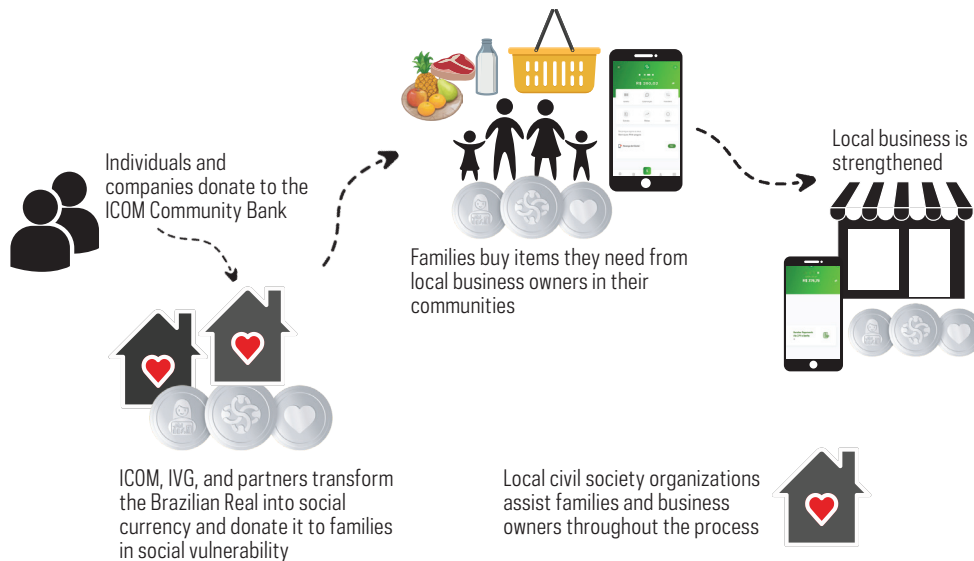
⁷ To learn more about E-dinheiro Brasil, visit: <http://edinheirobrasil.org/sobre-nos/>

The donation of the financial resources via digital social currency replaced the traditional practice of donating food baskets, which facilitated the logistics of distribution and decreased the need for contact among people. With the social currencies, families began to have autonomy in the management of the financial resources and were able to acquire food items such as meat, vegetables, and fruits, cleaning supplies, hygiene items such as disposable diapers, and other items that are not included in the food baskets usually donated.

In two years, more than BRL 2 million in social currency circulated in six vulnerable territories of Greater Florianópolis. Following the logic of the social technology of community banks, social currencies were only accepted in businesses where the bank operated, strengthening the local economy. Most of the establishments supported were small, with up to three employees. In addition to the 50 markets, 12 beneficiary families engaged in the food sector were registered as business owners, generating another source of income.

Figure 1 illustrates the flow of support from the ICOM Community Bank, as shown on the organization's website.

FIGURE 1
ICOM COMMUNITY BANK SUPPORT FLOW



SOURCE: ICOM (2021).

Community banks, social currencies, and digital technologies

Community banks arise from the capacity for community mobilization and collective action and as an expression of democracy (Rigo, 2020a; Torres Jr., 2022). They show new possible ways of economic and social development. The need for answers to the challenges of the COVID-19 pandemic and more intensive use of ICT have driven the diversification and expansion of these development possibilities.

The pioneering initiative of Banco Palmas relied on a low initial investment and the issuance of social coins in paper money, called Palmas (Borges, 2011; França Filho & Silva Junior, 2009). The impact on the territory was so significant that, in just over ten years, the volume of purchases by families in the neighborhood went from 20% to 93%. In 2011, the wealth circulating in the neighborhood was about BRL 68 million (Cernev & Diniz, 2020). Other community banks, when they emerged, also issued social paper currency.

The evolution from physical to digital money, through the E-dinheiro platform, occurred in 2015, mainly motivated by the expansion of community banks across the country. This expansion includes different models of organization (Rigo, 2020a).

The E-dinheiro app is a platform that uses mobile digital technology for social currencies, also called complementary currencies (Gonzalez et al., 2020; Rigo, 2020b). The platform is managed by the E-dinheiro Brasil Institute. Digital complementary currencies incorporate information technologies to enable their circulation in the territories in which they operate (Gonzalez et al., 2020). The E-dinheiro platform provides a digital checking account for users and offers banking services, and is available to organizations interested in implementing a community bank in a given region.

Digitization has allowed the sharing and multiplication of the use of social technology. In addition, the new form of currency circulation has expanded the services offered by community banks, such as bill payment, transfers, balance consultation, mobile phone recharges, and tools to facilitate users' financial education (Cernev & Diniz, 2020). All these new possibilities, integrating social technology with ICT, contributed to the insertion of people with social vulnerability into banking services.

The presence of technologies and the availability of support and guidance from the E-dinheiro Brasil Institute, which is part of the Brazilian Network of Community Banks, were essential to the agility and quality of the actions of the ICOM Community Bank, in Grande Florianópolis.

The use of ICT in the daily management of the ICOM Community Bank

Using ICT, the operation of the ICOM Community Bank was carried out 100% online, allowing agility and low cost of response to challenges, while respecting the distancing protocols required at the time. Vulnerable communities in the region, which are generally excluded from the world of technology, accessed the E-dinheiro application to obtain and circulate the currency. Community groups, through instant messaging applications, facilitated decision-making and communication processes.

The implementation included weekly online follow-up meetings with the organizations involved – from April 2020 to December 2021 - which provided proximity, learning, trust, adaptation, and rapid response to the demands and difficulties that arose. In addition, instant messaging applications were used for information and decision-making flows. Monitoring and evaluation with families and business owners took place using online forms. One of the aspects evaluated was their perceptions of the experience of receiving or accepting social currencies. The results of the evaluations are important for improvement and finding new possibilities for using social currencies in the region.

In addition to the use of social currencies, the forms made it possible to make a more in-depth diagnosis regarding the perceptions of the supported families about their own territory. The responses expressed people's challenges and dreams in the units served by the Bank. These responses were used by ICOM and local organizations to underpin new local projects and actions that are aligned with the most latent challenges and with the wishes of the interested populations.

The platform itself, with data from families and flows, and the monitoring systems facilitated accountability for donors and partners. This data allowed better knowledge about the communities and their characteristics and the creation of new lines of action. For example, in Frei Damião, a town in the municipality of Palhoça, the results showed that 90% of the supported families were headed by women. This motivated a partner organization to carry out a program to prevent violence against women (United Nations Brazil, 2021).

Lessons learned and perspectives

The experience with the ICOM Community Bank allowed the participants to learn a series of lessons. It involved changes and innovations in processes and practices, in the organization of work and in relationships. The remarks of a partner organization's manager exemplify this:

One thing that inspired me was the virtual meeting of mothers [virtual meeting with beneficiary families of the Community Bank]. It was challenging for families who were not used to virtual work, because many people have manual jobs and do not use virtual mediums to this end. They were up to participating, that was very inspiring. After the meeting with the mothers, I was very motivated to create a virtual group to assist and welcome families (ICOM, 2021).

Table 1 summarizes the lessons learned on the use of ICT from the experience of the ICOM Community Bank between 2020 and 2021.

TABLE 1

LESSONS LEARNED ABOUT THE USE OF ICT IN THE ICOM COMMUNITY BANK

Partner civil society organizations	Beneficiary families	Business owners	ICOM	Donors
<p>Implementation of new work practices using online tools (meeting rooms, forms, information storage and sharing).</p> <p>New way of thinking about how to assist families and guarantee more protection for the teams involved during the pandemic.</p>	<p>Need for digital inclusion and democratization of Internet access.</p> <p>The use of social networks facilitates making contact, disseminating information, and holding meetings to monitor projects and community actions.</p>	<p>Need for digital inclusion and training on how to use technology to grow their business.</p> <p>Possibility of solving technical problems and answering questions in real time.</p> <p>Possibility of mapping, registering and financially supporting informal and formal entrepreneurs in the communities served.</p>	<p>New outlook on networking with civil society organizations.</p> <p>Management of data on information about the populations served.</p> <p>Possibility of learning more about the reality in which it operates.</p> <p>New expertise and tools to respond to crisis situations.</p> <p>Possibility of expansion of its operations with the bank in other cities.</p> <p>Expansion of its impact on the territory of operation.</p>	<p>Increased transparency about project results.</p> <p>More detailed feedback to those involved on the profile of the families supported, the destinations, and impact of the donations.</p> <p>Simpler management of donations.</p> <p>Possibility for donations to reach beneficiaries at a low cost.</p>

SOURCE: PREPARED BY THE AUTHORS.

Many families had limited Internet access and lack of smartphones to work with the application. This was the main challenge faced by ICOM in using ICT. The need to democratize Internet access in the most vulnerable areas and encourage digital inclusion became evident. Although Florianópolis stands out in the technology sector, being known as the “Brazilian Silicon Valley” for concentrating research, organizations, and public and private investments in information technology, this is not the reality for many people living in the most vulnerable areas of the region.

Digitizing the currency was also a challenge in the Conjunto Palmeiras community. The solution found by Banco Palmas to circumvent the cost of devices and promote the use of the application was to offer low-cost mobile phone financing, with payments in many installments and at low interest rates (Cernev & Diniz, 2020), contributing to digital inclusion. In the case of the ICOM Instituto Comunitário Grande Florianópolis, the solution found was to make donations to the partner civil society organizations, which bought smartphones and then offered a type of loan to business owners. This was the case as, in the model used for donations, only the business owners needed mobile phones, making it easier for beneficiaries, who could buy with their Individual Taxpayer Numbers in the registered stores. At the end of the social currency donation cycle, civil society organizations were able to use the purchased mobile phones for their own activities.

During the pandemic, the social technology of community banking and the virtual currencies were central to the work of ICOM and its partners. In addition to helping in the pandemic, the use of ICT by the Community Bank made it possible for ICOM to reach different regions of Santa Catarina and meet other needs. The technology was used, for example, to support families affected by a cyclone in the state, also in 2020.

Based on the experience of the ICOM Community Bank, one of the partner organizations will continue to operate in some of the communities of Greater Florianópolis on a regular basis. ICOM will continue to use social technology in emergency situations. Additionally, it will continue supporting the development of new community banks and the production of knowledge on the topic in Santa Catarina, as well as using digital complementary currencies for territorial strengthening and payment of benefits, such as basic income.

Conclusion

The COVID-19 pandemic accelerated the incorporation of the use of ICT in the work performed by civil society organizations, especially those that needed to reinvent their forms of work to adapt to the context (Andion, 2020). In the case of ICOM, despite being an experienced organization in the territory and already using ICT in some initiatives, the experience with the ICOM Community Bank generated unprecedented learning and made it possible to expand the social impact in the Greater Florianópolis region. This is just one of the thousands of examples spread across Brazil in which it is possible to perceive rapid, creative and transformative action by civil society organizations that is not restricted to the pandemic.

To move forward, more individuals, governments, and businesses could become partners of these organizations, investing in developing new skills, and acquiring new systems, knowledge, and experiences. The potential for social transformation in the most vulnerable areas can be boosted by the development and use of social technologies, such as the Community Bank and social currency, and ICT, through partnerships involving local people and various organizations.

This combination of social technology and ICT is a great innovation, available through community banks and digital social currencies. Faced with the emergency of the COVID-19 pandemic, it was possible to quickly and effectively involve families, local small businesses, resident associations, and other community civil society organizations, social technology networks, individual and business donors, government agencies, and international organizations. Similar actions implemented by the ICOM Community Bank go beyond feeding and strengthening local economies, because they contribute to the digital inclusion of vulnerable families and community development. Experience shows that this is possible, although there are challenges in terms of scale and continuity of resource mobilization beyond the emergency situations.

References

- Andion, C. (2020). Atuação da sociedade civil no enfrentamento dos efeitos da COVID-19 no Brasil. *Revista de Administração Pública*, 54(4), 936–951. <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/81891>
- Borges, A. (2011). Banco Palmas como uma plataforma de desenvolvimento comunitário. In L. Moraes, & A. Borges (Eds.), *Novos paradigmas de produção e consumo* (pp. 249–295). Instituto Polis.
- Cernev, A. K., & Diniz, E. H. (2020). Palmas para o E-Dinheiro! A evolução digital de uma moeda social local. *Revista De Administração Contemporânea*, 24(5), 487–506. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2020190390>
- França Filho, G. C., & Silva Junior, J. T. (2009). Bancos comunitários de desenvolvimento (BCD). In A. D. Cattani, J. L. Lavile, L. I. Gaiger, & P. Hespanha (Eds.), *Dicionário Internacional da Outra Economia* (pp. 31–37). Edições Almedina.
- Gonzales, L., Kemmer-Cernev, A., Araujo, M. H., & Diniz, E. H. (2020). Moedas complementares digitais e políticas públicas durante a crise da COVID-19. *Revista de Administração Pública*, 24(5), 487–506. <http://dx.doi.org/10.1590/0034-761220200234>
- Ibero-American Network of Community Foundations. (2022). *A rede*. <http://fciberoamericanas.org/pb/a-rede/>
- Instituto Banco Palmas. (2022). *Rede Brasileira de Bancos Comunitários*. <http://www.institutobancopalmas.org/rede-brasileira-de-bancos-comunitarios/>
- Instituto Comunitário Grande Florianópolis. (2021). *Relatório da Linha de Apoio Emergencial Coronavírus*. https://drive.google.com/file/d/117ss6iDSS-BxNdBsIK_Svz_JV6pqsejY/view
- Rigo, A. S., & França Filho, G. C. (2017). O paradoxo das Palmas: análise do (des)uso da moeda social no “bairro da economia solidária”. *Cad. EBAPE.BR*, 14(2), 169–193. <https://doi.org/10.1590/1679-395141258>
- Rigo, A. S. (2020a). Community development banks. In R. A. List, H. K. Anheier, & S. Toepler (Eds.), *International Encyclopedia of Civil Society*. Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-319-99675-2_9515-1
- Rigo, A. S. (2020b). Community Currency. In R. A. List, H. K. Anheier, & S. Toepler (Eds.), *International Encyclopedia of Civil Society*. Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-319-99675-2_9516-1
- Torres J. T., Jr. (2022). Participation, governance, collective action, democracy and the social and solidarity economy. In *Encyclopedia of the Social and Solidarity Economy*. UNTFSSSE Knowledge Hub Draft Paper Series. Edward Elgar Publishing Limited. https://www.e-elgar.com/assets/Companion-Pages/Ilcheong-MS-for-companion-site/Encyclopedia-Knowledge_Hub_54.pdf
- United Nations Brazil. (2021, December 6). *UNOPS realiza oficina sobre violência doméstica em comunidade de Santa Catarina*. <https://brasil.un.org/pt-br/161837-unops-realiza-oficina-sobre-violencia-domestica-em-comunidade-de-santa-catarina>

Implications of social media use by civil society organizations¹

Laura Conde Tresca²

Creating communication strategies for social media has become essential in organizations of any nature. There is a vast literature, including manuals, aimed at optimizing the use of platforms to increase sales and promote causes, for instance, in the case of social organizations³. However, little is discussed about the effects of using these strategies in nonprofit organizations. When they choose to base their communication strategy on traditional social networks, what are the implications of such a choice? And what Internet model is being fostered?

The objective of this article was to address, based on the data of the ICT Nonprofit Organizations 2022 survey, to what extent the use of social networks has become essential to communication about causes, social mobilization, and, lastly, fundraising for social organizations. At the same time, it analyzed how the use of networks boosts a limiting communication process, with profound impacts on the construction of the knowledge society. Thus, this article analyzed the use of social networks by nonprofit organizations and the implications of the use of this communication strategy, in addition to indicating alternatives for communication processes that are more aligned with the perspective of social justice.

¹ I would like to thank Professor Rafael Evangelista for the bibliography suggestions.

² Mother. Undergraduate social science degree from the University of São Paulo (USP), journalist and master's degree in communication from the Methodist University of São Paulo (Umesp). She has been working with Internet policy since 2007. In 2018, she participated in the International Visitor Leadership Program (IVLP), offered by the US Department of State. In the same year, she coordinated a project on community networks that received LACNIC's Frida Award. She is executive director of the govDADOS Association and advisor to the Brazilian Internet Steering Committee (CGI.br).

³ Examples of these manuals include: *A bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na Internet e não tinha a quem perguntar* (2018); *Planejamento de marketing digital* (2017); *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture* (2013).

The use of social networks by civil society organizations

The registrations of .com.br and .org.br websites are the top choices of domains for the Web pages of civil society organizations (Brazilian Network Information Center [NIC.br], 2023), although they are not the only options available: There is also the .ong.br domain, for example. Today there are 52,432 websites registered with the .org.br ending, representing one of the .br domains with the highest number of registrations in Brazil (NIC.br, 2022). However, the ICT Nonprofit Organizations 2022 survey demonstrated that only 36% of Brazilian nonprofits had websites or Web pages, and 65% did not intend to create a website or homepage in the next 12 months. Furthermore, 70% did not intend to register a domain name in the next 12 months.

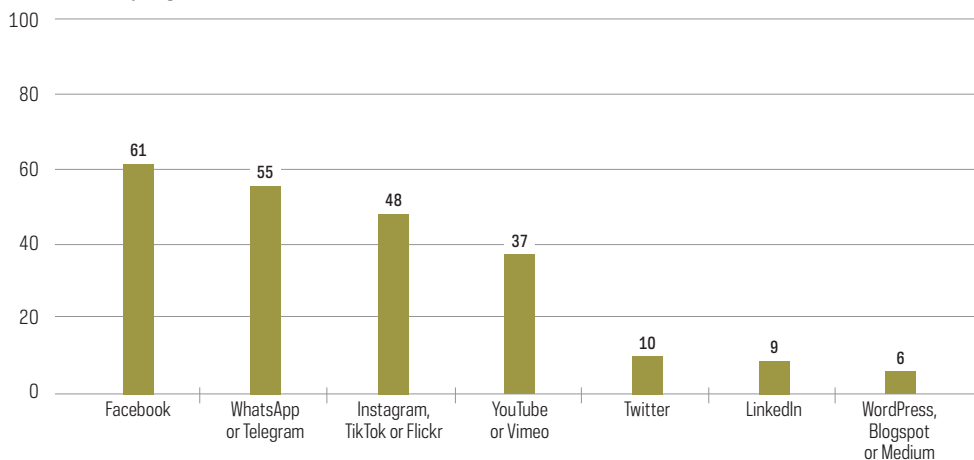
If domain registrations by civil society organizations are relevant for .br to be one of the most numerous country code Top-Level Domains (ccTLD) in the world, data from the ICT Nonprofit Organizations 2022 survey indicated that civil society organizations are betting on only creating profiles on social networks as a communication strategy with their audience.⁴

According to the survey, 71% of organizations had profiles or accounts on social networks or online platforms (NIC.br, 2023). For this reason, in order to exist digitally, it is no longer imperative to register the domain name itself. It is necessary to have pages on the most important social networks, namely Meta (holding enterprise for Facebook, Instagram, and WhatsApp), YouTube, Twitter, LinkedIn, or TikTok. In fact, many enterprises or organizations choose to only have an account on social networks and not create their own domain name. In other cases, the institutional page ends up being a mere “business card,” and the organization’s content and products are effectively disseminated on social networks – after all, this is where the target audience is interacting and consuming information.

The main social network used was Facebook, mentioned by 61% of social organizations. It is important to note that the institutional use of instant messaging applications, such as WhatsApp or Telegram, was also considerable, mentioned by 55% of social organizations. They are followed by Instagram, TikTok or Flickr, with 48% (NIC.br, 2023), as shown in Chart 1.

⁴ Aware of this trend, in 2017, NIC.br created a feature that incorporates the redirection of pages from .br domains (<https://www.nic.br/noticia/na-midia/nic-br-incorpora-redirecionamento-de-paginas-a-partir-de-dominios-br/>)

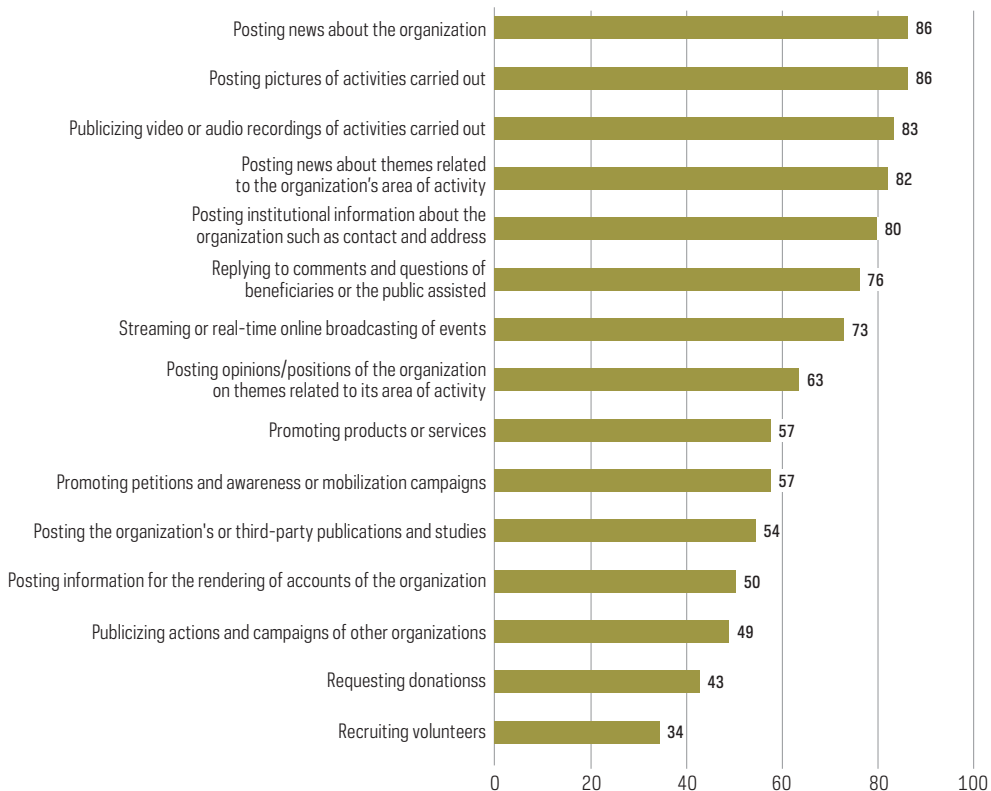
CHART 1

ORGANIZATIONS WITH SOCIAL NETWORK PROFILES OR ACCOUNTS BY TYPE OF SOCIAL NETWORK (2022)*Total number of organizations (%)*

SOURCE: PREPARED BY THE AUTHOR BASED ON NIC.BR (2023).

The main uses of social networks were: posting pictures, videos or audio of activities carried out, and posting news about themes related to the organization's area of activity (NIC.br, 2023), as can be seen in Chart 2.

CHART 2
ORGANIZATIONS WITH SOCIAL NETWORK PROFILES OR ACCOUNTS BY ACTIVITIES CARRIED OUT (2022)
Total number of organizations with Internet access and that had their own profiles or accounts on online platforms or social networks (%)



SOURCE: PREPARED BY THE AUTHOR BASED ON NIC.BR (2023).

One possible hypothesis is that social networks are attractive to nonprofits because of their potential for building relationships with diverse stakeholders.

Nonprofit organizations' success hinges in large part on their ability to build quality relationships with key sets of stakeholders such as donors, clients, grant makers and grant seekers, and the public at large. Nonprofits' social capital, thus, comprises the resources embedded in these strategic alliances and stakeholder relationships. (Doerfel et al., 2017, as cited in Xu & Saxton, 2019, p.32)

Data from the ICT Nonprofit Organizations 2022 survey showed that the use of social networks has become essential for communicating about causes, social mobilization, and even fundraising. This communication strategy of social organizations has been more important than the creation of Web pages with their own domain names (NIC.br, 2023).

The siren's song

The emergence of the Web was a period of high creativity for languages, aesthetics, and experimentation on best practices for disseminating products and information on the Internet. It is possible to draw an analogy with the emergence of cinema. In the beginning, there was enthusiasm about producing works based on innovative artistic manifestations. Over time, the entertainment industry has come to standardize techniques such as framing forms, light, camera movement, narratives, etc. With this, the industry gradually determined what cinema is. At the beginning of the Web, “everyone” had a blog. Not much knowledge of technology was required, nor of video recording techniques, narrative structures, or design. There are almost no bloggers anymore. They were replaced by influencers, who operate on certain platforms. As with cinema, over time, the development of social media platforms has determined what the experience of browsing or being on the Web is.

Social networks are like the siren's song, as they are pleasurable, easy to use, and charming. Mermaids are so beautiful and sing so sweetly that they lure in sailors who run their ships onto the rocks and sink. From the moment social networks reached a large audience, when they became the main way to be on the Web, the reach of communications began to be limited. Today, only those who can sponsor their content can deliver it.

However, this dynamic has not always been prevalent. Until recently, social networks were essential for the affirmation of rights.

When many scholars began conducting research on social media, we were inspired by what we thought of as the democratizing possibilities and effects of social media platforms. For Tunisia in the Arab Spring of 2011, the Spanish indignados, and later Occupy Wall Street (Gerbaudo, 2012), social media platforms—like Twitter—were lauded as key tools to facilitate the organization of social movements by serving as a stitching mechanism. That is, protestors were able to use Twitter to stitch together a network of both human and technology-based networks (Agarwal, Bennett, Johnson, & Walker, 2014; Bennett, Segerberg, & Walker, 2014). Research has repeatedly evidenced that activists were successfully recruited on social media platforms (González-Bailón, Borge-Holthoefer, Rivero, & Moreno, 2011), and activists also embraced social media to share news, information, and statements of solidarity (Gruzd & Tsyganova, 2015; Nahon, Hemsley, Mason, Walker, & Eckert, 2013; White, Castleden, & Gruzd, 2014). (Hemsley et al., 2018, p. 1)

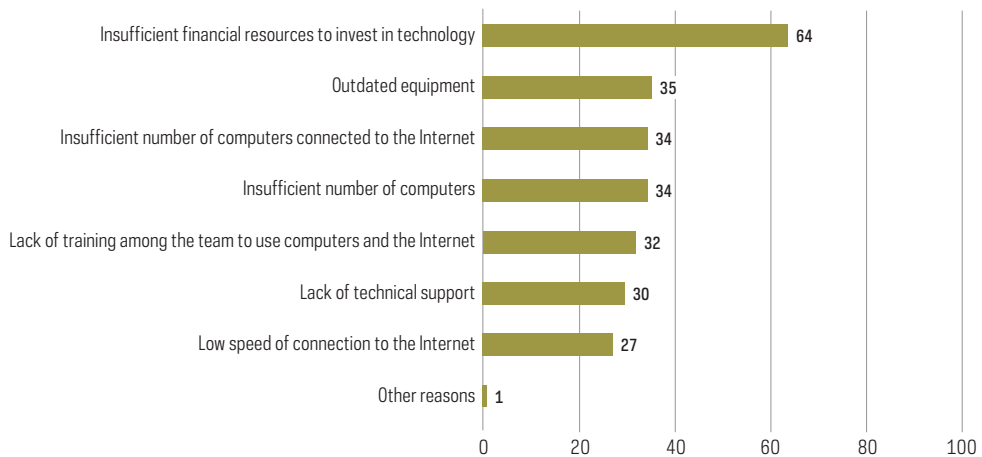
In the field of women's rights in Brazil, social networks were essential for what became known as Women's Spring in 2015. Campaigns such as #meupreimeiroassedio (my first harassment), #meuamigosecreto (my secret friend) and #agoraéquesoelas (now it's women's turn) left the virtual networks, took to the streets, and influenced the public debate.

However, starting in 2018, Facebook (the main social network used by nonprofit organizations, as mentioned above) changed its content distribution algorithm and limited the organic reach of posts. Today, practically only sponsored posts are distributed, a dynamic that also occurs on other social networks. However,

the ICT Nonprofit Organizations 2022 survey demonstrated that only 13% of these organizations paid for online advertising. Among those who had computers, the main difficulty in using the devices and the Internet was having “Insufficient financial resources to invest in technology” (Chart 3). In a context in which there is no engagement or organic viralization, and in which organizations do not have money to sponsor their content, they begin to have restricted reach on the Web.

CHART 3
ORGANIZATIONS WITH COMPUTERS BY TYPE OF DIFFICULTY WITH USING COMPUTERS AND THE INTERNET (2022)

Total number of organizations that used computers (%)



SOURCE: PREPARED BY THE AUTHOR BASED ON NIC.BR (2023).

Moreover, post sponsorship is not the only cost involved. A new communication production chain has been created to meet the demands of producing and disseminating content on social networks. Specific professionals are needed, with skills to write, create cards, edit videos, develop vignettes for podcasts, edit audio clips, create content, and manage posts, contacts, boosts, etc. As with cinema, social networks require specific and specialized aesthetic and technical standards. However, according to the ICT Nonprofit Organizations 2022 survey, these organizations sometimes contracted information technology (31%), but only 16% had institutional communication/media management services.

In addition, through clear intervention in the free flow of information, platforms have the power to boost (or not) certain causes. Paying for the circulation of content is not always a viable option for social organizations in the current context. Therefore, for a campaign to gain minimal visibility, it needs to earn the seal of a platform. As part of their “social responsibility” activities, some platforms distribute boost credits to social organizations. However, by doing so, they induce the public to access specific

information, according to their own interests. In this sense, social media platforms are shaping public debate and, ultimately, creating the standards for what the information society itself is.

This brings new challenges to nonprofit organizations, since they need to “be seen” before they can “be.” For a long time, analog media, through agenda setting, has fulfilled the role of giving visibility in the public debate to certain issues, causes, or organizations. Today, the Internet and, in particular, social networks, have enhanced the need for exposure:

Visibility is the presupposition of public existence. In “society of self-promotion” (Thompson, 2008), on the one hand, we experience the enhancement of the possibilities of public expression, of being in the arena of visibility, and on the other hand, we tend to become very dependent on it. According to Trivinho (2011, p.113 – emphasis added), There is “[...] an existence (personal, group, governmental, corporate, etc.) entirely conditioned on its appearance in media visibility,” because the ethos of current civilization claims the presence of the subjects for otherness” [...] regardless of whether it grants the required attention”; thus, it consists in “(over)exposing oneself or *becoming visible*” to “[...] exist in some way (as a simulacrum) before the set of perceptual senses of otherness.” (Silva & Baldissera, 2021, p.161).

Social organizations have the false feeling that they are adopting the best strategy (or a possible communication strategy) in the digital context. However, without money to sponsor content, without creating their own Web pages, and without alternative communication strategies, nonprofit organizations end up nurturing a new version of agenda-setting – led by algorithms. And there are great risks of “not being,” because achieving visibility is difficult, despite the false appearance of openness and potential for viralization.

Thus, by giving priority to this communication strategy, in addition to contributing to the concentration of the attention market, nonprofit organizations foster a communication model based on “unbalanced representations of viewpoints, audience fragmentation, and the dominance of commercial interests” (Bruns & Highfield, 2016, as cited in Xu & Saxton, 2019, p. 30). There are also critiques of the business model based on profiling and targeted advertising, which influence the subjectivity of individuals – that is, they create and stimulate feelings artificially, causing emotional sequels in people and social and political consequences.

Conclusion

Nonprofit organizations face difficulties in expanding their operations and drawing attention to their causes, because they need to have profiles on social networks to exist digitally. However, if they do not pay for ads or sponsor their posts, they are not seen. Unfortunately, the reality of social organizations in Brazil is quite challenging with regard to sustainability, as demonstrated by data from the ICT Nonprofit Organizations 2022 survey, cited above.

Social media could play a role, as perhaps it already has, as a catalyst for mobilizing and promoting social causes. However, today, it has become another weighty factor in the budget of nonprofit organizations, which are forced to pay for some messages to reach their audiences. Still, they are not very sure of the effective impacts of this communication, but they have the perception that they are executing the correct communication strategy, since everyone is doing it. It is the siren's song calling the sailors out onto the rocks.

Thinking about and adopting communication strategies on the Internet, more aligned with the causes defended and the social and economic development of society, is a challenge, but perhaps an imperative not to fail. In this sense, alternative and community infrastructure and media that have a digital presence can be an alternative to be explored by organizations. An example of this is the social network Black e Black (<https://www.blackebblack.com/>), which presents itself as an environment in which Black individuals feel more comfortable to expose their ideas and thoughts. This can be an alternative social network to post photos, videos or audios of activities carried out and news about organizations or topics related to that area of activity. Another example is the MariaLab Collective, which promotes the autonomous network Fuxico (<https://www.marialab.org/fuxico/>). On it, a server with feminist content is installed on a Raspberry Pi and distributed over a local network, which may even have an instant communication application. This is an example of how to distribute content through autonomous or community networks. The list of examples is extensive. With research and creativity, it is possible to think of communication strategies that are more consistent with social justice values.

References

Brazilian Network Information Center. (2022). *Statistics*. <https://registro.br/dominio/estatisticas/>

Brazilian Network Information Center. (2023). *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian nonprofit organizations: ICT Nonprofit Organizations 2022* [Tables]. <https://cetic.br/pt/pesquisa/osfil/indicadores/>

Hemsley, J., Jacobson, J., Gruzd, A., & Mai, P. (2018). Social media for social good or evil: An introduction. *Social Media + Society*, 4(3), 1-5. <https://doi.org/10.1177/2056305118786719>

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press.

Silva, D. W., & Baldissera, R. (2021). Comunicação organizacional e interesse público: Estratégias de (in)visibilidade nas mídias sociais. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 44(2), 157-174. <https://doi.org/10.1590/1809-5844202128>

Xu, W., & Saxton, G. D. (2019). Does stakeholder engagement pay off on social media? A social capital perspective. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 48(1), 28-49. <https://doi.org/10.1177/0899764018791267>

ICT, individual donations, and nonprofit organizations

João Paulo Vergueiro¹, Flávio Pinheiro², and Marcos Paulo de Lucca-Silveira³

It is a consensus in academia that donations are an important source of funds for nonprofit organizations (NPO). In the international literature, there is substantial academic and non-academic production on the subject, which even discusses the reasons why people donate (e.g., Bekkers & Wiepking, 2011).

However, NPO are complex institutions. Not from a legal standpoint, since formally there are only three main types in Brazil: associations, foundations, and religious organizations (Law No.13.109/2014). However, these organizations become complex because of how they are financed and how they generate their resources. In view of this issue, this article discusses the different ways in which NPO raise funds.

Still understudied in Brazil, the revenues of organizations can have varied origins. One of the most common sources is public administration, especially the executive branch. In 2018, for example, the federal Brazilian government transferred BRL 12.9 billion to institutions throughout the country (Institute of Applied Economic Research [Ipea], 2021), and a good part of these resources was transferred to organizations that provide services within the Unified Health System (SUS) in locations throughout the country.

¹ Professor and coordinator of the Scholarship Fund and Alumni at the Álvares Penteadó School of Commerce Foundation (Fecap). PhD candidate in administration at the Getúlio Vargas Foundation (FGV-SP), where he studies philanthropy. Master's degree in administration and bachelor's degree in administration and law from the same institution. Advisor to the Amor Horizontal Foundation, Kibô-no-lê, NHR Brasil and the Regional Board of Directors of São Paulo (CRA-SP). He was executive director of the Brazilian Association of Fundraisers (ABCR) from May 2015 to January 2023.

² Main researcher at the philanthropy research center of the José Luiz Egydio Setúbal Foundation and professor of the graduate program in public policy at the Federal University of ABC (UFABC). PhD in international relations and political science from the University of São Paulo (USP) in 2014. In 2016 and 2017, he was a visiting researcher, as a postdoctoral fellow, at the Niehaus Center for Globalization and Governance (NCGG) (Woodrow Wilson School, Princeton University) and, from 2011 to 2013, he was a visiting researcher at the University of California, San Diego (UCSD).

³ Researcher coordinator of the philanthropy research center of the José Luiz Egydio Setúbal Foundation and professor at the São Paulo School of Economics at FGV-SP. PhD and master's degree in political science from USP. Bachelor's degree in social sciences from the same university. His main research topics are philanthropy, distributive justice, health, and applied ethics.

Another common source of these resources is the generation of their own revenue, here understood as the sale of products or the provision of services carried out directly by institutions or by businesses that they control. In Brazil, there is no legal restriction on nonprofit organizations generating income using the same formal instruments as other enterprises. The only caveat is that they cannot distribute profits earned and must reinvest any surplus in the activities of the institutions themselves (Aninat et al., 2022). At the same time, the reality of organizations that obtain resources in this way is little known, since there is no research that indicates how much they represent for the sector in the country. In the United States, however, it was found that own revenue was the largest source of funds of the entire nonprofit sector, generating more than 1 trillion dollars in 2015 (Pratt & Aanestad, 2020).

Finally, the third most important source of NPO income is donations. Formally characterized as the voluntary transfer of resources for the common good, philanthropic individual donations (to formally constituted institutions) amounted to more than BRL 10.3 billion in 2020 (Institute for the Development of Social Investment [Idis], 2021), and donations from large enterprises were more than BRL 1.9 billion in the same year (Comunitas, 2021).

When analyzing donations worldwide, there is a prevalence of those made by individuals, especially when compared to those made by enterprises. If, in Brazil, individual donations are almost 10 times greater than corporate donations, in the United States, the difference is even greater, at a ratio of almost 15 to 1 (Pratt & Aanestad, 2020).

Despite the considerable amounts collected, as identified in surveys, the real factors that make NPO successful in the use of individual donations are still poorly known in the field of philanthropy and NPO management in Brazil. There is no doubt that donations from individuals are an essential part of the resources that enable NPO to function in Brazil (Vergueiro & Rodríguez, 2015). Gouveia and Daniliauskas (2010) pointed out that individual donations grew in importance throughout the 2000s. According to these authors, at the end of the decade, 90% of organizations linked to the Brazilian Association of Non-Governmental Organizations (Abong) derived up to 20% of their total revenue from this source.

However, few analyses discuss in greater depth the variables associated with the activity of raising these donations and the use of information and communication technologies (ICT) for this purpose. According to Salla et al. (2019), the absence of systematized knowledge on the subject stems from the following factors: lack of monitoring parameters, difficulty in accessing information, and outdated existing data. Consequently, the use of ICT by NPO in fundraising (donations, use of crowdfunding, digital payment systems such as Pix, administered by Brazil's Central Bank, etc.) is a subject that has not yet been systematically researched in Brazil, as well as in other countries of the Global South.

In view of this gap in studies, this article aims to evaluate the dynamics that determine the variation in voluntary donations of individuals as a source of funds for NPO, as well as its relevance, and analyze the other financial origins. This article is based on data from the 2022 ICT Nonprofit Organizations survey and previous editions (Brazilian Internet Steering Committee [CGI.br], 2013, 2015, 2017).

Voluntary donations from individuals to NPO between 2012 and 2022

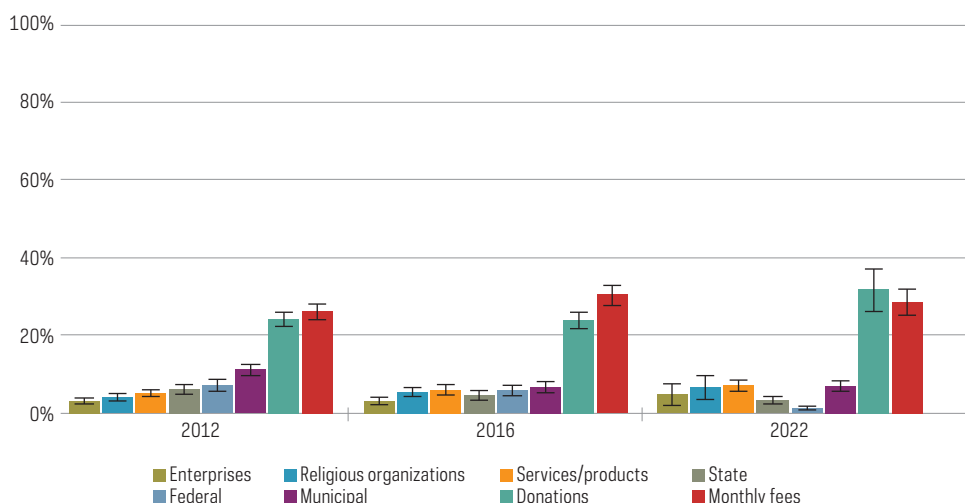
The ICT Nonprofit Organizations survey measures different aspects related to voluntary donations made by individuals and the use of ICT. Even without the use of microdata for this analysis, the available data allows reflection on the role of donations as a source of funds for NPO, especially when compared with the results of similar surveys conducted in 2012, 2014, and 2016.

Over the past decade, there has been little variation in the role of voluntary donations from individuals as the main source of funds for NPO. If compared with the other sources, as can be seen in Chart 1, donations and monthly fees are the most mentioned sources of income, far outweighing other sources, such as from companies, government organizations, religious organizations, and selling of products/services⁴. The difference between donations and membership fees and the other sources increased in 2022; however, with regard to donations alone, and taking into account the margin of error, represented by the error bars at the top of the main bars, it is practically non-existent. For example, it would have a maximum value of 25.8% in 2012 and 25.9% in 2016, and a minimum value of 26.1% in 2022 (Brazilian Network Information Center [NIC.br], 2023). Therefore, even considering the changes imposed by the COVID-19 pandemic and the drop in public resources, the importance of individual donations did not increase when compared to monthly fees.

CHART 1

ORGANIZATIONS BY MAIN SOURCE OF FUNDING (2012-2022)

Total number of organizations (%)



SOURCE: PREPARED BY THE AUTHORS BASED ON NIC.BR (2023).

⁴ In Chart 1, only the main sources were included. The original categories are as follows: "Foreign governments," "International organizations," "Voluntary donations from individuals," "Selling of products/services," "Labor union contributions," "Monthly or annual fees paid by members," "Federal government organizations," "State government organizations," "Municipal government organizations," "Private companies," "Other nonprofit organizations," "Churches or religious organizations," "Public or mixed-capital companies," and "Others."

It can be discussed whether this is an issue related to supply or demand: On the one hand, there may be little supply of donations, with few individuals donating or likely to donate; on the other, there is a possibility that there is little demand for donations, with organizations being uninterested in resorting to fundraising or doing so inappropriately. In the survey *Doação Brasil* (Brazil Donation) (Idis, 2021), 40% of the population reported having made at least one donation to a NPO in 2020. Even if only the economically active population of the country is considered (Secretariat of Economic Policy [SPE], 2022), there would still be more than 50 million donors.

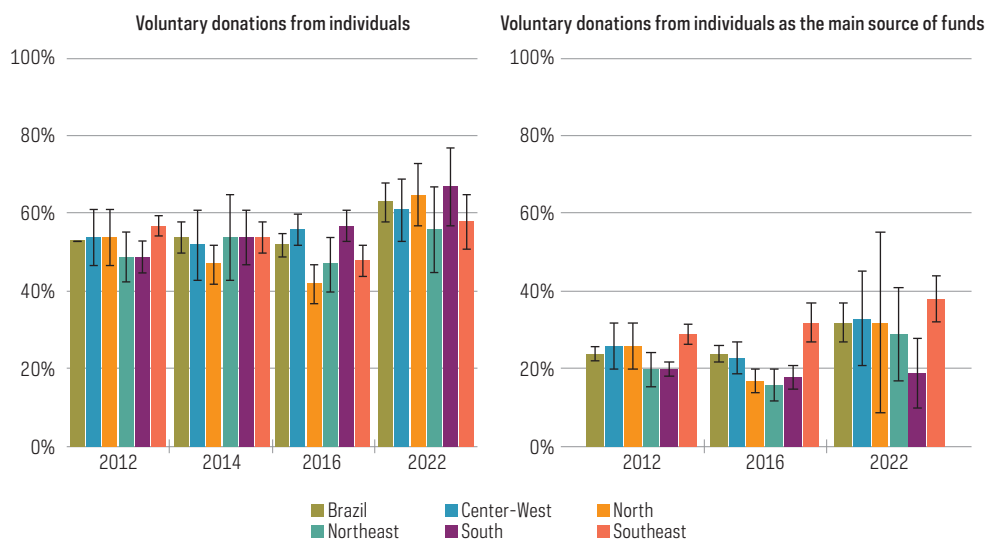
To understand this topic in greater depth, the dynamics of donations was observed between 2012 and 2022, considering the characteristics of the organizations, such as location (regions), size, and area of activity. To this end, two research questions were used: one that studied the proportion of organizations that received voluntary donations from individuals, among other sources, and one that presented the proportion of organizations whose main source of income was donations (NIC.br, 2023).

Chart 2, which presents the results of the two questions segmented by country and by region, shows a slight increase in the national proportion of organizations that have received donations since 2022: from 52% to 63% (NIC.br, 2023). The margin of error is restricted to three percentage points of real growth. However, it was not possible to discuss regional differences with the available data.

The same can be said for organizations that rely on this type of donation as the main source of funding. Between 2012 and 2016⁵, the figures were practically identical, as has already been pointed out in Chart 1, and it was not possible to identify a significant regional difference between the organizations.

⁵ This question was not included in the 2014 survey.

CHART 2

ORGANIZATIONS THAT RECEIVE DONATIONS FROM INDIVIDUALS, BY REGION (2012-2022)*Total number of organizations (%)*

SOURCE: PREPARED BY THE AUTHORS BASED ON NIC.BR (2023).

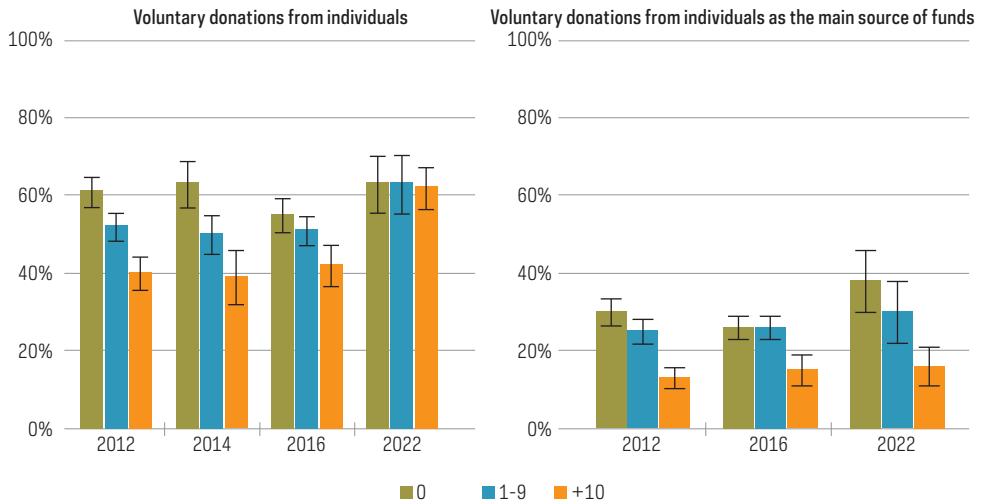
For the analysis of the dynamics of donations according to the organizations' size, the number of employees was used as a proxy, and organizations were divided into three categories: a) no paid employees; b) with 1 to 9 paid employees; and c) with more than 10 paid employees.

Chart 3 shows that, as of 2022, the number of large organizations that received individual donations had increased: in 2012, this percentage was 40%, and in 2022, 62%. Despite this variation, the smaller institutions had the highest proportion of donations as a source of funds. However, it cannot be said that the importance of this source has varied over the past ten years (NIC.br, 2023).

CHART 3

ORGANIZATIONS THAT RECEIVE DONATIONS FROM INDIVIDUALS, BY SIZE (2012-2022)

Total number of organizations (%)



SOURCE: PREPARED BY THE AUTHORS BASED ON NIC.BR (2023).

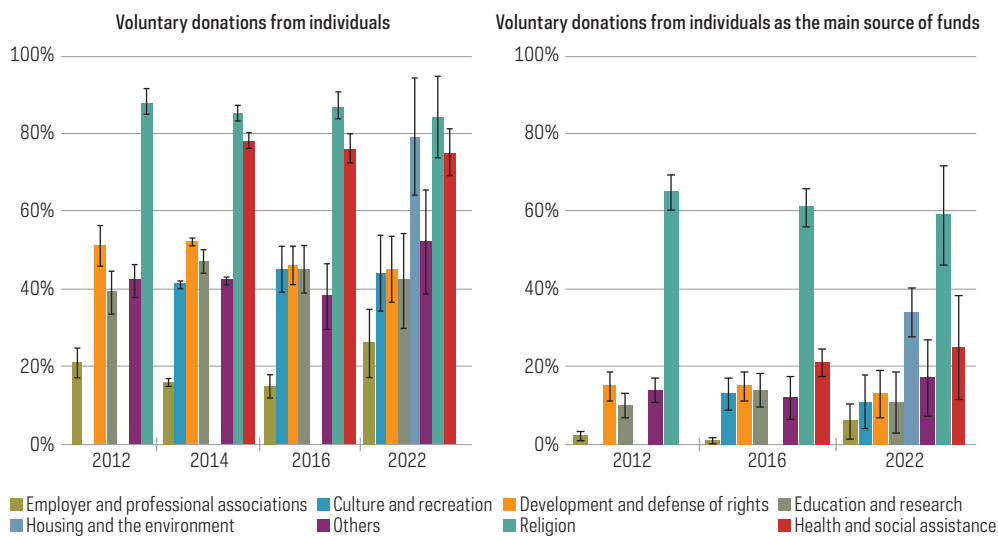
Despite this, NPO in the religious, health and social assistance, and housing and environment areas stood out from the others, as observed in Chart 4. In addition, when we look at the organizations that have individual donations as their main source of funding, emphasis goes to those that work in the religious and housing and environment areas.

In general, the analysis shows low variation over the last ten years. First, it is necessary to point out that in the different editions, areas were categorized in different ways. In 2012, there were five areas of activity mentioned and, in this last edition, there were eight: “Employer and professional associations,” “Culture and recreation,” “Education and research,” “Development and defense of rights,” “Religion,” “Health and social assistance,” “Housing and the environment,” and “Other”.

CHART 4

ORGANIZATIONS THAT RECEIVE DONATIONS FROM INDIVIDUALS, BY AREA OF OPERATION (2012-2022)

Total number of organizations (%)



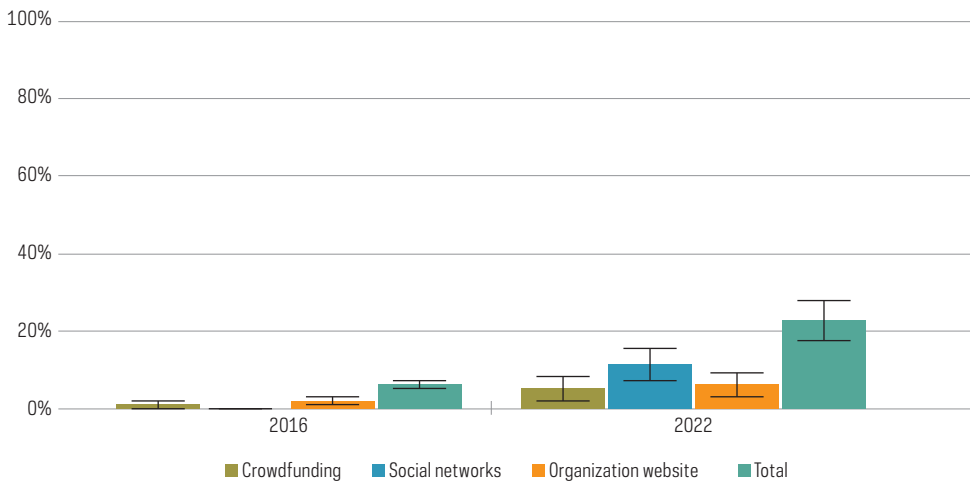
SOURCE: PREPARED BY THE AUTHORS BASED ON NIC.BR (2023).

One of the issues that drew attention when considering the search for individual donations was the low use of technology by NPO, more specifically the Internet.

Despite this, an effective increase can be observed in fundraising via digital means when comparing 2016 and 2022⁶. Chart 5 shows that in 2016, 5% of organizations received donations through the Internet, while this figure rose to 22% in 2022. However, there was low institutionalization of the practice, with little use of crowdfunding campaigns and organization websites.

⁶ The question was presented only in the surveys conducted in the years identified in Chart 5.

CHART 5

ORGANIZATIONS THAT RECEIVE DONATIONS THROUGH THE INTERNET, BY FUNDRAISING CHANNEL (2016-2022)*Total number of organizations (%)*

SOURCE: PREPARED BY THE AUTHORS BASED ON NIC.BR (2023).

Conclusions

Although it is important to study and understand the issue of donations as a source of income for nonprofit organizations, in Brazil, the topic still receives little scientific attention. There are few studies, such as the ICT Nonprofit Organizations survey, that provide a close look at this topic. The 2022 edition has the merit of giving continuity to the previous versions and consolidates a historical series on the main sources of revenue of Brazilian NPO and how they use technology to raise funds.

Although the variation in individual donations as a source of funds was small in the 2022 survey results, as presented in the analysis, it is important to note that it has been consolidated as the most common source in the sector, surpassing, in proportion, the relevance of membership fees. In addition, and with the exception of donations and membership fees, no other source of funds researched was common to more than 10% of Brazilian institutions, reinforcing the significance of these two sources.

In the analysis, it was also observed that the profile of the organizations had little influence on the weight that donations as a source of income. Regardless of the size of the organizations, their location in Brazil, or their area of operation, donations appear in similar proportions for all of them. This may lead us to infer that, in general, the entire nonprofit sector is already effectively prioritizing donations as a source of income, regardless of the organization's profile.

If this reality changes positively in the next editions of the survey, the trend is for individual donations to have even greater importance for Brazilian nonprofit institutions. An interesting point to study in the future, which the survey fails to capture, is that the types of donations received by NPO can vary, as well as the volume, which would allow for even more comprehensive understanding of the topic.

Another important consideration is that, given the relevance of digital channels in raising funds in organizations, they are still very little used, according to the data presented in the survey. It would be expected, however, that this result would be different, considering that Brazil has gone through the COVID-19 pandemic in recent years, which had as an indirect result a significant increase in connectivity between people and corporations. Perhaps this advance has not been reflected in the reality of NPO with regard to fundraising, even though digital techniques are now widely available.

Finally, even if this is not the primary intention of the ICT Nonprofit Organizations survey, it allows advances in the study of philanthropic donations in Brazil. This understanding is essential so that the sector itself can develop strategies and practices that further leverage donations, making organizations increasingly independent through the financial contribution of the people who believe in them.

References

- Aninat, M., Vallespin, R., & Villar, R. (2022). *Rules and incentives: Mapping the legal framework for non-profit organisations and philanthropy in Latin America and the Caribbean*. Wings; Cefis; Iupui. <https://wings.issuelab.org/resource/rules-and-incentives-mapping-the-legal-framework-for-non-profit-organisations-and-philanthropy-in-latin-america-and-the-caribbean.html>
- Bekkers, R., & Wiepking, P. (2011). A literature review of empirical studies of philanthropy: Eight mechanisms that drive charitable giving. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(5), 924-973. <https://doi.org/10.1177/0899764010380927>
- Brazilian Internet Steering Committee. (2013). *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian nonprofit organizations: ICT Nonprofit Organizations 2012*. <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nas-organizacoes-sem-fins-lucrativos-brasileiras-tic-organizacoes-sem-fins-lucrativos-2012/>
- Brazilian Internet Steering Committee. (2015). *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian nonprofit organizations: ICT Nonprofit Organizations 2014*. <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nas-organizacoes-sem-fins-lucrativos-brasileiras-tic-osfil-2014/>
- Brazilian Internet Steering Committee. (2017). *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian nonprofit organizations: ICT Nonprofit Organizations 2016*. <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nas-organizacoes-sem-fins-lucrativos-brasileiras-tic-osfil-2016/>
- Brazilian Network Information Center. (2023). *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian nonprofit organizations: ICT Nonprofit Organizations 2022* [Tables]. <https://cetic.br/pt/pesquisa/osfil/indicadores/>
- Comunitas. (2021). *Bisc 2021*. <https://mapaosc.ipea.gov.br/arquivos/posts/6033-bisc2021.pdf>
- Gouveia, T., & Daniliauskas, M. (2010). Perfil das associadas à Abong. In Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais. *Sustentabilidade das ONGs no Brasil: acesso a recursos privados* (pp. 61-79).
- Institute for the Development of Social Investment. (2021). *Pesquisa Doação Brasil 2020*. <https://pesquisadoacaobrasil.org.br/>
- Institute of Applied Economic Research. (2021) Mapa das organizações da sociedade civil. *Em questão – evidências para políticas públicas*, 6. <https://mapaosc.ipea.gov.br/arquivos/posts/2796-pb6mapaversaodivulgacao.pdf>
- Law No. 13.109, of July 31, 2014. (2014). Establishes the legal system of partnerships between public administration and civil society organizations, on a basis of mutual cooperation, for the achievement of purposes of public and reciprocal interest, through the execution of activities or projects previously established in work plans inserted in terms of collaboration or promotion, or in cooperation agreements; defines guidelines for the policy of promotion, collaboration and cooperation with civil society organizations; and amends Laws No. 8.429, of June 2, 1992, and 9.790, of March 23, 1999. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2014/Lei/L13019compilado.htm

Pratt, J., & Aanestad, K. (2020). An NPQ exclusive: The 2020 map of the nonprofit economy. *Nonprofit Quarterly*. <https://nonprofitquarterly.org/infographics/npqs-illustrated-nonprofit-economy/>

Salla, A. L. M., Sanches, M. B. B., & Salinas, N. S. C. (2019). *Incentivos regulatórios à filantropia individual no Brasil*. Gife; FGV-SP; FGV-RJ. <https://sinapse.gife.org.br/download/incentivos-regulatorios-a-filantropia-individual-no-brasil>

Secretariat of Economic Policy. (2022). *Pesquisa nacional por amostra de domicílios contínua: Pnad*. <https://www.gov.br/fazenda/pt-br/centrais-de-conteudos/publicacoes/conjuntura-economica/emprego-e-renda/2022/informativo-pnad-jan2022.html>

Vergueiro, J. P. A., & Rodríguez, M. E. (2015). It is the individuals. In Brazilian Internet Steering Committee. *Survey on the use of information and communication technologies in Brazilian nonprofit organizations: ICT Nonprofit Organizations 2014* (pp. 165-171). <https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nas-organizacoes-sem-fins-lucrativos-brasileiras-tic-osfil-2014/>

Lista de Abreviaturas

A4AI – Alliance for Affordable Internet

ABEP-TIC – Associação Brasileira de Entidades Estaduais de Tecnologia da Informação e Comunicação

Abong – Associação Brasileira de Organizações não Governamentais

BCD – Bancos comunitários de desenvolvimento

CATI – *Computer-assisted telephone interviewing*

ccTLD – *country code Top-Level Domains*

CEDIS-IDP – Centro de Direito, Internet e Sociedade do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa

Cempre – Cadastro Central de Empresas

Cetic.br – Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação

CGI.br – Comitê Gestor da Internet no Brasil

CIPL – Centre for Information Policy Leadership

CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica

COPNI – Classificação dos Objetivos das Instituições sem Fins Lucrativos a Serviço das Famílias

CPF – Cadastro de Pessoa Física

CRM – *Customer Relationship Management*

DPO – *Data Protection Officer*

Fasfil – Fundações privadas e associações sem fins lucrativos no Brasil

FGV – Fundação Getulio Vargas

Fiocruz – Fundação Oswaldo Cruz

GIFE – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ICOM – Instituto Comunitário Grande Florianópolis

Idis – Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social

Ipea – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

LDB – Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional

LGPD – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais

MROSC – Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil

NIC.br – Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR

ONG – Organização não governamental

Osfil – Organizações sem fins lucrativos

Rais – Relação Anual de Informações Sociais

RBS – Revista Brasileira de Sociologia

SPE – Secretaria de Política Econômica

TI – Tecnologia da informação

TIC – Tecnologias de informação e comunicação

List of Abbreviations

A4AI – Alliance for Affordable Internet

ABEP-TIC – Brazilian Association of State Information and Communication Technology Entities

Abong – Brazilian Association of NGOs

BCD – Community Development Banks

CATI – Computer-assisted telephone interviewing

ccTLD – country code Top-Level Domains

CEDIS-IDP – Center for Internet, Law, and Society of the Brazilian Institute of Education, Development, and Research

Cempre – Central Register of Enterprises

Cetic.br – Regional Center for Studies on the Development of the Information Society

CGI.br – Brazilian Internet Steering Committee

CIPL – Centre for Information Policy Leadership

CNPJ – National Registry of Legal Entities

COPNI – Classification of the Purposes of Non-Profit Institutions Serving Households

CPF – Individual Taxpayer Registration Number

CRM – Customer Relationship Management

DPO – Data Protection Officer

Fasfil – Private Foundations and Nonprofit Associations in Brazil

Fiocruz – Oswaldo Cruz Foundation

GIFE – Group of Institutes, Foundations and Companies

IBGE – Brazilian Institute of Geography and Statistics

ICOM – Greater Florianópolis Community Institute

Idis – Institute for the Development of Social Investment

Ipea – Institute for Applied Economic Research

IT – Information Technology

ICT – Information and Communication Technology

LDB – Education Guidelines and Framework Law

LGPD – Brazilian General Data Protection Law

MROSC – Regulatory Framework for Civil Society Organizations

NGO – Nongovernmental Organization

NIC.br – Brazilian Network Information Center

NPO – Nonprofit Organizations

Rais – Annual List of Social Information

RBS – Brazilian Journal of Sociology

SPE – Secretariat of Economic Policy



cetic.br

Centro Regional
de Estudos para o
Desenvolvimento
da Sociedade
da Informação

nic.br

Núcleo de Informação
e Coordenação do
Ponto BR

cgi.br

Comitê Gestor da
Internet no Brasil

Tel 55 11 5509 3511
Fax 55 11 5509 3512

www.cgi.br
www.nic.br
www.cetic.br