



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SOCIOECONÔMICO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CONTABILIDADE

Glenda de Almeida Soprane

***Accountability* ascendente e horizontal como função legitimadora em
Organizações Não Governamentais brasileiras**

FLORIANÓPOLIS
2023

Glenda de Almeida Soprane

***Accountability* ascendente e horizontal como função legitimadora em
Organizações Não Governamentais brasileiras**

Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação
em Contabilidade da Universidade Federal de
Santa Catarina como requisito parcial para a
obtenção do título de Doutora em Contabilidade.

Orientador: Prof^o José Alonso Borba, Dr.
Co-orientadora: Prof^a Denize Demarche Minatti
Ferreira, Dra.

FLORIANÓPOLIS
2023

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Soprane, Glenda de Almeida

Accountability ascendente e horizontal como função legitimadora em Organizações Não Governamentais brasileiras / Glenda de Almeida Soprane ; orientador, José Alonso Borba, coorientadora, Denize Demarche Minatti Ferreira, 2023.

166 p.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Socioeconômico, Programa de Pós-Graduação em Contabilidade, Florianópolis, 2023.

Inclui referências.

1. Contabilidade. 2. Accountability. 3. ONGs. 4. Doações. 5. Legitimidade. I. Borba, José Alonso. II. Ferreira, Denize Demarche Minatti. III. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Contabilidade. IV. Título.

Glenda de Almeida Soprane

***Accountability* ascendente e horizontal como função legitimadora em Organizações Não Governamentais brasileiras**

O presente trabalho em nível de doutorado foi avaliado e aprovado, em 20 de outubro de 2023, pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof^o José Alonso Borba, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof^a Denize Demarche Minatti Ferreira, Dra.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof^a Suliani Rover, Dra.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof^o Hans Michael Van Bellen, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof^a Máisa de Souza Ribeiro, Dra.
Universidade de São Paulo

Prof^a Rosamaria Cox Moura Leite Padgett, Dra.
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Certificamos que esta é a versão original e final do trabalho de conclusão que foi julgado adequado para obtenção do título de Doutora em Contabilidade.

Prof^a Ilse Maria Beuren, Dra.
Coordenadora do Programa

Prof^o José Alonso Borba, Dr.
Orientador

Florianópolis
2023

Este trabalho é dedicado ao meu amado e
saudoso pai Rômel Soprane.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a Deus o dom da vida e por me permitir chegar até aqui, dando-me toda a capacidade e sanidade para concluir esta tese.

Agradeço a todos que torceram por mim, mesmo de longe, como meus amigos e familiares que também compreenderam minha ausência.

Aos meus amigos e colegas de trabalho da FACE e UFGD que de várias formas me apoiaram para que eu pudesse concluir este trabalho, em especial, Cidinha, Cristiane, Robson Farias e Juarez.

Meus agradecimentos à minha mãe Dôra, irmãs Olívia e Amanda, cunhados Rodrigo e Luciano, meus sobrinhos Rodrigo, Milena e Ana Laura e ao meu namorado paciente, amoroso e generoso Maurício.

Minha sincera gratidão à minha amiga que o doutorado me deu pra vida, Gabriela Borges Silveira, pelo seu total apoio na execução desse trabalho, não sei o que seria de mim sem ela e, também aos meus amigos que fiz no doutorado, em especial, Andréia, Celliane, Ernando, Larissa e Ronan.

Sou imensamente grata ao meu orientador, Prof^o Dr. José Alonso Borba e também minha co-orientadora Prof^a Denize Demarche Minatti Ferreira, por toda a paciência, amizade e ensinamentos.

Meu agradecimento a todos os professores do PPGC/UFSC, em especial aos Professores Doutores Hans Michael Van Bellen, Carlos Eduardo Facin Lavarda, Suliani Rover, Ilse Maria Beuren, Valmir Emil Hoffmann e Pedro Alberto Barbeta.

Agradeço também à Prof^a Dra. Sayuri Unoki de Azevedo e Prof^o Dr. Andson Braga de Aguiar pelos ensinamentos sobre pesquisa experimental e toda a ajuda nesse trabalho.

Agradeço à Prof^a Dra Máisa de Souza Ribeiro e Prof^a Dra Rosamaria Cox Moura Leite Padgett por terem aceitado participar da minha banca de qualificação e defesa e todas as contribuições feitas à este trabalho.

Por fim, agradeço meu pai, Rômél Soprane, que me incentivou sempre a estudar e que de onde estiver, está vendo acontecer e me ajudando a realizar mais essa conquista. Te amo para sempre meu pai!!

“Aprender é a única coisa que a mente nunca se cansa, nunca tem medo e nunca se arrepende.”

(Leonardo da Vinci)

RESUMO

As Organizações Não Governamentais (ONGs) têm crescido em número e visibilidade em todo o mundo. No entanto o caráter controverso das práticas associadas às entidades do Terceiro Setor afetaram a confiança do público na legitimidade dessas organizações, sendo-lhes exigida maior transparência e clareza na *accountability*. Também o status de isenção de impostos desfrutado pelas ONGs é baseado na suposição de que elas servem ao bem público, possuem a confiança pública e devem estar abertas ao escrutínio público. O escrutínio público é a chave para *accountability*. Assim, esta tese teve como proposta responder a seguinte indagação: Qual a relação das doações recebidas e da visibilidade da mídia na *accountability* ascendente e o efeito dela, de forma isolada e conjuntamente com a *accountability* horizontal, nas doações individuais presente e futuras feitas às Organizações Não Governamentais brasileiras? Para responder à questão de pesquisa utilizou-se como premissa que a *accountability* é um fator de legitimidade e, conseqüentemente, da continuidade das ONGs. O presente estudo trabalhou em dois níveis de análise. No nível organizacional, examinou o efeito da visibilidade da mídia e das doações recebidas na *accountability* ascendente em ONGs brasileiras. No nível individual, verificou se a *accountability* horizontal, de forma isolada e conjuntamente com a *accountability* ascendente, tem efeito nas doações individuais presentes e futuras às ONGs brasileiras. Verificou-se, a nível organizacional, que as doações recebidas influenciam significativa e positivamente a *accountability* ascendente das ONGs brasileiras. Essa constatação configura-se como a principal contribuição dessa pesquisa. O ciclo gerado pela legitimidade, proporciona às ONGs maior receita recebida, que impulsiona uma maior *accountability* para aqueles que fornecem recursos, como doadores e financiadores. No entanto, os resultados não apresentaram evidências do efeito da visibilidade da mídia na *accountability* ascendente das ONGs brasileiras. Os resultados da pesquisa a nível individual, não documentaram o efeito da *accountability* horizontal e da *accountability* ascendente nas doações individuais, presentes e futuras, realizadas às ONGs.

PALAVRA-CHAVE: *Accountability*; ONGs; Legitimidade.

ABSTRACT

Non-Governmental Organizations (NGOs) have grown in number and visibility all over the world. However, the controversial nature of the practices associated with Third Sector entities has affected public confidence in the legitimacy of these organizations, and greater transparency and clarity in accountability is demanded of them. The tax-exempt status enjoyed by NGOs is also based on the assumption that they serve the public good, have public trust and should be open to public scrutiny. Public scrutiny is the key to accountability. Thus, this thesis set out to answer the following question: What is the relationship between donations received and media visibility in bottom-up accountability and its effect, in isolation and together with horizontal accountability, on present and future individual donations made to Brazilian Non-Governmental Organizations? To answer the research question, we used the premise that accountability is a factor of legitimacy and, consequently, of the continuity of NGOs. This study worked on two levels of analysis. At the organizational level, it examined the effect of media visibility and donations received on upward accountability in Brazilian NGOs. At the individual level, it was verified whether horizontal accountability, in isolation and together with bottom-up accountability, has an effect on present and future individual donations to Brazilian NGOs. At the organizational level, it was found that the donations received have a significant and positive influence on the bottom-up accountability of Brazilian NGOs. This finding is the main contribution of this research. The cycle generated by legitimacy provides NGOs with greater revenue, which drives greater accountability for those who provide resources, such as donors and funders. However, the results showed no evidence of the effect of media visibility on the upward accountability of Brazilian NGOs. The results of the research at the individual level did not document the effect of horizontal accountability and bottom-up accountability on individual donations, present and future, made to NGOs.

KEYWORDS: Accountability; NGOs; Legitimacy.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Modelo Conceitual e Operacional da Pesquisa.....	18
Figura 2. Modelo de processo de julgamento de legitimidade individual.....	31
Figura 3. Estrutura de validação preditiva experimental.....	85

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Dimensões da legitimidade organizacional operacionalizáveis pelas instituições formais.....	24
Tabela 2. Categorias dos mecanismos de <i>accountability</i> (processos e ferramentas) e para quem é produzida.....	35
Tabela 3. Modelos, formas e qualidades da <i>accountability</i>	37
Tabela 4. Partes Interessadas Organizacionais Críticas.....	42
Tabela 5. Índice de <i>Accountability</i> Ascendente (IAA).....	68
Tabela 6. Síntese das variáveis de pesquisa.....	74
Tabela 7. Síntese das variáveis dependentes e independentes.....	79
Tabela 8. Matriz das condições de controle e experimentais.....	81
Tabela 9. Síntese das variáveis de controle.....	87
Tabela 10. 9-SRA: Escala de Autorrelato de Altruísmo.....	88
Tabela 11. Estatísticas descritivas da variável dependente e variáveis independentes.....	93
Tabela 12. Idade e forma jurídica das ONGs.....	94
Tabela 13. Matriz de correlação.....	96
Tabela 14. Resultados da análise de regressão linear multivariada.....	96
Tabela 15. Matriz de correlação com a variável REGIAO segregada.....	99
Tabela 16. Resultados da análise de regressão linear multivariada com a variável REGIAO segregada.....	100
Tabela 17. Matriz de correlação com a variável SETOR segregada.....	101
Tabela 18. Resultados da análise de regressão linear multivariada com a variável SETOR segregada.....	101
Tabela 19. Frequência da idade gênero dos participantes do experimento.....	103
Tabela 20. Frequência da renda mensal dos participantes do experimento.....	103
Tabela 21. Frequência da variável altruísmo dos participantes do experimento.....	104
Tabela 22. Frequência da variável dependente Percentual de doação individual em relação à renda mensal.....	105

Tabela 23. Frequência da variável dependente Doação individual futura.....	106
Tabela 24. Reclassificação das manipulações experimentais de acordo com a divulgação ou não da <i>accountability</i>	109
Tabela 25. Frequência da <i>accountability</i> horizontal e do percentual de doação individual de acordo com os grupos de divulgação.....	109
Tabela 26. Frequência da <i>accountability</i> horizontal e ascendente e do percentual de doação de acordo com os grupos de divulgação.....	110
Tabela 27. Frequência da <i>accountability</i> ascendente e do percentual de doação individual de acordo com os grupos de divulgação.....	110
Tabela 28. Frequência da <i>accountability</i> horizontal e da propensão de doação individual futura de acordo com os grupos de divulgação.....	111
Tabela 29. Frequência da <i>accountability</i> ascendente e horizontal e da propensão de doação individual futura de acordo com os grupos de divulgação.....	111
Tabela 30. Frequência da <i>accountability</i> ascendente e da propensão de doação individual futura de acordo com os grupos de divulgação.....	112
Tabela 31. Análises adicionais: Variáveis de controle X Percentual de Doação Individual.....	114
Tabela 32. Análises adicionais: Variáveis de controle x Propensão de Doação Individual Futura.....	115

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA	16
1.2 JUSTIFICATIVA.....	20
1.3 ESTRUTURA DO TRABALHO.....	23
2 BASE TEÓRICA	25
2.1 TEORIA DA LEGITIMIDADE, LEGITIMIDADE ORGANIZACIONAL E INDIVIDUAL.....	25
2.2 TÉCNICAS DE LEGITIMAÇÃO	30
2.3 <i>ACCOUNTABILITY</i> E <i>ACCOUNTABILITY</i> ASCENDENTE.....	33
2.4 VISIBILIDADE DA MÍDIA E A PRESSÃO POR <i>ACCOUNTABILITY</i>	44
2.5 DOAÇÕES RECEBIDAS PELAS ONGS	47
2.6 <i>ACCOUNTABILITY</i> HORIZONTAL E AS DOAÇÕES ÀS ONGS.....	55
2.7 <i>ACCOUNTABILITY</i> ASCENDENTE E AS DOAÇÕES ÀS ONGS	61
3 METODOLOGIA	67
3.1 ENQUADRAMENTO GERAL DA PESQUISA.....	67
3.2 PROCEDIMENTOS DO ESTUDO DOCUMENTAL.....	68
3.3 ÍNDICE DE <i>ACCOUNTABILITY</i> ASCENDENTE (IAA) - VARIÁVEL DEPENDENTE.....	69
3.4 VISIBILIDADE DA MÍDIA – VARIÁVEL EXPLICATIVA	72
3.5 DOAÇÕES RECEBIDAS – VARIÁVEL EXPLICATIVA.....	73
3.6 REGIÃO DE ATUAÇÃO - VARIÁVEL DE CONTROLE	74
3.7 IDADE ORGANIZACIONAL - VARIÁVEL DE CONTROLE.....	74
3.8 FORMA JURÍDICA - VARIÁVEL DE CONTROLE.....	75
3.9 SETOR DE ATUAÇÃO - VARIÁVEL DE CONTROLE.....	77
3.10 PROCEDIMENTOS DO ESTUDO EXPERIMENTAL E DESENHO DE PESQUISA	81
4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	94
4.1 ANÁLISES DESCRITIVAS DO ESTUDO DOCUMENTAL.....	94
4.2 ANÁLISE DA REGRESSÃO LINEAR DO ESTUDO DOCUMENTAL.....	98
4.3 ANÁLISES DESCRITIVAS DO ESTUDO EXPERIMENTAL	106
4.4 ANÁLISE DOS TESTES DE HIPÓTESES DA PESQUISA EXPERIMENTAL	112
5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	121
REFERÊNCIAS	125

APÊNDICE A - ÍNDICE DE <i>ACCOUNTABILITY</i> ASCENDENTE (IAA)	139
APÊNDICE B - INSTRUMENTO EXPERIMENTAL	143

1 INTRODUÇÃO

As Organizações Não Governamentais (ONGs) surgiram num contexto pós Segunda Guerra Mundial, em 1946 e, eram definidas como organizações desvinculadas dos governos, criadas para o desenvolvimento dos países do Terceiro Mundo, para erradicar a pobreza, a desigualdade e a injustiça (Calegare & Silva Júnior, 2009).

As primeiras ONGs surgem no Brasil ainda nos anos de 1950, início dos anos 60, vinculadas ao trabalho de educação de base, normalmente vinculadas à Igreja. Depois dessa fase inicial, as ONGs ganharam força nas décadas de 70 e 80, no contexto da ditadura militar, com os objetivos principais de defender direitos humanos e políticos e lutar pela democracia (Steil & Carvalho, 2001) e, ainda, articularam recursos e experiências na base da sociedade, ganharam visibilidade enquanto novo espaço de participação cidadã, precursor do movimento que favoreceria a emergência do Terceiro Setor (Calegare & Silva Júnior, 2009).

As ONGs cresceram em número e em visibilidade em todo o mundo, principalmente após os anos de 1990, mas também aumentaram o caráter controverso das práticas associadas a elas. Crescentes denúncias públicas têm sido reportadas, de negócios ilícitos, conflito de interesses, gestão danosa e falta de transparência, que afetaram a confiança na legitimidade de sua atuação, sendo-lhes exigida mais transparência e clareza na *accountability* (Brown & Jagadananda, 2007).

A legitimidade em relação à ONGs, precisa ser entendida como uma percepção generalizada ou a suposição de que as ações de uma organização são desejáveis, adequadas ou apropriadas dentro de um sistema socialmente construído de normas, valores, crenças e definições (Suchman, 1995). Uma organização é considerada legítima, quando seus elementos são suportados por princípios estruturais aceitos no sistema social, é percebida como mais digna, significativa, perceptível e confiável e, conseqüentemente atrai mais recursos e apoio financeiro, social e político.

Cordery, Belal e Thomson (2019) afirmam que avaliar ou entender as práticas de contabilidade e *accountability* envolvem a consideração de vários fatores contextuais. Os autores identificaram quatro demandas sobrepostas que incluem conformidade regulatória externa; governança e gestão organizacional; engajamento de partes interessadas e; demonstração do cumprimento do objetivo. Os relatórios, formais e informais, produzidos pelas ONGs são frequentemente usados para atender a mais de um objetivo.

A assimetria de informações, que envolve as partes interessadas externas não possuem as informações sobre políticas e procedimentos internos das organizações, juntamente com a

cobertura da mídia sobre escândalos, fraudes, roubos e comportamento pessoal problemático das pessoas envolvidas com ONGs, estão criando novas demandas de *accountability*; auditoria e *assurance* são vistas como práticas nos relatórios financeiros em relação à conformidade regulamentar, governança e *accountability*, engajamento das partes interessadas e legitimação da organização por financiadores e beneficiários (Cordery, Belal & Thomson, 2019).

A expressão *accountability*, de acordo com Kenney (2005) foi utilizada pela primeira vez nos Estados Unidos da América por Samuel Willians, em 1794. Quando se discorre sobre a *accountability*, não se pode dissociá-la do pensamento político, assim, os governos só são responsáveis e, por consequência, democráticos, se agem de acordo com os interesses dos cidadãos e a evolução dos regimes democráticos constituem-se um esforço contínuo de tornar os governos mais *accountables* frente à sociedade.

Se, por um lado, a *accountability* é fundamental para a preservação da democracia, por outro, é indispensável a participação dos cidadãos. A democracia como valor incutido no surgimento e desenvolvimento das ONGs, faz a *accountability* possuir natureza multidimensional e pressupõe que a democracia traz consigo uma obrigação para as Entidades Sem Fins Lucrativos (ESFL) de prestarem contas de suas ações, garantindo legitimidade perante o público e, dos cidadãos, principalmente os doadores/financiadores, de exigirem um feedback sobre o uso dos recursos.

Cavill e Sohail (2007) definem que *accountability* é “diferente para pessoas diferentes”, dependendo do contexto e finalidade para qual é solicitada. No entanto, não é simplesmente uma questão técnica, é um instrumento de política e poder e incentiva uma mudança de conduta, comportamento e valores profissionais.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

A noção de *accountability* é regularmente utilizada na literatura contábil e significa razões para prestar contas do comportamento, para explicar e justificar o que fez ou não fez, colocando-o de forma inteligível, preenchendo a lacuna entre a ação e a expectativa. A *accountability* é uma prática moralmente significativa, pois exigir prestação de contas de alguém, é pedir a essa pessoa para decretar discursivamente a responsabilidade pelo seu comportamento (Messner, 2009). Esse significado genérico de *accountability*, fundamenta o uso, tanto na área financeira como na gestão, dentro da perspectiva contábil, englobando informações financeiras, não financeiras, medidas de desempenho, de resultado e eficácia das ações/atividades/projetos das ONGs.

Neste aspecto, para a maioria das ONGs, apenas uma pequena parte da *accountability* é legalmente exigida, mas cada vez mais, a maior parte dela é exigida profissionalmente, comercialmente, politicamente e moralmente. Embora a metáfora predominante da *accountability* seja financeira, as demandas reais são muito mais amplas, é muito mais sobre relatórios de relacionamentos, intenções, objetivos, métodos e impacto. Como tal, trata de informações que são quantitativas e qualitativas, concretas e brandas, empíricas e especulativas (Slim, 2002).

As ONGs possuem diferentes financiadores, inclusive para o mesmo projeto, dependendo tempo a responder formatos específicos de relatórios que são instrumentos de *accountability*, na medida em que viabilizam informações sobre as operações, no entanto, enfatizam uma *accountability* ascendente no relato sobre a execução financeira e outros indicadores (Pinto, 2012).

Assim, no contexto das ONGs, a forma mais comum de *accountability* é a ascendente, que reconhece que essas organizações são *accountables* – quando respondem pelas suas promessas de *performance a stakeholders* – àqueles que provêm fundos e querem saber como o dinheiro foi gasto. Este tipo de *accountability* reflete-se em mecanismos diferentes, traduz-se na realização de relatórios quantitativos com formatos preestabelecidos (Pinto, 2012).

Para atender adequadamente às demandas das partes interessadas e garantir a arrecadação de fundos, estudiosos das Entidades Sem Fins Lucrativos (ESFL) destacam o uso da *accountability* voluntária e as formas de divulgação, ou seja, a melhoria da *accountability* atraiu muita atenção global, como sinal de qualidade e confiabilidade a um público cada vez mais cético (Becker, 2018; Saxton, Kuo & Ho, 2012; Parsons, 2007).

Isto porque as doações monetárias são fundamentais para ONGs, porque permitem que financiem seus programas de caridade e legitimem sua existência. Mas ambientes competitivos crescentes do setor caritativo em todo o mundo também colocam essas organizações sob escrutínio para demonstrar sua eficácia. As partes interessadas e os doadores, em particular, passaram de uma atitude “confie em mim” para uma atitude “mostre-me” (Bodem-Schrotgens & Becker, 2020).

As tecnologias baseadas na *internet* cada vez mais oferecem aos cidadãos a capacidade de acesso às informações que consideram importantes. Ao mesmo tempo, essas tecnologias levaram a maior capacidade das organizações de divulgarem informações financeiras e operacionais. Assim, a difusão da *internet*, propiciou a capacidade de usar a *web* para abordar a *accountability* organizacional e reduzirem a assimetria informacional (Saxton & Guo, 2011).

As ONGs reconhecem os problemas de informações organizacionais e apreciam que as partes interessadas esperam que os sites sirvam como fontes dessas informações, inclusive de accountability, tanto para reduzir as assimetrias de informações, quanto para aumentar a participação dos stakeholders na governança de sua organização (Tremblay-Boire & Prakash, 2015).

A busca de legitimidade por parte das ESFL parece fornecer às essas organizações um “reservatório de apoio” que aumenta a probabilidade de sobrevivência organizacional (Dowling & Pfeffer, 1975) e perpetua a influência organizacional ao aumentar a lealdade dos indivíduos à organização e disposição para aceitarem suas ações, decisões e políticas (Tyler, 2006). Um importante vigilante e também formador da percepção pública é a mídia (Deegan, 2002; Candler, 2010; Hughes, 2014; Nazuk & Shabbir, 2018). A quantidade e o destaque da cobertura dos jornais provavelmente influenciarão a importância que os leitores atribuirão a determinados assuntos.

Hugues (2014) aponta que muitos atores desempenham um papel na determinação do que finalmente aparece na cobertura de um jornal ou notícia. É provável que as notícias da mídia sejam influenciados por fatores, incluindo políticas editoriais, percepções dos interesses e entendimento dos leitores e preferências individuais dos repórteres. Mesmo nos casos em que as ONGs são centrais para uma reportagem específica, não significa que essas ONGs tenham determinado, significativamente, o foco ou o conteúdo da notícia.

Assim, é frequentemente argumentado que a comunicação das ONGs, como na cobertura de jornais e notícias, pode ter uma influência significativa na opinião pública (Hugues, 2014). Na obtenção de contribuições, as ESFL competem entre si, bem como os potenciais doadores são indecisos de onde aplicar seus escassos recursos (Chhaochhari & Gosh, 2008).

A falta de informações disponíveis e/ou à dificuldade em obtê-las, faz com que os doadores achem difícil a decisão sobre quais organizações deveriam receber suas doações e, têm dificuldade de diferenciar as ESFL credíveis das antiéticas e, as capazes das incapazes. No entanto, os indivíduos muitas vezes não têm capacidade de reunir e interpretar informações sobre elas (Prakash & Potoski, 2006).

Em um mercado eficiente, os financiadores necessariam informações sobre os potenciais das ESFL para tomarem decisões para suas doações, mas como a realidade se impõe de forma divergente, programas e iniciativas voluntárias e involuntárias de qualidade e *accountability* em ONGs, buscam desenvolver padrões comuns entre entidades, regulando a governança, a captação de recursos e a gestão (Prakash & Gugerty, 2010).

As razões que levam as pessoas a doarem para ONGs são diversas, tais como a consciência da necessidade de apoiar quem necessita; a solicitação para doação; os custos e benefícios do ato de doar; o altruísmo; a reputação; os benefícios psicológicos percebidos; o endosso de valores pró-sociais e; a eficácia do uso das doações (Bekkers & Wiepking, 2011).

Plataformas *online*, *websites* e redes sociais; recomendações “boca a boca”; experiências e relacionamentos pessoais anteriores; cobertura positiva da mídia e organizações de acreditação (Harris & Neely, 2016) que emitem selos de boa administração, são informações que também influenciam nas decisões de doação.

Os “selos de boa administração” usados pelas ESFL, ou a *accountability* horizontal podem influenciar positivamente as decisões dos doadores. Deste modo, se os doadores confiarem em tais sinais de confiança, podem doar para instituições de caridade que aderiram aos programas e/ou são auditadas por terceiros (Stotzer, Martin & Broidl, 2021).

Nesse sentido e dependendo das regulamentações de cada país, uma variedade de diferentes códigos de conduta, sistemas de autorregulação, certificação e credenciamento, evoluíram como ferramentas para apoiar a boa governança no Terceiro Setor em todo o mundo (Prakash & Gugerty, 2010) e como forma de endosso e influência positiva para as ações das ESFL e para as decisões dos doadores.

Assim, a forma de *accountability* voluntária mais forte é considerada uma revisão independente de terceiros e um processo de certificação e credenciamento correspondente, incluindo a concessão de um “selo de aprovação”. A força dessa forma de prestação de contas decorre do fato de que uma organização externa independente, revisa a qualidade dos processos e programas das ONGs (Slatten, Guidry & Austin 2011).

Mediante o exposto, esta tese pretende responder à seguinte questão: **Qual a relação das doações recebidas e da visibilidade da mídia na *accountability ascendente* e o efeito dela, de forma isolada e conjuntamente com a *accountability* horizontal, nas doações individuais presente e futuras feitas às Organizações Não Governamentais brasileiras?**

E, por conseguinte, o objetivo geral desse trabalho de tese é analisar a relação da **doações recebidas e da visibilidade da mídia na *accountability ascendente* e o efeito dela, de forma isolada e conjuntamente com a *accountability* horizontal, nas doações individuais presentes e futuras feitas às Organizações Não Governamentais brasileiras.**

Para tanto, são definidos os seguintes objetivos de específicos:

a) Examinar o efeito da visibilidade da mídia e das doações recebidas na *accountability* ascendente em ONGs brasileiras.

b) Explorar o efeito das variáveis de controle, Região e Setor de Atuação, na *accountability* ascendente em ONGS brasileiras.

c) Verificar o efeito da *accountability* horizontal e ascendente nas doações individuais presentes e futuras às ONGs brasileiras.

d) Explorar o efeito das variáveis de controle, Gênero, Ato de Doar, Altruísmo, Familiaridade, Idade e Renda, nas doações individuais presentes e futuras às ONGs brasileiras.

A Figura 1 apresenta o construto da pesquisa conforme definições conceituais e, operacionalização das principais variáveis de interesse, as quais foram utilizadas para dar suporte às hipóteses levantadas nesta Tese.

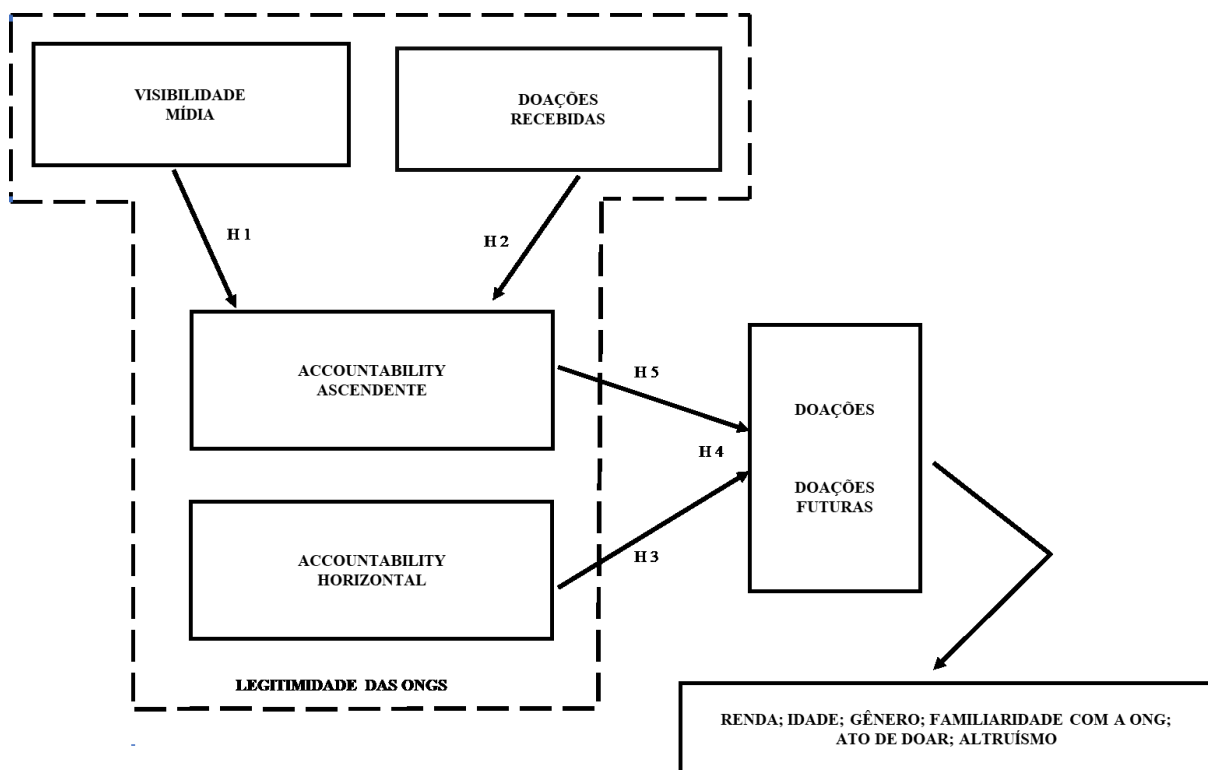


Figura 1. Modelo Conceitual e Operacional da Pesquisa.
Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Assim, declara-se a tese de que a doações recebidas e a visibilidade da mídia estão relacionadas com a *accountability* e, esta, influencia as doações feitas às Organizações Não Governamentais brasileiras.

1.2 JUSTIFICATIVA

O *status* de isenção de impostos desfrutado pelas ONGs é baseado na suposição de que elas servem ao bem público, possuem a confiança pública e devem estar abertas ao escrutínio público. O escrutínio público é a chave para *accountability* (Candler, 2010).

Hugues (2014) em sua pesquisa verifica que desde 1994, há desenvolvimento da literatura relacionada à *accountability* em ONGs, principalmente discutindo sobre para quem deve ser feita a *accountability*, se seriam à todas as partes interessadas ou aos principais agentes. Também surgiram pesquisas consideráveis em relação à maneira como as ONGs praticam a *accountability* e às dificuldades associadas à prática dela às partes interessadas, em um contexto em que algumas partes têm muito mais poder do que outras.

Complementa que parece que a *accountability* das ONGs recebeu muito mais atenção internacionalmente, tanto na teoria quanto na prática, do que a legitimidade das ONGs. Embora a legitimidade das ONGs tenha atraído atenção, sua consideração geralmente se limita a certos aspectos das atividades das ONGs, em particular *advocacy* ou ativismo. Além disso, a *accountability* é frequentemente apresentada como uma fonte de legitimidade, levando o foco prático à *accountability* e afastando-a da legitimidade (Hugues, 2014).

O mesmo autor abre espaço para dissecar a natureza do relacionamento entre legitimidade e *accountability* e, reconhece que a *accountability* pode servir como uma fonte de legitimidade ou mesmo como um meio para as ONGs responderem às partes interessadas em relação aos elementos de seu desempenho ou existência, nos quais são construídas as percepções de legitimidade de suas partes interessadas.

Walton, Davies, Thrandardottir e Keating (2016) afirmam que há uma quantidade significativa de trabalhos teóricos e empíricos que refletem sobre os futuros desafios e perspectivas das ONGs para geração e manutenção da legitimidade. E críticas acadêmicas recentes enfatizaram a necessidade das ONGs adotarem novos papéis e estruturas organizacionais para contribuir efetivamente para a mudança social e política nesse novo ambiente contemporâneo e verificam que questões subjacentes sobre como as concepções de legitimidade das ONGs podem ter mudado ao longo do tempo ou como as fontes internacionais e domésticas de legitimidade das ONGs podem interagir, permanecem sub-analisadas.

Tremblay-Boire e Prakash (2015) apontaram que o Índice de *Accountability* desenvolvido por eles, é uma medida de divulgação de *accountability* e se estende para análises transversais e longitudinais de divulgações. Os autores sugerem uma avaliação em contextos nacionais e a propensão a divulgar informações em seus *websites*, uma vez que há variações na forma como são regulamentadas ou como ciclos de negócios afetam quais informações relacionadas à *accountability* que necessitam ou sentem que devem divulgar.

O interesse é estudar os fundamentos e os constructos da literatura sobre legitimidade no contexto das ONGs e ampliar a pesquisa relacionada à *accountability* como função legitimadora nas ONGs. Não é sugerir modelos ou estruturas do que seja uma *accountability* satisfatória ou mínima por parte das ONGs. Desejou-se verificar o que as ONGs estão produzindo como *accountability* ascendente, utilizando o Índice de *Accountability* adaptado de Tremblay-Boire e Prakash (2015), que é uma tentativa de apresentar uma medida consolidada das divulgações de *accountability* para com os doadores e financiadores. Essa medida pode ser estendida e usada em análises transversais e longitudinais de divulgações de *websites* das ESFL.

Essa pesquisa usou os termos Organizações Não Governamentais (ONGs) e Entidades Sem Fins Lucrativos (ESFL) como sinônimos, para identificar as organizações/entidades/instituições pertencentes ao Terceiro Setor.

O presente estudo levou em consideração a utilização, por parte das ONGs brasileiras da *web* como meio de relatar a *accountability*. E ainda a análise das informações e tipos de relatórios produzidos e publicizados nos seus respectivos *websites* como forma de *accountability*, com o uso de um índice e, assim, complementar os estudos, como os de Saxton e Guo (2011), Gálvez-Rodríguez, Caba-Perez e López-Godoy (2012), Dainelli, Manetti e Sibilio (2013), Gálvez-Rodríguez, Caba-Perez e López-Godoy (2014), Tremblay-Boire e Prakash (2015) e; Nazuk e Shabbir (2018), trazendo a realidade das ONGs brasileiras.

Embora seja utilizado um único meio de comunicação (Google News) para busca de notícias sobre as ONGs, que não permite inferir definitivamente que a cobertura da mídia analisada resultará em efeitos específicos na *accountability* dessas entidades, há pelo menos uma possibilidade, já que o Google News apresenta um fluxo contínuo de artigos organizados a partir de milhares de editores e revistas no mundo. Assim, esse trabalho pretende verificar o poder influenciador que a mídia poderá ter no processo de busca de legitimidade por parte das ONGs, através de uma maior divulgação de *accountability*.

Esta pesquisa também visa verificar o entendimento do uso de selos de aprovação como sinal de confiança às ONGs, assim, discutir para a evolução e ampliação dos sistemas de autorregulação já existentes, ou mesmo o despertar para a criação de programas involuntários de avaliação do Terceiro Setor no Brasil. Esses selos aprimorariam imagem, legitimidade, transparência e credibilidade do setor e um agente menos oneroso e mais eficiente de ajuda na divulgação das informações e consequente aumento da arrecadação de recursos para continuidade dessas instituições.

Uma vez que a angariação de recursos para continuidade das atividades é uma preocupação das ESFL, os selos de aprovação, tanto por meio de agências de vigilância quanto

por programas autorreguladores, traduzem como um sinal de confiança, de proteção do espaço político para atuação de compartilhamento de boas práticas, de adoção de regras e padrões de boa governança e, ainda, facilitam o entendimento das informações publicizadas pelas ONGs, contribuindo de maneira prática e reduzindo as assimetrias informacionais entre as ESFL e seus doadores/financiadores.

A divulgação desses sistemas na mídia, pode contribuir para que os pretensos usuários conheçam os selos de aprovação e suas formas de avaliação e assim, dar maior visibilidade ao mesmo e às ONGs que os possuem. Se faz necessário também a instrução do usuário para buscar o uso das informações publicadas pelos sistemas de acreditação e autorregulação, para que os pretensos doadores examinem a missão e os resultados e, assim, julguem se devem ou não contribuir com a ONG escolhida, ou mesmo, conseguirem separar as “más” das “boas” instituições.

Também deseja-se contribuir com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), com atenção ao objetivo 16.6 - Desenvolver instituições eficazes, responsáveis e transparentes em todos os níveis. Os ODS buscam soluções para erradicar a pobreza, melhorar o meio ambiente em todo o mundo e alcançar paz e prosperidade para todas as pessoas. Visam a sustentabilidade ambiental, econômica e social, e para isso, é importante lutar contra a pobreza, a fome e a discriminação. No entanto, é ainda prioritário o combate às práticas de corrupção e suborno, bem como desenvolver uma prestação de contas eficiente e transparente para diferentes instituições.

Pretende-se alcançar os indivíduos como um todo, principalmente àqueles que desejam contribuir para o funcionamento, legitimação e alcance social promovido por essas entidades, fortalecendo a necessidade de produzir informação, se forem trabalhar diretamente com elas ou, se forem efetivamente financiar suas atividades. Pretende-se também fortalecer o grupo de estudo e pesquisa, Núcleo de Estudos em Contabilidade e Controladoria (NECC), no tema Transparência e Evidenciação Contábil, do Programa de Pós-Graduação em Contabilidade da Universidade Federal de Santa Catarina.

1.3 ESTRUTURA DO TRABALHO

O presente estudo está estruturado em cinco seções. A seção introdutória contém uma abordagem inicial do tema e do contexto que se desenvolve, o objetivo geral de pesquisa, os objetivos específicos que são norteadores para se confirmar a declaração da tese, além da justificativa.

Em seguida têm-se o referencial teórico que suporta a pesquisa, sendo abordados os arcabouços teóricos centrais e essenciais sobre a Teoria da Legitimidade, dando enfoque na legitimidade a nível organizacional (percepção coletiva) e individual (percepção do avaliador). Na sequência, o trabalho explora a literatura referencial relacionada a *accountability*, *accountability* ascendente e horizontal para alcançar os objetivos propostos e responder às hipóteses da pesquisa.

Depois desenvolve-se a metodologia, com o enquadramento e os procedimentos metodológicos para o alcance dos objetivos específicos e solução do problema de pesquisa. Após a metodologia, seguem os capítulos destinados à apresentação e discussão dos resultados, divididos em estudo documental e experimental e, por fim, as conclusões e recomendações finais. O presente projeto ainda conta com referências e apêndices.

2 BASE TEÓRICA

2.1 TEORIA DA LEGITIMIDADE, LEGITIMIDADE ORGANIZACIONAL E INDIVIDUAL

O conceito de legitimidade tem origem político-jurídica, tendo seus problemas de legitimidade no contrato social entre a população e o governo. Autoridades e instituições são vistas como mais legítimas e, portanto, suas decisões e regras são mais voluntariamente aceitas, quando exercem sua autoridade por meio de procedimentos que as pessoas percebem serem mais justos, o que é consistente com os argumentos de longa data das Teorias de Legitimidade e, ocorre em ambientes jurídicos, políticos e gerenciais (Tyler, 2006).

As primeiras utilizações do termo legitimidade no contexto organizacional foi realizada por Maurer, em 1971, que dizia que legitimidade é o processo pelo qual uma organização justifica a um sistema hierarquicamente superior ou de mesmo nível, seu direito de existir e, é complementado por Dowling e Pfeffer em 1975, que ressaltaram a conformidade cultural ao afirmar que, a legitimidade conota congruência entre valores sociais associados às atividades organizacionais e às normas de comportamento aceitável num sistema social mais amplo (Barakat, Freitas, Boaventura & MacLennan, 2016).

Meyer e Rowan (1977) e Meyer e Scott (1983) foram os primeiros a elaborarem uma definição de legitimidade organizacional, que se refere ao grau de suporte cultural de uma organização, que significa extensão de um conjunto de fatores estabelecidos culturalmente, que fornece explicações para a sua existência, funcionamento e jurisdição (Rosson, 2016).

Suchman (1995) acabou cunhando a definição mais amplamente aceita de legitimidade organizacional tanto internacionalmente quanto no Brasil, onde define que legitimidade é a percepção ou pressuposição generalizada de que as ações de uma entidade são desejáveis ou apropriadas dentro de algum sistema socialmente construído de normas, valores, crenças e definições.

Legitimidade é uma percepção ou pressuposto em que representa uma reação de observadores para a organização como a veem e dependente de uma história de eventos; assim, legitimidade é possuída objetivamente, ainda criada subjetivamente, ou seja, é socialmente construída em que reflete uma congruência entre os comportamentos legítimos da entidade e as crenças compartilhadas (ou assumidamente compartilhadas) de algum grupo social, assim ela é dependente de uma audiência coletiva/pública, ainda que independente de observadores particulares (Suchman, 1995).

A literatura sobre legitimidade organizacional possui duas abordagens, de modo geral, estratégica e institucional. A abordagem estratégica trazida por Dowling e Pfeffer (1975); Pfeffer e Salancik (1978); Pfeffer (1981); Ashforth e Gibbs (1990); retrata a legitimidade como um recurso operacional, a organização assume um elevado nível de controle gerencial sobre o processo de legitimação. Já a abordagem institucional trazida por DiMaggio e Powell (1983); Meyer e Scott (1983); Zucker (1987); Meyer e Rowan (1991); retratam a legitimidade como um conjunto de crenças constitutivas externas que constroem e interpenetram a organização em todos os aspectos e determinam como é entendida e avaliada.

As organizações encaram desafios operacionais estratégicos e pressões constitutivas institucionais, por isso devem incorporar essa dualidade em uma imagem que destaca tanto as maneiras em que a legitimidade age como um recurso manipulável, enfatizando a resposta ativa da organização e o papel da agência gerencial e, as maneiras em que atua como um sistema de crenças dados como certos, focando no isomorfismo ou numa nova estrutura e prática institucional, destacando o determinismo ambiental e a resposta passiva da organização (Suchman, 1995; Du, Feng & Lv, 2022).

As organizações podem operacionalizar a legitimidade de diferentes formas, apresentadas na Tabela 1.

Tabela 1

Dimensões da legitimidade organizacional operacionalizáveis pelas instituições formais.

Dimensões da legitimidade Organizacional				
Autores	Regulatória	Normativa	Cultural-cognitiva	Utilitária
Aldrich e Fiol (1994), Hunt e Aldrich (1996)	Sociopolítica: regulatória e moral		Cognitiva	
Aldrich e Ruef (2006)	Sociopolítica: regulatória e moral		Cognitiva	Aprendizagem
Archibald (2004)	Sociopolítica	Cultural		
Ruef e Scott (1998), Scott et al. (2000), Scott (1995; 2008) Stryker (1994)	Regulatória	Normativa	Cultural-cognitiva	
Suchman (1995)		Normativa	Constitutiva	Instrumental
Zimmerman e Zeitz (2002)		Moral	Cognitiva	Pragmática
	Regulatória	Normativa	Cognitiva	

Fonte: Rosson (2016). O que é legitimidade organizacional? **Organizações & Sociedade**, vol. 23, núm. 76, enero-marzo, pp. 110-129.

Rosson (2016) aponta que praticamente as dimensões seguem o enquadramento desenvolvido por Scott (1995) e podem ser entendidas de forma similar, apesar de outros autores apontarem para mais uma dimensão, a utilitária.

Scott (1995) diz que instituições são sistemas multifacetados que são conduzidos e dão forma ao comportamento social, incorporando sistemas simbólicos – construções cognitivas e regras normativas – e processos reguladores.

A legitimidade regulatória ou sociopolítica, tem como base a conformidade com as regras, ou seja, as organizações legítimas são legalmente estabelecidas ou estão de acordo com as leis e regimentos, padrões e expectativas criadas por governos, agências reguladoras, associações profissionais e organizações influentes. Estas organizações, enquanto agentes racionais, buscam responder racionalmente essas regras, para evitarem punições e sanções e consequentemente gozar as prerrogativas que o atendimento a tais regras possa gerar, além de serem condicionais ao grau de legitimidade a ser adquirido pelas instituições (Aldrich & Fiol, 1994; Scott, 1995; Hunt & Aldrich, 1996; Ruef & Scott, 1998; Scott et al., 2000; Zimmerman & Zeitz, 2002; Archibald, 2004; Aldrich & Ruef, 2006; Scott, 2008).

A legitimidade normativa ou sociopolítica normativa/moral deriva de normas (que especificam como as coisas devem ser feitas) e, valores (que concebem quais padrões devem ser utilizados) da sociedade ou do ambiente social relevante para o negócio. Assim, uma organização é apropriada, desejada, possui suas práticas socialmente aceitas e obtém uma avaliação normativa positiva da sociedade e de seus *stakeholders* se atendem a tais normas e valores (Aldrich & Fiol, 1994; Stryker, 1994; Suchman, 1995; Scott, 1995; Hunt & Aldrich, 1996; Ruef & Scott, 1998; Scott et al., 2000; Zimmerman & Zeitz, 2002; Archibald, 2004; Aldrich & Ruef, 2006; Scott, 2008;).

A legitimidade cultural-cognitiva ou simplesmente cognitiva (Stryker, 1994; Aldrich & Fiol, 1994; Scott, 1995; Suchman, 1995; Hunt & Aldrich, 1996; Ruef & Scott, 1998; Scott et al., 2000; Zimmerman & Zeitz, 2002; Archibald, 2004; Aldrich & Ruef, 2006; Scott, 2008), deriva da conformidade com modelos e padrões socialmente aceitos no ambiente organizacional, ou seja, é derivado do conhecimento especializado e explícito, codificado como um sistema de crenças e promulgado por vários profissionais. O elemento básico dessa dimensão é o aspecto simbólico e discursivo empregado nas instituições, indica qual é o “jogo”, a realidade socialmente construída pelos participantes. Assim, as organizações são legítimas se tomam esses modelos e padrões como certos, necessários e inevitáveis.

A legitimidade utilitária trazida por Suchman (1995), Stryker (1994) Aldrich e Ruef (2006), refere-se ao caráter deliberado das organizações em se comportarem de forma esperada por sua audiência ou dentro dos parâmetros estabelecidos por alguma esfera reguladora. É um problema de aprendizagem e não necessariamente relacionado com a pouca legitimidade e sim

com a necessidade das organizações precisarem aprender sobre as normas e regras de determinado ambiente para sobreviverem.

O processo de mudança institucional, necessariamente, envolve mudanças nos julgamentos dos indivíduos sobre a legitimidade das entidades sociais existentes e, conseqüentemente, nas mudanças no comportamento dos indivíduos em relação às entidades, ou seja, deve-se dar atenção aos processos de micronível/intraindividual dos julgamentos da legitimidade, procurando entender como as interações entre os indivíduos constituem a realidade social e determinam o que é considerado aceitável dentro dos sistemas sociais (Tost, 2011).

Embora a legitimidade seja, em última análise, um fenômeno de nível coletivo, é o resultado da legitimidade de nível individual. Os julgamentos e percepções do indivíduo atuam como o “micromotor”, que se aglutinará para construir a legitimidade em nível coletivo. Como é amplamente reconhecido, a legitimidade, em última análise, existe aos olhos de quem vê e pode ser vista como as percepções dos atores sobre a organização, como um julgamento sobre a organização, ou como as conseqüências comportamentais dos dois, demonstradas nas ações dos atores – aceitação, endosso e assim por diante. Organizações de qualquer tipo receberão julgamento e avaliação de diferentes avaliadores (Du, Feng & Lv, 2022).

Du, Feng e Lv (2022) apontam que a legitimidade de uma organização aos olhos dos avaliadores pode ser categorizada, principalmente, em duas, como a percebida pelo governo como reguladores e a percebida por outros atores sociais. Os avaliadores interagem com uma organização percebendo diferentes aspectos e é concluído por meio da legitimidade cognitiva ou legitimidade sociopolítica. A perspectiva do avaliador fornece, assim, uma visão dos fatores sociais e cognitivos, o que é de grande importância para melhorar a legitimidade de uma organização.

Os julgamentos de legitimidade de uma entidade no nível individual podem diferir da validade no nível coletivo. Embora um construto de nível inerentemente coletivo, a validade como a parte objetivada da legitimidade também afeta o processo de avaliação de avaliadores individuais e entrar na cognição dos avaliadores na forma de “dica de validade”, que eles podem usar para formar uma crença subjetiva de validade (Tost, 2011).

Haack, Schilke e Zucher (2020) apontam que Tost (2011) e Bitektine e Haack (2015) foram os primeiros autores a conceituarem legitimidade no nível individual.

De acordo com Tost (2011), a legitimidade em nível individual, por essência, refere-se ao próprio julgamento de um indivíduo. Até que ponto uma entidade é apropriada para seu

contexto social, enquanto a validade para o nível coletivo se refere à medida em que haja consenso dentro de uma coletividade de que a entidade é adequada ao seu contexto social.

O conteúdo dos julgamentos de legitimidade consiste nas crenças e percepções substantivas que influenciam uma avaliação do indivíduo sobre até que ponto uma entidade é apropriada para o seu contexto social. Argumenta que existem três dimensões de conteúdo subjacentes aos julgamentos de legitimidade individual de acordo com os psicólogos sociais: o instrumental, o relacional e moral (Tost, 2011).

Uma entidade é vista como legítima em fundamentos instrumentais, quando se percebe que facilitar as tentativas do indivíduo ou do grupo de alcançar metas ou resultados autodefinidos ou internalizados. Exemplos dessa dimensão incluem percepções ou crenças relacionadas com a eficácia, eficiência ou utilidade da entidade (Hollander & Julian, 1970; Hollander, 1980; Tyler & Lind, 1992; Tyler, 1997).

Um entidade é vista como legítima em fundamentos relacionais, quando se é percebido afirmar a identidade social e auto-estima de indivíduos ou grupos sociais e assegurar que os indivíduos ou grupos são tratados com dignidade e respeito e recebem os resultados compatíveis com seu direito. Exemplos dessa dimensão incluem percepções ou crenças relacionadas à justiça, benevolência ou comunalidade que caracteriza a entidade (Hollander & Julian, 1970; Hollander, 1980; Tyler, 1997).

Por fim, uma entidade é vista como legítima por fundamentos morais, quando se considera compatível com os valores morais e éticos do avaliador. Exemplos dessa dimensão incluem percepções ou crenças relacionadas à moralidade, eticidade ou integridade de uma entidade (Tyler, 1997).

A propriedade é o componente individual da legitimidade e se refere a uma avaliação individual ou um endosso do avaliador sobre um objeto de legitimidade ou a crença do avaliador de que a essência, qualidades ou ações desse objeto são apropriadas para seu contexto social. O termo “objeto de legitimidade” denota a entidade focal que está sendo avaliada, como uma organização, prática ou procedimento (Haack, Schilke & Zucher, 2020).

Os avaliadores normalmente formam julgamentos sobre propriedade de um objeto de modo “passivo”, onde operam como “intuidores” que recorrem quase automaticamente à heurística de julgamento, usando ações de outros, associações, analogias ou semelhanças entre um objeto e outro já legítimo, chegando a um julgamento rápido e sem esforço, mas podem, por alguma condição diferente ou mesmo de um choque exógeno, apresentar uma crença de propriedade de modo mais “ativo”, avaliando de forma mais deliberada e cuidadosa com base em normas e princípios específicos (Haack, Schilke & Zucher, 2020).

Bitektine e Haack (2015) avançaram a visão multinível de legitimidade e desenvolveram uma teoria de como a validade de nível macro molda ou mesmo determina julgamentos e comportamentos de nível micro e como esses julgamentos e comportamentos se unem para constituir validade. Eles destacaram que a estabilidade institucional no nível macro pode ser baseada na heterogeneidade no nível micro “silenciado” de crenças de propriedade, pois os avaliadores individuais podem optar por não divulgar suas crenças de propriedade por medo de sanções sociais, porque eles (às vezes erroneamente) percebem que suas crenças representam uma opinião minoritária. É somente após a remoção dos fatores conducentes ao silenciamento, que o indivíduo avaliador pode revelar suas crenças de propriedade e começar a desafiar o *status quo*.

2.2 TÉCNICAS DE LEGITIMAÇÃO

Suchman (1995) explica que, primeiramente, a organização examina sua configuração de legitimidade, que é determinada pela relação entre os valores da organização e os valores da sociedade, influenciados por diversos fatores sociais, políticos e econômicos enfrentados pela organização. Posteriormente, na hipótese de uma lacuna de legitimidade surgir, impulsionada por diversos fatores ou ameaças de crises específicas, que pode afetar seu *status* de legitimidade, a organização tem de avaliar se deve agir e, em caso afirmativo, decidir sobre qual melhor estratégia empregar.

O autor também afirma que este processo de legitimação, isto é, de realinhamento de valores, é contínuo. Nesse sentido, as organizações agem em prol da legitimação de suas operações e, a depender do cenário de legitimidade enfrentado, necessitam - ganhar, manter ou reparar - gerenciar a legitimidade organizacional. Primeiramente, as organizações necessitam obter a legitimidade (ganho) e depois manter o *status* de legítima (manutenção), mas se não forem hábeis em refletir as mudanças nas expectativas da sociedade deverão agir para reparar a legitimidade (reparação) (Suchman, 1995).

Complementa que como a maioria dos processos culturais, a gestão da legitimidade baseia-se fortemente na comunicação entre a organização e seus diversos públicos. Essa comunicação se estende bem além do discurso tradicional, incluindo uma gama de ações carregadas de significado e exibição não verbal. Assim, a gestão hábil da legitimidade requer um diverso arsenal de técnicas e uma consciência discernente de quais situações merecem respostas e, ainda quais estratégias serão oferecidas à cada dimensão de legitimidade – pragmática, moral e cognitiva (Suchman, 1995).

Estabelecer (ganhar) legitimidade representa estágios iniciais do desenvolvimento de uma empresa e tende a girar em torno de questões de competência, principalmente financeira, mas a organização deve estar atenta aos padrões construídos de qualidade e conveniência, bem como atuar de acordo com padrões aceitos de profissionalismo (Hearit, 1995).

Ganhar legitimidade é uma estratégia proativa para as organizações e pode ser representada pelo esforço para estar em conformidade com os ditames preexistentes no ambiente atual da organização; pelo esforço para selecionar, entre vários os ambientes, o público que vai apoiar as práticas correntes e; pelo esforço de manipular a estrutura ambiental, criando plateias e legitimando novas crenças. Todos esses esforços envolvem uma mistura complexa de mudança organizacional concreta e ainda uma persuasiva comunicação organizacional (Suchamn, 1995).

Manter a legitimidade é a fase que a maioria das empresas geralmente espera estar operando, onde incluem: (1) desempenho contínuo do papel e garantias simbólicas de que tudo está bem e, (2) tentativas de antecipar e/ou prevenir potenciais desafios à legitimidade (Ashford & Gibbs, 1990).

Manter a legitimidade é considerado intermitentemente problemática porque a legitimidade representa um relacionamento com um público, ao invés de ser uma posse da organização. Estratégias para manter a legitimidade podem ser divididas em dois grupos: percebendo mudanças futuras, pelo monitoramento do ambiente cultural para agirem de forma preventiva, mantendo a organização e seu ambiente em estreito alinhamento e; protegendo as realizações passadas, sendo estas, as que exigem mais iniciativa, como policiamento para evitar equívocos, redução dos esforços de legitimação visíveis em favor de técnicas mais sutis e desenvolvendo um arsenal defensivo de apoio de crenças, atitudes e contas (Suchamn, 1995).

A defesa (reparação) da legitimidade se torna necessária se a legitimidade estiver ameaçada por um incidente (interno ou externo) e, portanto, requerem defesa. No sistema capitalista ocidental, quase todas as corporações precisarão defender regularmente sua legitimidade, pelo simples fato de dever cumprir tanto com uma competência exigida pela comunidade quanto satisfazer os interesses dos acionistas, mas muitas vezes isso ocorre às custas das preocupações da comunidade, enquanto, o inverso também é verdadeiro (Ashford & Gibbs, 1990).

Reparar a legitimidade, assemelha-se à tarefa de ganhar legitimidade e representa uma resposta reativa a uma crise imprevista, que recaem sobre os gerentes que envolveram-se em seus próprios mitos de legitimidade, deixaram de notar uma declínio do apoio cultural, falhas de desempenho, interrupção de fluxos de recursos e de repente, os sucessos do passado

tornaram-se obstáculos para o futuro, necessitando de uma reestruturação estratégica (Suchamn, 1995).

Lindblom (1994) complementa que as organizações são percebidas como legítimas quando seus objetivos, métodos de operação e resultados são congruentes com as expectativas daqueles que conferem legitimidade. As diferenças entre a percepção dos gerentes corporativos sobre seu *status* de legitimidade e as expectativas daqueles que o conferem, são chamadas de “lacunas de legitimidade”.

Os motivos que fazem surgir as lacunas de legitimidade, como as expectativas sociais de desempenho corporativo podem ser divergentes da realidade, tornando-se uma prática problemática, também as expectativas da sociedade em relação a esse desempenho mudam, dado aos eventos sociais adversos externos e internos (Chen, Patten & Roberts, 2008).

As técnicas ou estratégias de legitimação são classificadas em substantivas, simbólicas ou mistas (substantiva e simbólica). Dowling e Pfeffer (1975) sugerem que as organizações podem fechar as lacunas de legitimidade (1) modificando seus objetivos, métodos de operação e desempenho para estar em conformidade com as definições de legitimidade predominantes; (2) tentando alterar as definições de legitimidade social, na medida em que a expectativa social se torna congruente com as práticas atuais da organização e/ou; (3) fazer um esforço para identificar ou associar-se a símbolos, valores ou instituições que tenham uma forte imagem percebida de legitimidade social.

Meyer e Rowan (1977) afirmam mais claramente que, em vez de fazer mudanças substantivas, as organizações podem escolher uma estratégia cerimonial de conformidade (mudança simbólica). Ou seja, as organizações podem adotar certas práticas altamente visíveis e relevantes que sejam consistentes com as expectativas sociais, deixando intactas as operações essenciais da organização.

O processo de julgamento de legitimidade individual formulado por Tost (2011) é um processo cíclico de três etapas, duas etapas de sentenças (formação do julgamento e reavaliação do julgamento) e uma etapa adicional na qual o julgamento é usado (Figura 2).

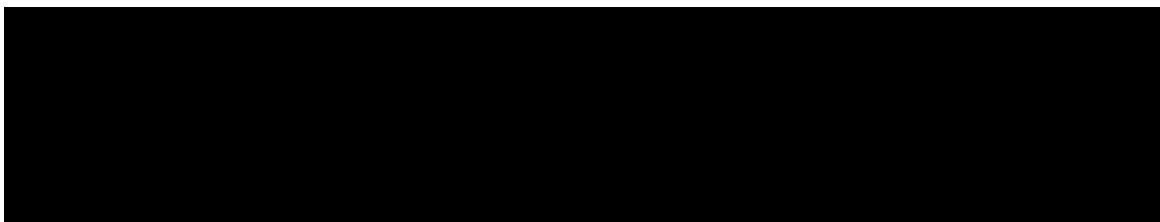


Figura 2. Modelo de processo de julgamento de legitimidade individual.

Fonte: Tost, L. P. (2011). An Integrative Model of Legitimacy Judgments. *AMR*, 36, 686–710.

No estágio de formação de julgamento, que os indivíduos se envolvem em um modo avaliativo ou passivo de processamento de informações, que leva a um julgamento generalizado que representa a entidade como apropriada/legítima (Tost, 2011).

No modo avaliativo, os julgamentos são construídos com base em avaliações da entidade ao longo das dimensões instrumentais, relacionais e/ou morais e, envolve tentativas de criação ativa de julgamentos do ambiente. O modo passivo (mais predominante), em vez de se engajar no processamento de informações com esforço, onde os indivíduos usam pistas de validade como atalhos cognitivos para chegar a um julgamento de legitimidade e/ou assumir passivamente a legitimidade de entidades que se conformam às expectativas culturais, observam autorizações ou endossos de outros e fundamentam seus próprios julgamentos inteiramente sobre essas observações (Tost, 2011).

Uma vez que tal julgamento de legitimidade generalizado é estabelecido, o indivíduo passa para o estágio de uso do processo de julgamento de legitimidade, que está focado na assimilação das informações recebidas e nos estímulos para se conformarem ao julgamento inicial, caracterizado por raciocínio motivado, ou seja, o processo de assimilação ajuda os indivíduos a administrarem a incerteza associada com seus membros sociais e também minimiza a energia cognitiva que deve ser alocada aos julgamentos de legitimidade (Tost, 2011).

A fase de reavaliação é dominada pela motivação de reconsiderar ativamente para fazer avaliações pessoais diligente e ponderadas da legitimidade da entidade, predominando o modo avaliativo e na ponderação dos aspectos instrumentais, relacionais e morais de entidade social, criando um julgamento de legitimidade generalizado. Pode surgir nesta etapa julgamentos de ilegitimidade e, portanto, de mudança organizacional. Uma vez formado um novo julgamento, o indivíduo reentra no estágio de uso. O processo de mudança do estágio de uso para o de reavaliação pode acontecer quando é ativado no indivíduo um “sistema de alarme neural”, onde um “evento choque”, deve fornecer novas informações ou resultados que impedem a assimilação em expectativas existentes (Tost, 2011).

2.3 ACCOUNTABILITY E ACCOUNTABILITY ASCENDENTE

Os negócios representam os interesses dos acionistas e seu desempenho é medido em lucro e crescimento, mas têm sido desafiados por empresários progressistas, ONGs e outros, que exigem que a responsabilidade corporativa se torne mais ampla e profunda trazendo, além

do resultado financeiro, um resultado que abrange a contabilidade social e ambiental. Assim, negócios éticos estão cada vez mais sendo entendidos em termos de cidadania corporativa, que torna as empresas explicitamente responsáveis por bens públicos mais amplos e sua legitimidade depende cada vez mais de fazer isso, ou pelo menos de ser vista tentando fazê-lo (Slim, 2002).

Embora legitimidade e *accountability* não serem a mesma coisa, estão intimamente relacionadas, ou seja, as questões de legitimidade e *accountability* só podem ser respondidas por uma organização, uma vez que ela tenha decidido que tipo de organização deseja ser, em outras palavras, uma vez que esteja definida a natureza exata de seu ativismo (Slim, 2002).

A definição usada por Slim (2002) do termo legitimidade diz que é o *status* particular com o qual uma organização está embutida e percebida a qualquer momento, que a permite operar com o consentimento geral das pessoas, governos, empresas e grupos não-estatais em todo o mundo, ou seja, ela é derivada da moralidade e da lei e gerada por veracidade, suporte tangível e boa vontade mais intangível.

Slim (2002) traz que as fontes principais fontes de legitimidade – derivada da moralidade e da lei – estas estão intrinsecamente ligadas a mecanismos específicos de *accountability*. Se o desempenho é fundamental para a legitimidade de uma ONG, esta deve então encontrar formas convincentes e transparentes de provar a qualidade do seu desempenho. Se a boa vontade e a confiança são cruciais, a ONG deve encontrar formas de avaliar esses bens intangíveis. Se uma ONG afirma que obtém parte de seu mandato através das pessoas que a apoiam e trabalham com ela, então deve ser capaz de demonstrar que está envolvida numa relação significativa com essas pessoas, que garanta que estejam informadas sobre a organização e que elas sejam influentes em suas operações.

Assim, uma definição prática de *accountability* das ONGs possuem três aspectos: reportar, envolver e responder. Slim (2002) define a *accountability* das ONGs como “o processo pelo qual uma ONG se responsabiliza abertamente por aquilo em que acredita, pelo que faz e pelo que não faz, de uma forma que mostra que envolve todas as partes interessadas e responde ativamente ao que aprende”. O fato da *accountability* ser, principalmente, um processo, significa que sua aplicação consiste em conceber e operar mecanismos práticos para torná-la realidade. As definições trazidas por Slim (2002) sobre legitimidade e *accountability* são as consideradas por essa pesquisa, cujo objeto são ONGs.

As ONGs são dependentes de uma reputação sólida para manter a legitimidade e proteger o acesso às bases de financiamento. Uma maneira delas responderem a possíveis ameaças de legitimidade é demonstrar *accountability* por meio da divulgação de relatórios

anuais, identificado como documento chave para a prestação de contas e uma das principais janelas de desempenho organizacional e atividade (Conway, O’Keefe & Hrasky, 2015).

Cavill e Sohail (2007) definem que *accountability* é “diferente para pessoas diferentes”, dependendo do contexto e finalidade para qual é solicitada. No entanto, não é simplesmente uma questão técnica, é um instrumento de política e poder e, incentiva uma mudança de conduta, comportamento e valores profissionais.

Ebrahim (2003) sugere abordagem ampla da *accountability*, caracterizando-a não como meio pelo qual indivíduos e organizações são responsabilizados, mas também como o qual organizações e indivíduos assumem responsabilidade de moldar suas ações, missão e valores, por se abrirem ao julgamento público ou externo e por avaliar o desempenho em relação às metas.

O conceito no Brasil começou da suspeita de um elo entre *accountability* e a necessidade de proteger os cidadãos da má conduta burocrática. Enquanto tema relevante, o conceito está relacionado com a questão dos direitos dos cidadãos.

Frederich Mosher (*Democracy and the public service*) publicou em 1968 sobre a compreensão da *accountability* como sinônimo de responsabilidade ou obrigação de responder por algo: conceito oposto responsabilidade subjetiva. A partir de então, a *accountability* começou a ser entendida como questão de democracia e quanto mais avançado o estágio democrático, maior o interesse por ela (Campos, 1990).

No contexto brasileiro, Pinho e Sacramento (2009) verificaram se as alterações políticas, sociais e institucionais aqui ocorridas, contribuíram para que a tradução da palavra *accountability*, até então ausente, se fortalecesse.

Deste modo, constatou-se que o significado do conceito, de acordo com os dicionários, envolvia responsabilidade (objetiva e subjetiva), controle, transparência, obrigação de prestação de contas, justificativas para as ações que foram ou deixaram de ser empreendidas, premiação e/ou castigo, mas ainda é um conceito em construção, como o de nação e está dentro dos parâmetros da democracia como valor universal (Pinho & Sacramento, 2009).

Para ONGs, o termo refere-se a formas mais amplas de prestação de contas pelos impactos que suas ações de têm ou podem ter, em entidades, indivíduos e no meio ambiente, envolvendo uma gama maior de partes interessadas também chamada de *accountability* holística. Expande-se assim o conceito de *accountability* hierárquica, que se traduz prestação de contas do desempenho, de curto prazo e oportunista, às partes interessadas que controlam o acesso aos recursos-chave da organização (Dainelli, Manetti & Sibilio, 2013).

Brinkerhoff (2001) por meio de um documento da Agência Internacional de Desenvolvimento dos Estados Unidos, concluiu que existe uma *accountability* relacionada às finanças (utilização de recursos, orçamento, contabilidade, auditoria, cumprimento de leis, regras e regulamentos, etc) e outra relacionada ao desempenho (cumprimento de metas acordadas com foco em serviços, produtos e resultados, etc). Por conseguinte, existem dois lados da equação de desempenho: primeiro, as metas e objetivos que a organização estabelece e está tentando alcançar e; segundo, os produtos, resultados e impactos reais da organização em relação a esses objetivos (Saxton & Guo, 2011).

Dainelli, Manetti e Sibilio (2013) afirmam que existe uma terceira dimensão, além da financeira e de desempenho, que seria de *accountability* política, que se refere aos procedimentos e mecanismos que garantem que a organização cumpra com a confiança do público, envolva as partes interessadas, respondendo às suas expectativas e necessidades legítimas.

Uma definição funcional de *accountability* trazida por Slim (2002) diz que é o processo pelo qual uma ONG se responsabiliza abertamente pelo que acredita, o que faz e o que não faz, de uma forma que mostre o envolvimento de todas as partes interessadas e responda ativamente ao que aprende.

Cavill e Sohail (2007) distinguem entre duas tendências na literatura sobre *accountability* de ONGs, a prática e a estratégica. A *accountability* prática está preocupada com a evidência de resultados de curto prazo, atendendo aos padrões de qualidade e contabilização dos recursos gastos. Assim, pode ser vista como uma forma de legitimar e reproduzir a ONG, em vez de alcançar mudanças políticas e sociais duradouras. Exemplos incluem auditorias, garantia de qualidade (*assurance*), metas quantificáveis, instrumentos técnicos e indicadores de desempenho.

Já a *accountability* estratégica, a responsabilização trabalha com as causas e efeitos da pobreza e da marginalização e, está associada à mudança política nas relações de poder existentes e nas relações sociais e fatores estruturais econômicos subjacentes à pobreza. Exemplos incluem movimentos populares, manifestações, lobby e desobediência civil (Cavill & Sohail, 2007).

A *accountability* é frequentemente identificada com um dever de fornecimento de informações e com a justificativa da atividade da organização, mas sua definição também se refere à especificação do porquê e para quem se faz.

Para Ebrahim (2003) a *accountability* contempla cinco categorias amplas de mecanismos (ferramentas e processos) usados pelas ONGs: (i) declarações e relatórios de

divulgação; (ii) avaliações de desempenho (*performance*) e estimativas futuras; (iii) participação; (iv) autorregulação e; (v) auditorias sociais.

Também aponta três tipos de atores para quem a *accountability* é direcionada: (i) ascendente - doadores, financiadores, conselho de administração e governos; (ii) descendente - grupos aos quais as ONGs prestam serviços/beneficiários que também podem ser comunidades ou regiões impactadas pelos programas e (iii) interna - que inclui a responsabilidade da ONG perante si mesma, sua missão e equipe (Ebrahim, 2003).

Cavill e Sohail (2007) acrescentam ao trabalho de Ebrahim (2003) um quarto ator para quem a *accountability* é direcionada - a horizontal, que se refere ao atendimento de padrões e valores para manutenção da reputação do setor, para pares e colegas profissionais, de ONG para ONG, como autorregulação, melhorando boas práticas, também para evitar controles estatais.

As categorias dos mecanismos de *accountability*, a classificação como ferramenta e/ou processo e ainda para quem é produzida, de acordo com Ebrahim (2003) estão descritas na Tabela 2.

Tabela 2

Categorias dos mecanismos de *accountability* (processos e ferramentas) e para quem é produzida.

Categoria de Mecanismos de <i>Accountability</i>	Definições	Prestação de contas para quem?
Declarações e relatórios de divulgação FERRAMENTA	Estão entre as ferramentas mais usadas e exigidas pelas leis federais/estaduais em muitos países. Sua natureza os torna acessíveis e permitem algum grau de <i>accountability</i> aos doadores, clientes, mas parte enfatiza os relatórios ascendentes de dados financeiros e indicação limitada para a <i>accountability</i> descendente e potencial pequeno de assunção da responsabilidade interna. Auditorias independentes são, às vezes, utilizadas pelas ONGs para validar esses relatórios.	Ascendente para financiadores e agências de supervisão. Descendente (em menor grau) para clientes ou membros que leem os relatórios.
Avaliações de desempenho (<i>performance</i>) e estimativas futuras FERRAMENTA	É útil distinguir entre avaliações externas e internas. As externas se concentram em resultados de curto prazo da intervenção de ONGs ou resultados de médio e longo prazo e, nas internas, os funcionários avaliam seu progresso, seja em relação aos objetivos dos programas financiados ou às metas e missão internas.	Ascendente para financiadores. Descendente para comunidades e aumento do potencial de vigilância dos financiadores para com as ONGs.
Participação PROCESSO	A participação é distinta de avaliações e relatórios, faz parte das rotinas e é dividida em quatro níveis. 1) consulta com líderes e membros da comunidade, mas o poder de decisão permanece com quem planeja; 2) envolvimento do público em atividades reais relacionadas ao projeto e pode estar na forma de contribuição da comunidade para mão de obra e fundos para a implementação do projeto e, possivelmente, na manutenção de serviços ou instalações; 3) cidadãos capazes de negociar decisões com ONGs ou agências estatais, ou mesmo ter poder de veto sobre as decisões, onde exercem maior controle sobre os recursos locais e atividades de	Aumento do potencial de vigilância dos financiadores para com as ONGs. Descendente de ONGs para clientes e comunidades. Internamente às próprias ONGs.

	desenvolvimento e; 4) próprias iniciativas das pessoas que ocorrem independente dos projetos patrocinados por ONGs e pelo Estado.	
Autorregulação PROCESSO	Esforços de ONGs ou redes de entidades sem fins lucrativos nacionais e internacionais para desenvolver padrões ou códigos de comportamento e desempenho para resgatar a imagem do setor e evitar regulamentação governamental potencialmente restritiva e, assim, recorreram a várias formas de autorregulação por meio de códigos de conduta, ouvidorias e outras vias.	Para as próprias ONGs, como setor. Aumento do potencial descendente para clientes e ascendente para doadores.
Auditorias sociais FERRAMENTA E PROCESSO	Processo pelo qual uma organização avalia, relata e aprimora seu desempenho e comportamento ético por meio do diálogo com as partes interessadas. Combina ferramentas (uso de divulgações e avaliações) com processos (participação de partes interessadas). Uma auditoria social melhora a <i>accountability</i> ascendente e descendente somente se seus usuários incorporarem as partes interessadas ao diálogo, no desenvolvimento de indicadores e avaliação de desempenho.	Para as próprias ONGs (vinculando valores à estratégia e desempenho) Descendente e ascendente a todas as partes interessadas.

Fonte: Ebrahim, A. (2003). Making sense of accountability: Conceptual perspectives for Northern and Southern nonprofits. **Nonprofit Management and Leadership**, 14(2), 191-212.

Ebrahim (2003) examina os elementos do gerenciamento organizacional e aponta que as Declarações e Relatórios de Divulgação e Avaliações de Desempenho e Estimativas Futuras são usadas para a *accountability* ascendente de ONGs (para doadores), embora as avaliações de desempenho tenham potencial para a *accountability* descendente, tornando as ONGs responsáveis perante financiadores e comunidades. Apesar dos financiadores exigirem que as ONGs dialoguem com a comunidade na avaliação de projetos, raramente buscam informações das ONGs na avaliação de si mesmas (Mecanismo de Autorregulação).

Da mesma forma, a participação concebida pelas ONGs como ferramenta de *accountability* às comunidades (descendente), recebeu pouca atenção para aumentar a capacidade de resposta dos financiadores. Por fim, as auditorias sociais conjugam ferramentas e processos que vinculam valores à estratégia e desempenho, são usadas para a *accountability* interna e consideradas *accountability* ascendente e descendente se houver o diálogo das partes interessadas com a prestação de contas (Ebrahim, 2003).

Com o objetivo de desenvolver uma estrutura conceitual (*Framework*), Cavill e Sohail (2007) apontam que a *accountability* pode ser definida com base na qualidade da informação, no poder e na ação. Essas três qualidades podem levar à melhoria nos resultados, mas há *trade-offs* entre eles que levam a perdas (de curto prazo) do desempenho.

A qualidade da informação impõe às ONGs a obrigação de informar sobre suas atividades, reduzindo os custos de transação para os seus clientes, monitorando seu desempenho, como o uso de sites para fornecer feedback. O poder está entre aqueles que podem pedir uma explicação e aqueles que devem explicar suas ações e corrigir sua situação, os seja,

há um desequilíbrio de poder no contexto das ONGs. Já a ação diz respeito às chamadas para prestar contas sobre algo que fizeram ou não fizeram para que a confiança que a população investiu, não ser minado (Cavill & Sohail, 2007).

O modelo de Estrutura Conceitual proposta por Cavill e Sohail (2007) permite às ONGs trabalharem sua missão e valores em políticas e práticas (Tabela 3).

Tabela 3

Modelos, formas e qualidades da *accountability*.

Como isso pode ser alcançado?	Exemplos das três qualidades essenciais da <i>accountability</i>			
Qualidade ⇌ Forma ↓	Modelo de <i>Accountability</i>	Informação	Ação	Poder
<i>Accountability</i> descendente	Prática	As ONGs explicam ou justificam suas atividades aos parceiros, aqueles a quem prestam serviços ou falam em nome.	ONG melhora seu desempenho para garantir a satisfação do cliente.	A ONG envolve os beneficiários na concepção, desenvolvimento, implementação e avaliação do trabalho nos aspectos dos projetos.
	Estratégica	A informação é usada pelas partes interessadas para efetuar mudanças políticas e sociais duradouras.	ONG toma medidas para resolver as causas estruturais da pobreza.	A ONG aumenta o poder de barganha dos clientes e os envolve nas tomadas de decisões estratégicas do trabalho.
<i>Accountability</i> horizontal	Prática	As ONGs coletam e compartilham informações do processo de revisão, avaliação e planejamento para alcançar a eficiência.	A ONG garante que suas atividades atendam aos padrões de qualidade para manter os padrões profissionais e a reputação do setor.	A ONG trabalha em coalizões e parcerias com outras do setor, embora a competição por recursos e a desigualdade/ desequilíbrio de poder entre os parceiros reduzam a eficácia.
	Estratégica	As informações do processo de revisão, avaliação e planejamento são usadas como uma ferramenta de aprendizado dentro da organização e usadas para fazer melhorias setoriais em seus esforços para cumprir as missões.	ONG estabelece vínculo entre o desempenho e o cumprimento da missão.	Além de capacitar os clientes, as ONGs também capacitam os colegas dentro do setor (em vez de competir com eles por recursos, projetos, beneficiários, cobertura da mídia 'territorial' etc.).
<i>Accountability</i> ascendente	Prática	A ONG reporta aos financiadores e agências de supervisão para	ONG toma medidas para melhorar as atividades de acordo com a	ONG entrega poder a órgãos de fiscalização.

		demonstrar valor para dinheiro.	política /recomendação do doador.	
	Estratégica	As ONGs fazem lobby por mudanças nos sistemas de planejamento e relatórios dos doadores.	A ONG trabalha pela mudança das desigualdades sociais e econômicas que existem no ambiente de atuação.	As ONGs demonstram responsabilidade para com os beneficiários, ou seja, tratam-nos como diretores.
<i>Accountability Interna</i>	Prática	Os funcionários têm conhecimento da missão e dos valores organizacionais.	Prestação de contas do pessoal aos indicadores de eficiência e eficácia.	<i>Accountability</i> como forma de legitimação e reprodução da ONG.
	Estratégica	Responsabilidade do pessoal com a missão e os valores organizacionais.	Os funcionários trabalham para os objetivos estratégicos da ONG.	Responsabilização como forma de alcançar mudanças sociais e políticas duradouras.

Fonte: Cavill, S. & Sohail, M. (2007). Increasing strategic accountability: A framework for international NGOs. **Development in Practice**. 17. 231-248.

Para as ONGs, a forma mais comum de *accountability* é a ascendente, que significa a prestação de contas e responsabilidade de uso dos recursos para aqueles que provêm os fundos e querem saber como o dinheiro foi gasto.

A abordagem das partes interessadas, fornecem um meio teórico claro de priorizar demandas de *accountability* para algumas partes interessadas, se ocorrer um choque de preferências. No entanto, não importa o quão convencidas sejam as entidades ou outras pessoas, de que as ONGs devem prestar contas principalmente às partes interessadas mais afetadas por suas ações (beneficiários/clientes), isso não muda a realidade de que os beneficiários/clientes, geralmente têm pouco poder de força sobre as ONGs. Também não muda a realidade de que os doadores, por exemplo, geralmente têm um poder considerável sobre as ONGs, embora seus desejos possam não estar totalmente alinhados com as missões individuais ou com os interesses ou preferências aparentes dos beneficiários/clientes dessas instituições (Hugues, 2014).

Candler (2010) afirma que o controle final sobre as ONGs está nas mãos dos doadores. Eles podem, dando ou retendo dinheiro ou outros recursos, exercer o instrumento contundente de controle financeiro. Como resultado, os doadores são rotineiramente identificados como as partes interessadas importantes, não problemáticas e bem discutidas existentes na literatura sobre *accountability* de ESFL.

A expressividade das organizações do Terceiro Setor no mundo gera estudos que justificam um maior e melhor conhecimento da realidade dessas entidades nas diversas ciências e a importância da temática sobre *accountability*. A partir disso, diversas pesquisas emergiram

e autores buscaram compreender a *accountability*, transparência, evidenciação, prestação de contas e, principalmente, o atendimento às Normas de Contabilidade Brasileiras (NBCs) aplicadas às ESFL no Brasil.

Silveira e Borba (2010) analisaram a conformidade das notas explicativas (NE) com as normas contábeis estabelecidas às fundações da área de Educação e Pesquisa de Santa Catarina e, encontraram que o nível de conformidade de 67%, havendo necessidade de aprimorarem a transparência e conscientização da utilização das normas específicas às NE relacionadas às fundações brasileiras.

Carneiro, Oliveira e Torres (2011) realizaram um diagnóstico sobre a prestação de contas sob à luz da *accountability*, transparência e a importância dos demonstrativos financeiros (DF) em organizações do Terceiro Setor da cidade de Vilhena/RO. O resultado apontou que as ONGs atribuem importância à transparência e à prestação de contas, porém, é possível verificar que é baixo o número de entidades que dirigem e divulgam sua prestação à sociedade e a fazem como forma de firmar novos convênios e acordos e, manterem os já existentes.

Piza, Parisi, Megliorini e Gallo (2012) analisaram as práticas contábeis de entidades do Terceiro Setor e compararam com as Normas Brasileiras de Contabilidade (NBC) de seis ONGs da cidade de São Paulo/SP de diferentes tamanhos e atividades no ano de 2010. Os resultados da pesquisa verificaram que as necessidades e práticas contábeis das entidades implicam em aderência parcial às NBCs, como razão de terem foco em empresas comerciais e pouco agregam para a mensuração e evidenciação das atividades das ONGs. Mas há preocupação em auditar as DF e em se fazer a prestação de contas para todas as partes interessadas.

Campos, Moreira e Scalzer (2014) explicaram o uso das DF e relatórios complementares na prática da prestação de contas por organizações - listadas pelo Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE) - do Terceiro Setor no Brasil, para o usuário externo. Os resultados são preocupantes já que somente seis das quatorze entidades analisadas publicaram todas as demonstrações obrigatórias, há mais ênfase na publicização da DRE e Relatório dos Auditoria e menos na DFC e NE. Por fim, verificaram que há uma correlação positiva entre o resultado líquido superavitário e também o patrimônio social ativo e o nível de *disclosure*.

Gollo, Schulz e Rosa (2014) identificaram a adequação de entidades do Terceiro Setor no que tange às NBCs e para isso, analisaram 46 entidades de Santa Catarina entre 2009 e 2011. Os resultados demonstram que o índice geral de evidenciação para os 3 anos é de 51,73%, ficando longe do ideal.

Outro achado é de que a estrutura padronizada pelo Ministério Público Brasileiro para a divulgação das informações contábeis não aborda todas as obrigаторiedades trazidas pela

normatização e leva as entidades a divulgarem o necessário para a prestação de contas ser aceita pelo sistema, não incentivando a divulgação para além da obrigatória (Gollo, Schulz & Rosa, 2014).

Brito e Perez (2014) sistematizaram como as organizações do Terceiro Setor, da área de assistência social, em Santos/SP, prestam contas de suas atividades. Os autores constataram que todas as instituições consideram que zelam pela transparência e credibilidade de seus projetos sociais desenvolvidos junto à comunidade, praticando *accountability* por meio de relatórios, publicação de balanços, DF e ofícios, embora suas práticas estejam dirigidas aos financiadores.

Araújo, Carneiro, Lovo e Silva (2015) identificaram o nível de evidenciação das entidades do Terceiro Setor que possuem o título de Utilidade Pública Federal (UPF) no Estado de Rondônia/AC, a partir de um constructo, o qual contém um *checklist* composto por 63 itens, destes, 53 baseados no Pronunciamento Técnico CPC 26 e 10 itens baseados na norma NBC T 10.19. Os resultados encontrados evidenciam que estas ONGs apresentam um nível médio de evidenciação de 41% das informações avaliadas, o que denota a não percepção por parte das entidades da importância da transparência e detalhamento de suas ações e da relação que esta possui com a captação de recursos.

Rota et al (2015) identificaram o nível de transparência na aplicação das normas contábeis e legislações das DFs das ONGs do Terceiro Setor de Passo Fundo/RS. Os resultados evidenciaram que as organizações que possuem contabilidade interna possuem maior nível de adequação às legislações vigentes (48%) e, as que possuem contabilidade externa, 52% apresentaram alguma falha, não atendendo às exigências legais. Percebeu-se que 43% das entidades que são auditadas, aplicam adequadamente as normas vigentes. Cabe ressaltar que 28% das organizações não tornam públicas suas DFs e, portanto, existe oportunidades de melhorias na elaboração e divulgação das informações financeiras pelas ONGs.

Zittei, Polítelo e Scarpin (2016) identificaram o nível de evidenciação das ONGs do Estado do Rio Grande do Sul, participantes do projeto de Desenvolvimento de Princípios de Transparência e Prestação de Contas em Organizações da Sociedade Civil – BID, usando o mesmo *checklist* de Araújo, Carneiro, Lovo e Silva (2015). O nível médio de evidenciação das entidades participantes foi de 27% e enfatizam a evidenciação das informações qualitativas e apresentam informações quantitativas de maneira sintética em sua maioria.

Silva, Silva, Drumond e Valadares (2017) verificaram os procedimentos de análise das prestações de contas, através do SICAP (Sistema de Cadastro e Prestação de Contas) do Ministério Público, das fundações de direito privado de Belo Horizonte/MG. Os autores concluíram que há erros e divergências na prestação de contas das instituições e, em sua

maioria, referem-se ao preenchimento dos DFs, não atendendo, muitas vezes, às normas específicas das ESFL. Tais erros e divergências se referem também a normas e princípios gerais de Contabilidade, o que compromete a possibilidade de responsabilização pelas fundações, assim como os Promotores de Justiça e os mantenedores, verificarem a situação econômica, financeira e patrimonial das mesmas.

Soares, Casagrande e Silva (2019) analisaram o grau de conformidade das DFs da fundação Universidade do Sul de Santa Catarina com as normas contábeis aplicadas ao Terceiro Setor. Os resultados indicaram nível geral de conformidade das DFs de 85%, que apesar de ser um percentual razoável, observa-se uma quantidade de itens relevante não informados, confirmando a necessidade de aprimorar a evidenciação contábil, utilizando-se das normas específicas relacionadas às fundações.

Melo e Azevedo (2019) verificaram o nível de conformidade de organizações do Terceiro Setor à ITG 2002 (R1) / 2012, utilizando como busca das informações, os *sites* oficiais. Os resultados apontaram que as entidades associadas à ABONG estão com nível de 51,25% de conformidade, sendo que 75% das ONGS disponibilizaram as DFs com destaque para a DRE como demonstração mais publicada.

Nascimento Júnior e Leitão (2020) identificaram o nível de evidenciação das DFs – de acordo com o ITG 2002/2015 nos *websites* de instituições do Terceiro Setor no Brasil, que receberam o selo de “ONG Transparente” do Instituto Doar de 2016 a 2018. Verificaram que há evolução, pois 66,7% das ONGs cumpriram o requisito exigido no item DF, divulgando em no mínimo 1 dos 3 anos analisados e entendem que há razoável nível de evidenciação contábil em comparação a estudos anteriores, mas podem melhorar na transparência.

Santana e Azevedo (2020) analisaram a conformidade da evidenciação contábil das ESFL, portadoras de Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social (CEBAS) em Feira de Santana, à luz das NBCs, mediante adoção da ITG 2002 (R1). Os resultados mostraram um nível parcial de atendimento à ITG 2002 (R1) de 79% quanto aos DFs e, os itens de evidenciação contábil dentro desses demonstrativos foi 53%. Entretanto os achados revelam que as áreas de gestão administrativo-financeira das CEBAS não priorizam elaborar e divulgar as informações contábeis para uso ou para prestar contas aos diversos usuários.

Souza, Lima, Vendramin e Pereira (2021) analisaram se o nível de *disclosure* praticado por ESFL mostra-se alinhado à importância atribuída por doadores e gestores à divulgação voluntária de informações, através da construção de um Índice de *Disclosure* via *Website* (WDI) e aplicado numa ONG de Campo Grande/MS. Os achados evidenciam que o nível médio de divulgação de informações gerais é de 56,51%, o de informações contábeis é de apenas 7,69%

e o de informações de desempenho é de 19,23%, embora exista uma alta convergência entre as percepções de doadores e gestores sobre a importância dessas informações. Ainda, observou-se o alinhamento parcial entre essas percepções e os índices praticados, sendo alto o grau de alinhamento das informações gerais e baixo o grau de alinhamento de informações contábeis e de desempenho.

A partir dos estudos citados, nota-se uma similaridade quanto ao tipo de informação coletada pelos autores, que se referem às práticas contábeis, com foco nas Demonstrações Financeiras em ONGs brasileiras que possuem o título de CEBAS ou UPF ou associadas à uma organização ou programa como ABONG e BID. Alguns poucos estudos adicionaram ao escopo informações coletas para além das normas contábeis, os que fizeram, estudaram ONGs de uma cidade ou estado específico.

O que vai de encontro com a lacuna dessa pesquisa, que amplia a busca, não só das informações, que podem traduzir uma *accountability* para as diversas partes interessadas, com foco nos financiadores e doadores, que exercem o controle financeiro nessas instituições e que são rotineiramente identificados como as partes interessadas importantes, mas também amplifica o número de ONGs avaliadas, espalhadas por todas regiões e atuantes em diversos setores de prestação de serviços, trazendo um panorama da *accountability* produzida e publicizada na *internet* pelo Terceiro Setor no Brasil.

2.4 VISIBILIDADE DA MÍDIA E A PRESSÃO POR *ACCOUNTABILITY*

No contrato social firmado entre a sociedade e as organizações, há assimetrias de informações. A assimetria ocorre quando, em uma transação, existem diferentes níveis de informação entre as partes envolvidas, afetando a qualidade da informação. Da assimetria informacional deriva-se as pressões públicas – sociais e políticas – por transparência e *accountability*. A evidência de informações representativas dessa transparência e *accountability*, minimiza tais pressões e riscos à legitimidade organizacional (Dowling & Pfeffer, 1975; Lindblom, 1994).

Hybels (1995) argumenta que bons modelos na teoria da legitimidade, devem examinar as partes interessadas relevantes e como cada uma influencia o fluxo de recursos cruciais para o estabelecimento, crescimento e sobrevivência das organizações, seja por meio de controle ou pela comunicação de boa vontade (ou voluntária). O autor identifica quatro partes interessadas organizacionais, cada uma controla um número de recurso (Tabela 4).

Tabela 4

Partes Interessadas Organizacionais Críticas

Parte Interessada	Recursos Controlados
(1) O Estado	Contratos, concessões, legislação, regulamentação, impostos.
(2) O Público	Patrocínio (como cliente), suporte (como interesse da comunidade), trabalho.
(3) O Financeiro da comunidade	Investimento.
(4) A Mídia	Poucos “recursos diretos”; no entanto, pode influenciar substancialmente as decisões das partes interessadas (2) e (3) (se não (1))

Fonte: Hybels, R. C. (1995). On Legitimacy, Legitimation, and Organizations: A Critical Review and Integrative Theoretical Model. *Academy of Management Journal*, Special Issue: Best Papers Proceedings, pp. 241 – 245.

Os julgamentos dos cidadãos funcionam como instrumentos sociais para a construção da legitimidade organizacional considerada não como um ativo de propriedade de uma organização, mas como julgamento, em relação a essa organização, proferido por indivíduos no nível micro e por atores coletivos no nível macro. Consequentemente, um julgamento de legitimidade resulta de atores sociais engajados na comunicação, individualmente ou em grupo, que influenciam uma organização de forma positiva ou negativa (Bitektine & Haack, 2015; Tost, 2011).

Palazzo e Scherer (2006) apontam que os meios de comunicação de massa representados pela mídia, desempenham um papel crucial como guardiões da informação. Eles às vezes puxam os discursos públicos em diversas direções. No entanto, a manipulação e o *gatekeeping* (controle/limitante) do poder dos canais de TV e jornais pode ser compensado pela internet com seu efeito de democratização. A *internet* não apenas fornece fontes adicionais de informação, como também desempenha um papel fundamental na formação das associações da sociedade civil e suas estratégias de campanha. Assim, o papel dos meios de comunicação de massa e a *internet* representam campo interativo de discurso público.

A mídia convencional tem sido tradicionalmente as plataformas mais eficazes para as ONGs divulgarem suas mensagens, mas as mídias sociais substituem esses meios tradicionais de comunicação, melhorando o processo de troca de informações entre as organizações e as partes interessadas (Alonso-Cañadas, Galán-Valdivieso, Saraite-Sariene, & Caba-Perez, 2019). O aumento da atenção da mídia pode levar ao aumento das pressões de qualquer uma das três fontes: insatisfação do público, nova proposta de ação política e maior supervisão regulatória (Patten, 2002).

A mídia indica o tamanho da participação da sociedade na legitimação das organizações, refletindo e influenciando a opinião pública (Deegan, 2002). A cobertura da mídia aumenta a visibilidade da ONG ao convidar o público a monitorar o cumprimento do contrato social. A

pressão vem de ambientes sociais, culturais, políticos, éticos ou legais e, a resposta da organização a eles, influencia esses ambientes. De acordo com a Teoria da Legitimidade, a divulgação da responsabilidade social por meio da *accountability* é uma resposta a essa pressão (Patten, 2002).

Candler (2010) traz que a mídia pode ser distinguida de maneira útil do público para o qual as ONGs se comunicam e destacam o papel da mídia como “cães de guarda” da improbidade das ESFL. As partes interessadas investem mais confiança nas ONGs que compartilham mais informações pelo vários de meios de comunicação e a mídia desempenha um papel importante na formação da percepção do público (Nazuk & Shabbir, 2018).

O poder da mídia foi observado por vários pesquisadores como Hughes (2014) que com base em uma análise quantitativa do conteúdo de artigos do *Irish Times*, investigou como as ONGs de assistência e desenvolvimento irlandesas foram vinculadas aos conceitos de legitimidade e *accountability* entre 1994 e 2009.

O autor verificou que a cobertura da mídia em relação à *accountability* é maior do que em relação à legitimidade e, essa tendência se aplicou tanto à cobertura como um todo quanto à cobertura contendo referências atribuídas especificamente às ONGs. O destaque da cobertura do jornal provavelmente influenciará a importância que os leitores atribuirão a diferentes questões. Portanto, se houver mais referências à *accountability* das ONGs do que à legitimidade das ONGs, é mais provável que os leitores pensem e avaliem as ONGs em termos de *accountability* e não de legitimidade (Hughes, 2014).

Tremblay-Boire e Prakash (2015) verificaram que a visibilidade da mídia está associada às propensões de ONGs divulgarem informações de *accountability* em seus *websites* organizacionais. A visibilidade da mídia é dada pelo número de artigos por ano, do banco de dados jornalístico *LexisNexis Academic*.

Nazuk e Shabbir (2018) examinaram as práticas de divulgação seguidas por ONGs no Paquistão, através do Índice de Divulgação *Online* criado pelos autores. Foram analisadas como essas práticas estão vinculadas ao status da ONG (local ou internacional), tamanho da organização (única ou com filiais) e visibilidade do jornal. Os resultados mostraram que ONGs com filiais, status internacional e com maior visibilidade da mídia são significativas. Pode-se constatar que quase 65% das ONGs são destaque nos jornais, enquanto 35% não, assim, o papel da mídia foi positivo, pois as ONGs que aparecem nos jornais produziram melhores notas de divulgação do que as que não aparecem.

Islam, Dissanayake, Dellaportas e Haque (2019) utilizaram divulgações organizacionais antissuborno e uso das teorias da definição da agenda da mídia e da legitimidade e, afirmam

que a mídia, reguladores como Estado e, ONGs, atuam como intermediários na coordenação e comunicação de preocupações globais entre empresas e seus *stakeholders*. Para os relatórios da mídia, os autores utilizaram o banco de dados da *Dow Jones FACTIVE* e verificaram que as divulgações corporativas antissuborno estavam significativamente associadas à atenção da mídia e às iniciativas de ONG reguladoras.

A visibilidade da mídia, nesta pesquisa, pode ser definida como a cobertura da mídia – considerada como o veículo, espaço ou canal, onde uma mensagem é transmitida e onde o conteúdo apresentado parte do emissor em direção ao interlocutor e, tem o objetivo de estabelecer certo nível de comunicação (definição de Marshall McLuhan de 1964) – em relação às ONGs e que podem ser encontradas na *internet*.

A partir do exposto, formulou-se a primeira hipótese:

H1: Há efeito positivo da visibilidade da mídia na *accountability* ascendente das ONGs brasileiras.

Alonso-Cañadas, Galán-Valdivieso, Saraite-Sariene e Caba-Perez (2019) afirmam que organizações bem-posicionadas na sociedade, geralmente, têm bom histórico e valiosa reputação, que surge quando as ONGs demonstram sua *accountability* ao longo dos anos, realizando programas e atividades compatíveis com suas missões. A preservação desse status depende principalmente da confiança depositada pela sociedade nessas ONGs e, portanto, essas instituições devem explorar os mecanismos que lhes permitam manter ou melhorar sua imagem e legitimidade entre as partes interessadas.

Assim, a identificação de fontes de legitimidade leva ao argumento de que as ONGs podem instituir estratégias para gerir a sua legitimidade, influenciando ativamente a forma como são percebidas. Além disso, deve articular junto às partes interessadas com o objetivo de influenciá-las (Hughes, 2014).

As teorias da mídia sugerem que a quantidade e o destaque da cobertura dos jornais provavelmente influenciarão a importância que os leitores atribuirão a determinados assuntos. Embora a influência das ONGs na cobertura dos jornais claramente não possa ser absoluta, parece aconselhável que as ONGs dediquem esforços consideráveis para influenciar a cobertura dos jornais na promoção de seus objetivos (Hughes, 2014).

2.5 DOAÇÕES RECEBIDAS PELAS ONGS

O setor sem fins lucrativos é significativo na economia dos Estados Unidos, onde aproximadamente 1,54 milhão de ESFL foram registradas no *Internal Revenue Service* (IRS) em 2016, um aumento de 4,5% em relação a 2006. O setor contribuiu com cerca de US\$ 1.047 trilhão para a economia americana em 2016, compondo 5,6% do produto interno bruto (PIB) do país (Urban Institute, 2019).

Em 2018, o total de doações privadas de indivíduos, fundações e empresas totalizou US\$ 427,71 bilhões. Em 2020, o total estimado de doações de caridade nos Estados Unidos foi de US\$ 471,44 bilhões (*Giving USA*, 2018), além da resposta nacional e global ao COVID-19, no período em que ocorreram múltiplos eventos sociais, políticos e ambientais que motivaram as pessoas a fazerem doações beneficentes.

Em 2016, no Brasil, as Fundações Privadas e Associações Sem Fins Lucrativos - FASFIL respondem por 4,3% (236.950) do total de unidades locais de organizações públicas e privadas, lucrativas e não lucrativas ativas. As entidades de maior porte (com 100 ou mais pessoas assalariadas) concentraram-se na Região Sudeste, totalizando 58,3% e as entidades com 100 ou mais assalariados são, geralmente, as mais antigas, 48,4% foram criadas antes da década de 1980 (IBGE, 2019).

As medidas de saúde de distanciamento social implementadas para conter o avanço da pandemia da Covid-19 no Brasil fez com que muitas ONGs interrompessem temporariamente suas atividades, mas a demanda pelos serviços de assistência social dessas organizações é maior em virtude da crise econômica gerada pela pandemia (UOL, 2020).

O setor filantrópico brasileiro “comemorou” mais de R\$ 6 bilhões doados em resposta ao Coronavírus, antes do final de abril de 2020. A tecnologia e as mídias sociais são fundamentais, o vírus desencadeou um nível de solidariedade jamais visto e, não é apenas o total em dinheiro que chama a atenção. Em 4 meses, foram contabilizados mais de 460 mil doadores. A área de saúde foi, disparada, a que mais recebeu dinheiro, 78 % do total, seguida pela área de assistência social, 17% e educação com 5%, segundo o Monitor das Doações da Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR) (ABCR, 2020).

Há diferentes interpretações sobre fontes de recursos para ONGs. Para simplificação, podem ser divididas em três: privados, públicos e geração de renda e, cada uma tem entre três e oito estratégias (Portal do Impacto, 2021).

Captação de recursos privados que são aqueles provenientes de empresas ou de indivíduos, que doam voluntariamente para uma organização. Podem ser divididas em oito estratégias: telemarketing; editais privados; financiamento coletivo pontual com campanhas temporais realizadas pela internet; financiamento coletivo recorrente com campanhas realizadas

pela internet que captam valores variáveis de uma grande quantidade de doadores e que se repetem mensalmente; grandes doadores de indivíduos de alto poder aquisitivo que doam, sem contrapartida fiscal, valores superiores a R\$10.000,00; *face-to-face* com grupos de pessoas que buscam recursos diretamente com indivíduos; doação direta de pessoa jurídica internacional e por fim; doação direta de pessoa jurídica nacional (Portal do Impacto, 2021).

A captação de recursos governamentais é realizada pelo que foi repassado pelo governo que podem por meio de: emendas parlamentares por deputados; termo de fomento que são contratos que a organização pede recursos públicos e, termo de colaboração que são contratos oferecidos pelo governo e; leis de incentivo que são leis específicas que permitem as empresas e pessoas físicas doarem com abatimento fiscal (Portal do Impacto, 2021).

Por fim, a captação de recursos por meio de geração de renda que é o conjunto de estratégias que geram resultados financeiros positivos a partir de atividade econômica desempenhada por ela que podem ser por meio de: licenciamentos que usam a imagem da ONG mediante pagamento de royalties; fundos patrimoniais cujo rendimento do próprio montante de recurso financeiro de propriedade da organização é utilizado para manutenção das atividades desenvolvidas; aluguéis de imóveis de propriedade da organização; eventos com 100% da renda revertida para a ONG; serviços prestados pela instituição como consultoria, entre outros; comercialização de produtos por de revenda ou produção e; *marketing* de causa por meio de campanhas em parceria com empresas (Portal do Impacto, 2021).

Autores realizaram pesquisas evidenciando a relação da *accountability*, governança, prestação de contas, transparência e práticas gerenciais utilizando ou não, um Índice/Indicador/*Checklist* e relacionaram com o comportamento das doações e também com outras características organizações e contingenciais das ONGs.

Saxton e Guo (2011) verificaram se as ESFL dos Estados Unidos variam na adoção de práticas de *accountability* baseadas na *web* e, criaram o Índice de *Accountability Online* e o relacionaram com renda discricionária – dado pela receita (doações) sem restrição de uso e, tamanho da área de prestação de serviços – serviços especializados ou generalista (fator estratégico); tamanho (ativo total) e idade da ONG (fator capacidade); desempenho do Conselho e capital de giro líquido (fator governança); nível de pobreza comunitária e densidade organizacional (fator meio ambiente).

As descobertas mostram que o fator capacidade e, principalmente, a variável tamanho do ativo, se destaca como o fator predominante no modelo. Além disso, se descobriu que níveis mais altos de pobreza comunitária, geralmente não está associada ao aumento da *accountability online*, exceto em termos de envolvimento interativo. Pelo lado positivo, o fator governança na

forma de desempenho do Conselho é importante. Também foram encontrados alguma evidência de que as ONGs respondem a aumentos na densidade organizacional diminuindo a quantidade de divulgação financeira. Isso dá credibilidade à ideia de que a divulgação é uma das ferramentas usadas para aumentar a legitimidade onde há baixa densidade organizacional (Saxton e Guo, 2011).

Gálvez-Rodríguez, Caba-Pérez e López-Godoy (2012) identificaram a influência de fatores contingenciais na disseminação de informações *online* de ONGs espanholas. Criaram o Índice de Transparência *Online* e testaram a associação com tamanho (número de voluntários e orçamento anual) e idade; financiamento governamental; forma jurídica (associação ou fundação); internacionalização; tamanho do conselho e atividade do conselho. Os resultados mostram que apenas as variáveis tamanho dado pelo número de voluntários, financiamento governamental e idade foram estatisticamente significativos.

Verifica-se que o comportamento das ONGs espanholas é influenciado pela pressão de seus principais interessados, em particular, seus fornecedores de recursos humanos e financeiros são a influência mais eficiente para aumentar as informações disponíveis na internet (Gálvez-Rodríguez, Caba-Pérez & López-Godoy, 2012).

Dainelli, Manetti e Sibilio (2013) analisaram a validade empírica da teoria dos stakeholders, enfocando a *accountability*, pela comunicação na *web*, nos principais museus do mundo. Para isso desenvolveram um Índice de *Accountability* e verificaram sua relação com o tamanho (número de visitantes) e com o financiamento (total de doações) e, concluíram que essa duas relações são significativas.

Gálvez-Rodríguez, Caba-Pérez e López-Godoy (2014) analisaram os fatores que motivam a divulgação proativa de informações via *web* nas ONGs colombianas como estratégia para promover sua legitimidade e responder à pressão institucional a que estão sujeitos. Para isso utilizaram o Índice de Transparência *Online* (ITO), desenvolvido por eles em 2012 e, testaram a associação com o tamanho organizacional (receita), internacionalização, doações (financiamento internacional), serviços comunitários (número de projetos) e, dependência do trabalho voluntário.

Os resultados mostraram que as ONGs colombianas com maior tamanho, possuem maior ITO. As entidades de abrangência internacional são as mais interessadas em divulgar informações relacionadas ao perfil da organização. Além disso, aqueles que recebem um volume maior de doações internacionais são os mais conscientes em tornar visível as informações relacionadas aos projetos que empreenderam, enquanto os que mais dependem de

voluntários estão mais preocupados em fornecer informações que demonstrem as melhores práticas (Gálvez-Rodríguez, Caba-Pérez & López-Godoy, 2014).

Tremblay-Boire e Prakash (2015) examinaram como a extensão da *accountability* divulgadas em sites de ONGs nos Estado Unidos é influenciada pela visibilidade das ONGs, pelas fontes de financiamento e pelas características dos setores nos quais elas funcionam e, para isso, propuseram um Índice de *Accountability*. As variáveis organizacionais relacionadas foram: visibilidade da mídia (número de artigos por ano, do banco de dados jornalístico *LexisNexis Academic*); tamanho da organização dada pela receita total média; financiamento do governo; as variáveis setoriais, de acordo com a Taxonomia Nacional de Entidades Isentas Americanas, dando ênfase na educação, artes, cultura e humanidades, saúde e religião e; ainda, as variáveis de controle como idade da ONG, número de conselheiros independentes e estado onde se localiza a sede.

Os resultados mostraram que a visibilidade da mídia, o tamanho e os setores de educação, saúde e religião são significativos, ou seja, estão associados às propensões de ESFL a divulgarem informações de *accountability* em seus *websites* organizacionais e, esses relacionamentos se mantêm mesmo quando incluímos variáveis de controle. Mas foi verificado que ONGs maiores divulgam menos informações de *accountability* do que ONGs menores e, ainda, o setor de artes, cultura e humanidades e a variável financiamento do governo não são significativas (Tremblay-Boire & Prakash, 2015).

Santos, Ohayon e Pimenta (2017) examinaram o nível de *disclosure* voluntário das informações financeiras e não financeiras de entidades do Terceiro Setor da cidade do Rio de Janeiro, certificadas como Entidades de Utilidade Pública Federal (UPF) e como Entidades Beneficentes de Assistência Social (CEBAS), por meio do Índice de *Disclosure via Website* e índices parciais e a associação com as características das ONGs estudadas, como porte da entidade (receitas totais), receitas de doações, receitas governamentais, rentabilidade e tempo como UPF.

Os resultados apontam baixa preocupação das entidades com o *disclosure* voluntário, priorizando o obrigatório. Pouco se utilizam dos benefícios da *internet* para a divulgação de informações financeiras e não financeiras, já que uma boa parte da amostra não possuía *website* e as entidades que possuíam, apresentaram nível baixo, tanto no Índice de *Disclosure via Website*, quanto nos índices parciais, sendo o Índice de Informações Financeiras e sobre Governança o de menor nível (Santos, Ohayon & Pimenta, 2017).

Por meio de regressões, verificou-se associação positiva entre as receitas por doações e o nível de *disclosure*, o que pode indicar o uso do website para autopromoção diante de

potenciais doadores. Ademais, verificou-se associação negativa entre o tempo como UPF e o nível de disclosure, o que pode demonstrar preocupação das organizações mais recentes em construir uma boa reputação. Esses achados também reforçam a possibilidade da existência de interesse estratégico na divulgação de informações apenas por parte das organizações que pretendem aumentar o volume recebido em doações (Santos, Ohayon & Pimenta, 2017).

Portulhak, Delay e Pacheco (2017) verificaram a relação entre a prática de prestação de contas e o comportamento de indivíduos no papel de doadores da cidade de Curitiba e Região Metropolitana. Os resultados indicaram que há relação positiva entre a prestação de contas realizada por entidades do Terceiro Setor e o comportamento de doação de indivíduos, o que ocorre de forma mais significativa no comportamento de manter, aumentar ou retomar doações. Os achados dessa pesquisa chamam a atenção de entidades do Terceiro Setor para a diferenciação provocada pela prestação de contas, ou seja, indica a importância da prestação de contas e de seus elementos constitutivos na manutenção de doadores individuais, além de subsidiar decisões a respeito da forma de sua disponibilização.

Dall'agnol, Tondolo, Tondolo e Sarquis (2017) compreenderam como a transparência e a prestação de contas contribuem para a mobilização de recursos nas organizações sociais, situadas na região norte do RS. Como principais resultados, verifica-se que as organizações que apresentaram diferentes estratégias de transparência e prestação de contas, contam com um alto nível de mobilização de recursos, destacando-se assim, a necessidade de desenvolverem práticas de transparência de forma mais efetiva, visto que a mobilização de recursos afeta a sustentabilidade organizacional e o nível de mobilização de recursos dessas instituições.

Ramos e Klann (2019) utilizaram o Índice de Qualidade da Informação (*checklist* de 59 critérios de análise, subdividido em 7 seções, construído a partir da ITG 2002 e 1000), criado por eles em 2015 e, verificaram sua relação com as características organizacionais das ONGs que apresentam suas demonstrações financeiras ao Cadastro Nacional de Entidades de Utilidade Pública (CNE) do Ministério da Justiça (MJ). As características relacionadas foram o tamanho dado pelo Ativo Total, tempo de constituição (idade), se são auditadas, se é uma associação ou fundação e, por fim, se são certificadas como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) e Utilidade Pública Federal (UPF).

Os resultados apontaram que as características organizacionais de tamanho, tempo de constituição e qualificação como OSCIP possuem influência significativa e positiva sobre a qualidade da informação contábil das entidades analisadas. Para os autores, as ESFL e órgãos regulamentadores precisam evoluir no processo de reporte da informação contábil, bem como

na conscientização da importância desses relatórios para o processo de tomada de decisão e de prestação de contas públicas (Ramos & Klann, 2019).

Lacruz, Nossa, Guedes e Lemos (2021) analisaram o efeito conjunto de seis dimensões de governança (IGOV3S) no recebimento de doações por ONGs ambientais com atuação no Brasil. Os autores identificaram que quatro delas - Gestão, Prestação de contas, Transparência e Auditoria - estão positivamente associadas às doações.

Carvalho e Paes (2022) identificaram e analisaram as formas de captação de recursos e as práticas gerenciais para prestação de contas em Organizações da Sociedade Civil (OSC), atuantes no Município de Lucas do Rio Verde – MT. Os resultados encontrados indicam relação entre a captação de recursos principal e a escolha das práticas gerenciais utilizadas pelas associações.

Para os autores, o uso de sistemas integrados para prestação de contas para atendimentos às demandas legais dos recursos de origem pública e o uso de práticas gerenciais para atender às pessoas jurídicas que direcionam recursos a essas entidades é indicado. As contribuições estão no padrão encontrado nas associações em função da evolução da forma de captação de recursos, principalmente, quando ligadas aos recursos privados (Carvalho & Paes, 2022).

Outros autores propuseram Índices/Indicadores/*Checklists* para mensurar *accountability*, transparência, qualidade da informação, governança e *disclosure* das ONGs no Brasil e no mundo, com intuito de atender às demandas múltiplas e às vezes concorrentes das diversas partes interessadas, como Dumont (2013); Ramos e Klan (2015); Ávila e Bertero (2016); Costa, Tondolo, Tondolo, Longaray e Guimarães (2018); Tondolo, Tondolo, Camargo e Guerra (2018); Nazuk, Nadir, Ansari e Nawaz (2020); Moreno-Albarracín, Licerán-Gutierrez, Ortega-Rodríguez, Labella e Rodríguez (2020); Lacruz, Nossa, Lemos e Guedes (2021) e; Celegatti, Sousa, Toro e Colauto (2021).

Um ponto em comum em todos os trabalhos que usaram algum Índice/Indicador/*Checklist* para mensurar a *accountability* de ONGs foi o uso das tecnologias da informação e comunicação, como o *website* das instituições, em busca das informações pertinentes às instituições para preenchimento dos Índices/Indicadores propostos. As páginas da *web* oferecem benefícios para a divulgação de informações como disponibilidade, acessibilidade e baixo custo, sendo conexão entre partes interessadas e ONGs (Gálvez-Rodríguez, Caba-Pérez & López-Godoy, 2014).

O *website* de qualquer ONG serve como uma plataforma acessível ao público e oferecem um processo de comunicação bidirecional e de baixo custo para compartilhar informações esperadas dessas organizações, como as relacionadas à sua missão, atividades,

desempenho, resultados financeiros tangíveis e intangíveis e práticas de governança (Nazuk & Shabbir, 2018).

Saxton e Guo (2011) apontam que existem forças de demanda e oferta em relação à *accountability* baseada na web para as ESFL. No lado da demanda, tecnologias baseadas na *internet* estão proporcionando aos cidadãos a capacidade e o interesse cada vez maiores de obter acesso às informações que considerem importantes e, no lado da oferta, as tecnologias baseadas na *internet* levaram a uma maior capacidade das organizações divulgarem informações financeiras e operacionais, além de facilitar a inclusão das partes interessadas no universo das ONGs, reduzindo os custos de participação.

A difusão da Tecnologia da Informação (TI) em todo o Terceiro Setor trouxe consigo um potencial considerável para a mudança organizacional. Além de simples aumentos na eficiência administrativa, a implementação bem-sucedida de TI, tem a capacidade de incitar a transformação organizacional, reconfigurando fundamentalmente as estruturas e relações de trabalho - tanto dentro da organização quanto com seus constituintes externos e redes organizacionais - e transformando e melhorando significativamente sua estrutura, sistemas de aprendizagem e gestão do conhecimento (Burt & Taylor, 2000; Hackler & Saxton, 2007).

Assim, as doações são representadas por todos os recursos/receitas recebidas/auferidas pelas ONGs. A partir do exposto, formulou-se a segunda hipótese:

H2: Há efeito positivo das doações na *accountability* ascendente das ONGs brasileiras.

Em um nível ético fundamental, uma organização obtém sua legitimidade legal e moralmente. As ONGs ganham legitimidade simplesmente reivindicando sua legalidade dentro do direito internacional e por serem cumpridoras da lei. O fato de operarem legal, nacional e internacionalmente de acordo com a legislação governamental contribui, portanto, para sua legitimidade.

Já moralmente, a forma mais tangível de legitimidade, provavelmente vem na forma de apoio direto das pessoas que procura ajudar, seus membros, seus apoiadores e seus admiradores. Mas o apoio direto não cria legitimidade por si só, mas apenas quando os apoiadores são devidamente informados sobre o que estão realmente apoiando, deve estar vinculado aos mecanismos de *accountability* reais e transparentes (Slim, 2002).

2.6 ACCOUNTABILITY HORIZONTAL E AS DOAÇÕES ÀS ONGS

A Teoria da Legitimidade sugere uma visão alternativa das contribuições às ONGs. De acordo com a teoria, a existência e o desenvolvimento contínuo da qualquer instituição social, estão condicionadas à sua legitimidade social.

Ao contrário das instituições com fins lucrativos - que geram lucros, onde há requisitos de relatórios e mercados eficientes no processamento e precificação das informações e, ainda com regulamentos claros e fiscalização atuante – as ESFL operam em parte, livres da supervisão do mercado. Tais instituições possuem missão complexa e uma escassez de informações confiáveis sobre seu desempenho, logo as partes interessadas devem “vasculhar” as informações divulgadas publicamente ou solicitar a elas. Nesse caso, o tempo que leva e a forma de coletar e processar com eficácia essas informações, por vezes desencorajam as partes interessadas (Harris & Neely, 2016).

Para preencher essa lacuna acerca das informações no mercado das ESFL, foram lançados os selos de aprovação que, segundo Stotzer, Martin e Broidl (2021) por não terem terminologia consistente, incluíram todos os sistemas de certificação e/ou acreditação involuntários, ou seja, classificações das ONGs por agências de vigilância e programas voluntários autorreguladores sob o termo “rótulo de caridade”. Os mesmos autores destacam que as organizações de vigilância são normalmente involuntárias, enquanto os programas de autorregulação dependem da participação voluntária.

A partir da década de 90, as agências de classificação de ONGs começaram a operar e presumivelmente essas organizações desempenham o papel de intermediários da informação no mercado de doações. Essas agências tratam esses conjuntos de informações e as transformam em métricas simplificadas sobre a alocação de recursos. Assim, tais organizações reduzem a assimetria de informações aos doadores e atuam como órgãos independentes que fornecem informações sobre filantropia (Chhaochhari & Gosh, 2008).

As agências de classificação começaram a operar nos Estados Unidos (EUA) em meados da década de 1990, após escândalos de corrupção, como o ocorrido na *United Way of America* (UWA), onde seus principais *CEOs* desviaram milhões de dólares doados (Chhaochhari & Gosh, 2008).

As agências de classificação dependem principalmente de informações disponíveis publicamente, portanto, seu valor está em sintetizar os dados financeiros disponíveis para fornecer aos doadores informações de fácil acesso e compreensão. As informações necessárias

para calcular vários índices financeiros são obtidas no Formulário 990 da Receita Federal dos EUA (Chhaochhari & Gosh, 2008).

O *National Charities Information Bureau* (NCIB) foi a primeira agência de classificação nos Estados Unidos, estabelecido em Nova York (1918) para combater abusos na captação de recursos para ajuda de guerra. O *Better Business Bureau* (BBB) começou formalmente a avaliar instituições de caridade em 1945 com um Serviço de Consultoria em Filantropia (PAS). NCIB e PAS fundiram-se em 2001 para formar o *BBB Wise Giving Alliance*, que aplica 20 padrões que vão além do financeiro e tenta avaliar mais de 1.000 instituições (Gordon, Knock & Neely, 2009).

A *CharityWatch* do *American Institute of Philanthropy* (AIP), é concorrente da *BBB Wise Giving Alliance* e se diz a mais independente e assertiva organização de vigilância da América, criada em 1992. Esta organização usa demonstrações financeiras auditadas além do Formulário 990 e avalia cerca de 600 instituições usando um sistema de notas por letras (A+ a F) (Gordon, Knock & Neely, 2009).

O *Charity Navigator* foi criado em 2001 e classifica mais de 5.300 instituições. O instituto usa uma metodologia que extrai informações quase exclusivamente dos Formulários 990 (Gordon, Knock & Neely, 2009).

Ainda há outras agências de classificação norte americanas que avaliam ONGs menores e menos conhecidas, como *GiveWell*, *GlobalGiving* e *ImpactMatters* (Consumer Reports, 2019).

Além das agências de classificação, existem inúmeros programas de autorregulação. Warren e Lloyd (2009) afirmam que essas iniciativas de autorregulação setorial, se tornaram importante meio de construir a confiança do público, protegendo o espaço político para as ONGs operarem e compartilharem boas práticas e aprendizado.

Foram identificadas 309 iniciativas em todo o mundo, nos Estados Unidos, Canadá e Europa Ocidental o nível de autorregulação é alto e os países do Oriente Médio e Norte da África, Ásia Central e Sudeste da Ásia a tem de forma limitada. O *One World Trust* possui um banco de dados de iniciativas de autorregulação das ESFL, ponto para o monitoramento contínuo dessas iniciativas (Warren & Lloyd, 2009).

Exemplos dessas iniciativas são a *Imagine*, que é um Programa de Padrões do Canadá; a *SGS* com matriz na Suíça, com a certificação *NGO Benchmarking* que, se considera líder mundial em inspeção, verificação, testes e certificação e; o Conselho Filipino para Certificação de ONGs, que possui a certificação *PCNC*, que garante a excelência do serviço e *accountability* das ONGs (Tremblay-Boire & Prakash, 2016).

No Brasil, as organizações juridicamente constituídas, que atuem em consonância com o interesse público e visem à produção do bem comum, pleiteiam, além de Organização Social (OS) e Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), outros títulos e certificações junto ao Poder Público, cumpridos alguns requisitos exigidos em lei (Silva, Resende, Muniz & Ckagnazaroff, 2011).

Os demais títulos conferidos são o de Utilidade Pública (UP) e o Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social (CEBAS) e os títulos de OSCIP e UP se dão nas três esferas governamentais. O CEBAS é conferido em âmbito federal, por meio dos Ministérios da Educação, Desenvolvimento Social e Agrário e da Saúde, em conformidade com as áreas de atuação das organizações. Esses reconhecimentos diferenciam as organizações, conferindo-lhes maior legitimidade, além de outros benefícios, como isenções fiscais às organizações e aos doadores e o acesso a recursos públicos (Silva, Resende, Muniz & Ckagnazaroff, 2011).

Ainda não há agências de classificação no Brasil, como a *Charity Navigator*, que avaliam as ESFL de forma gratuita e fornecem *insights* sobre sua estabilidade financeira e a adesão às melhores práticas de *accountability* e transparência. No país, o Instituto DOAR incentiva, legitima e destaca o profissionalismo e a transparência das ONGs, na forma de atestado independente de sua adequação aos 52 critérios definidos como Padrões de Gestão Profissional e Transparência (PGT) ou Selo DOAR. Esse selo foi elaborado a partir de uma pesquisa dos conceitos e critérios adotados por diferentes organismos nacionais e internacionais e da literatura especializada em avaliação de ONGs (Instituto Doar, 2021).

As ESFL se candidatam voluntariamente ao Selo Doar que custa R\$880,00 (Versão 2020-2023) que atua como um guia para as ONGs que aprimoram seus processos internos, ampliando a transparência, fomentando a confiança de doadores e apoiadores promovendo a cultura da doação (Instituto Doar, 2021).

Além do Selo, O Instituto DOAR, promove anualmente, desde 2017, o Prêmio Melhores ONGs do Brasil que dá visibilidade e parabeniza organizações com excelência em gestão, governança, sustentabilidade financeira e transparência. (Instituto Doar, 2021). Por fim, destaca-se outras entidades certificadoras atuantes no Brasil, emissoras de selos e de prêmios que são: a *Phomenta* que realiza diagnóstico, certificação e aceleração social; a *SGS* com a certificação *NGO Benchmarking*, com escritório no Brasil e; o Prêmio APF Inspiradores/ Prêmio Pedro Kassab, da Associação Paulista de Fundação que premia pessoas físicas e jurídicas que promovam causas de dignidade humana, da defesa do saber, da ética e do bem comum.

Os estudos sobre o tema da relação entre selos de aprovação e as doações recebidas pelas ONGs, divergem em seus resultados, porém destaca-se que alguns autores encontraram relação positiva.

Nos Estados Unidos é desenvolvida a maior parte das pesquisas nesse âmbito. Steinbeg em 1986, foi um dos primeiros estudos que usou um modelo de decisão de doação e o projetou em função das despesas de captação de recursos, administrativas e de serviços. Até então, os estudos que consideraram as classificações de ONGs pela *BBB Wise Giving Alliance* eram escassos como parte de modelo econômico, tendo as doações recebidas como variável dependente como o de Tinkelman em 1998 (Gordon, Knock & Neely, 2009).

Silvergleid (2003) verificou que poucas pesquisas empíricas examinaram o efeito que as classificações de ESFL têm sobre as doações e, usando os dados de 1997 a 2000, concluíram que quaisquer preocupações sobre o poder das agências de vigilância para moldar os padrões de doações são injustificadas, apesar que o período estudado tenha sido o apogeu econômico e a eficiência das ESFL não era um problema para os doadores e, sugere que as classificações realizadas por essas agências podem futuramente ser atrativos aos interesses dos potenciais doadores.

Chhaochhari e Gosh (2008) deram sequência às pesquisas e verificaram se as classificações de agências têm efeito independente sobre as contribuições recebidas pelas ONGs e, a partir de uma resposta positiva, verificaram como as ESFL respondem à elas em termos de suas despesas de angariação de fundos, se aumentam ou diminuem conforme a classificação recebida.

Os resultados sugerem que o ranqueamento das ESFL tem efeito significativo e positivo nas contribuições recebidas por elas, sendo que as ONGs mais bem avaliadas recebem maior valor do que as com baixa avaliação. Por fim, detectaram que as ONGs que tiveram baixa classificação no *ranking*, tendem a aumentar seus gastos com a captação de recursos no período seguinte (Chhaochhari & Gosh, 2008).

Sloan (2008) indicou que uma aprovação reconhecida como a *BBB Wise Giving Alliance*, aumenta os retornos financeiros positivos e dá visibilidade para ONGs, mas a assimetria de informações não é completamente removida pelas classificações, mesmo quando conhecidas, mas resultam em maior *accountability* em todo o Terceiro Setor.

Gordon, Knock e Neely (2009) descobriram que as contribuições são sensíveis a uma mudança nas classificações da *Charity Navigator* e que um aumento no número de estrelas, está associado ao maior crescimento percentual nas contribuições. Da mesma forma, tanto

classificações mais altas quanto mudanças de classificação positivas estão associadas a maiores níveis de contribuições futuras, enquanto o caminho inverso é também verdadeiro.

Embora as classificações do *Charity Navigator* sejam baseadas quase exclusivamente em informações publicamente disponíveis, estudos anteriores sugerem que as classificações fornecem conteúdo de informação incremental. O *website* parece facilitar a tomada de decisões, apresentando dados concisos, incluindo comparações com outras instituições com missões semelhantes (Gordon, Knock & Neely, 2009).

Chen (2009) argumenta que os doadores precisam de informações confiáveis e relevantes para tomarem as decisões sobre as doações. E, a partir disso, o autor descobriu que o atendimento aos padrões *BBB Wise Giving Alliance* tem efeito positivo sobre o comportamento de doação e o tamanho da entidade e do conselho, a despesa com a captação de recursos e financiamento do governo são positivamente relacionados com o apoio público.

A pesquisa sugere que a divulgação e uso da informação da avaliação do *BBB* em comunicados de imprensa e publicações das ONGs, ajuda na angariação dos recursos e na divulgação de mensagens para os potenciais doadores, reduzindo a assimetria de informação, fundamentando a afirmação de que os doadores usam avaliações de organizações de vigilância ao tomarem suas decisões de doação (Chen, 2009).

Prakash e Gugerty (2010) verificaram que os programas de regulação voluntária - regulação governamental e de agências de vigilância de ONGs - são mitigadores dos conflitos de agência, dado que esses programas impõem obrigações às ONGs em relação à governança interna e ao uso de recursos e podem reduzir os *déficits* de informação que os provedores de recursos enfrentam sobre as atividades das ESFL.

Grant e Potoski (2015) verificaram que os doadores aumentam suas doações para uma ONG quando descobrem que ONGs pares, têm desempenho melhor e o contrário também é válido. Assim, as doações recebidas por uma ONG com classificação publicada pelo *Charity Navigator* aumentam (diminuem) em cerca de 1,5% quando a média das classificações de ONGs pares aumenta (diminui) em uma estrela. A reputação coletiva diz respeito às ONGs que operam na mesma área de política (trabalhos semelhantes) e no mesmo estado geográfico.

Harris e Neely (2016) encontraram evidências que os doadores usam informações de avaliação de terceiros quando doam para ONGs dos EUA. Embora as instituições que recebem classificação positiva tenham níveis mais altos de apoio de doadores do que aquelas que recebem negativa, as ONGs com classificação positiva e negativa, recebem mais doações diretas do que as sem classificação.

Brown, Meer e Williams (2017) verificaram que há evidências de que a escolha de ONGs por parte dos participantes é afetada por avaliações de terceiros e essas têm impacto sobre o percentual de ganhos que os sujeitos alocam para a instituição, mas não há preferências óbvias por ONGs locais, apesar de receberem doações, ou seja, a distância social não afeta a escolha da instituição que se queira doar.

Azevedo e Aguiar (2021) confirmaram que pagar uma remuneração executiva mais alta reduz a probabilidade de futuras doações individuais e, que esse efeito negativo só é significativo na ausência de um endosso de terceiros, de modo que as doações individuais diminuem quando a remuneração é alta e que a probabilidade de futuras doações individuais é maior quando a confiança institucional é alta. No entanto, a alta confiança institucional não valida o pagamento de níveis mais elevados de remuneração dos executivos.

As relações negativas entre os selos de aprovação e as doações recebidas pelas ONGs também foram descritas por outros autores. Szper e Prakash (2011) acreditam que os doadores avaliam a eficácia e a confiabilidade das ONGs por meio de outros meios, como familiaridade, “boca a boca” ou visibilidade em sua comunidade, assim os doadores não incorporam as classificações em suas decisões de doação.

Yoruk (2015) verificou que um aumento nas classificações gerais pela *Charity Navigator* não tem impacto significativo nas contribuições recebidas pelas ONGs, no entanto, para as relativamente pequenas, uma classificação mais alta leva a um aumento de 19,5% na quantidade de doações.

Tremblay-Boire e Prakash (2016) trazem que a falta de confiança dos doadores em relação ao uso dos recursos recebidos para servirem suas missões organizacionais pode implicar desde chamadas para novas regulamentações públicas até declínios nas doações recebidas. Antecipando o déficit de confiança, ONGs bem administradas podem buscar um mecanismo para se diferenciarem das ONGs menos respeitáveis, que são os programas voluntários autorregulatórios.

Os autores sugerem que os doadores não procuram necessariamente garantia e informação por meio de novos instrumentos, como programas voluntários ou organizações de vigilância, mas possivelmente por meio de escrutínio pessoal, “boca a boca” e suas redes locais. Classificações de instituições de caridade, como os fornecidos pelo *Charity Navigator* não influenciam as contribuições individuais dos doadores nem mesmo a adesão voluntária a programas autorregulatórios (Tremblay-Boire & Prakash, 2016).

A partir disso, os sinais de confiabilidade, independentemente de sua fonte, não afetam as escolhas de doação individuais. Informações sobre a auditoria realizada por terceiros é

estatisticamente significativa na metade dos modelos. E ainda, os indivíduos estão mais dispostos a doar localmente do que no exterior (Tremblay-Boire & Prakash, 2016).

Li e McDougale (2017) sugerem que diferentes fontes de informação têm impactos diferentes nas decisões de caridade dos doadores, que no caso da doação de dinheiro, as recomendações “boca a boca” e experiências anteriores de interação com as entidades têm um impacto significativo e, não encontraram influência no aumento das doações para ONGs por meio da avaliação de terceiros, assim como as mídias e *websites* organizacionais.

Grant (2021) verificou que a introdução de novas ESFL classificadas pela *Charity Navigator*, afeta o recebimento de recursos e mostraram que diminuem de 5% a 9% em média para as entidades classificadas, mantendo estáveis para ESFL mais bem avaliadas, no entanto, para cada estrela consecutiva menor, perdem de 12% a 14% em doações e até um corte de 19% para ONGs sem estrelas.

Stotzer, Martin e Broidl (2021) investigaram o impacto do selo de qualidade austríaco *OSGS* como um programa de *accountability* voluntária. Os resultados indicam que as expectativas são altas. No entanto, descobriu-se que geralmente o *OSGS* não é decisivo para a escolha de caridade, mas é, principalmente, benéfica para ESFL não amplamente conhecidas pelo público.

Este trabalho parte da premissa que, para ONGs, selos de aprovação, considerados endossos de terceiros, que se caracteriza como *accountability* horizontal, leva a uma atitude favorável em relação às doações, ou seja, espera-se que a divulgação de selos de aprovação - *accountability* horizontal - resulte em maior percentual de doações e uma propensão de futuras doações dos doadores individuais. A partir da constatação apresentam-se hipóteses H3a e H3b:

H3a: A ONG que divulga a *accountability* horizontal – selos de aprovação – recebe maior percentual de doação individual do que aquela que não divulga.

H3b: A ONG que divulga a *accountability* horizontal – selos de aprovação – maior é a propensão de receber doação individual futura do que aquela que não divulga.

2.7 ACCOUNTABILITY ASCENDENTE E AS DOAÇÕES ÀS ONGS

As motivações que levam as pessoas a doarem que determinam as doações de caridade voluntárias por indivíduos e/ou famílias para ONGs foram identificadas por diferentes autores.

Bekkers e Wiepking (2011) afirmam que são oito mecanismos-chave determinantes da filantropia: (i) consciência da necessidade de apoio; (ii) solicitação, forma como os doadores são solicitados a doar; (iii) altruísmo; (iv) reputação do doador que refere-se às consequências sociais, como reconhecimento e aprovação dos outros; (v) benefícios psicológicos que contribuem para a autoimagem; (vi) valores individuais; (vii) custos (como os fiscais) e benefícios (como os materiais) e; (viii) eficácia dos resultados das doações.

Tremblay-Boire e Prakash (2016) identificaram três diferentes motivações para a decisão individual de doar para organizações de caridade: (i) estreito interesse próprio, em que observaram que indivíduos doam quando esperam receber bem ou serviço em troca; (ii) doações melhoram o bem-estar dos doadores e; (iii) doadores não se beneficiam apenas com os resultados de suas doações, mas também, psicologicamente do processo, o "brilho caloroso" ou "alegria de doar".

No entanto, os indivíduos não são motivados apenas por interesse próprio, fazem doações para caridade por se preocuparem com os outros e acreditarem que sua doação fará diferença, ou quando se identificam ou possuem conexão pessoal com a missão da ONG (Tremblay-Boire & Prakash, 2016).

Li e McDougale (2017) afirmam que os doadores utilizam diferentes fontes de informação para a decisão de doação. As classificações favoráveis de agências de acreditação de ONGs têm relação positiva com as contribuições de doadores e, a cobertura positiva da mídia também influencia as decisões dos doadores.

As plataformas *online*, *websites* e serviços de rede social mostram efeito positivo na capacidade das ESFL de solicitar contribuições e, também apontam relação positiva entre a quantidade de informações financeiras divulgadas em *websites* e doações. As recomendações "boca a boca" também influenciam as decisões de doação e fortalecem a marca da ONG, aumentam a satisfação e lealdade dos doadores e aquisição de novos e, ainda, as experiências pessoais, como os relacionamentos particulares, laços institucionais, experiências anteriores e solicitações de entes queridos (Li & McDougale, 2017).

Bock, Eastman e Eastman (2018) revelaram que duas características diferentes, materialismo e gratidão, influenciam positivamente comportamentos para doações, embora operem por motivações diferentes. Assim, os materialistas doam para proteger seu ego, como o alívio da culpa (de serem materialistas) e da incerteza (causada pela sensação de insegurança), em vez de melhorar a si mesmos em termos de sentir-se importante ou intensificar a interação social.

Konrath e Handy (2018) trazem que os motivos mais importantes para doarem foram altruísmo e confiança, assim, as preocupações com os benefícios públicos são os principais impulsionadores das motivações autorrelatadas das pessoas para doar.

A escala Motivos para Doar, proposta por Konrath e Handy (2018) é dividida em seis motivos distintos: (i) confiança para uso da doação para benefício público; (ii) altruísmo; (iii) criação de uma rede social, considerados motivos não monetários; (iv) benefícios fiscais como redução de impostos a pagar; (v) egoísmo e; (vi) restrições financeiras.

Van Dijk, Van Herk e Prins (2019) mostram que o valor pessoal do universalismo (comportamento pró-social) impulsiona a decisão geral de doar e revela que, a doação para uma ONG específica depende da congruência entre os valores da ONG e os valores pessoais do doador individual.

Saeri et al. (2022) determinaram que as pessoas doam se acharem que isso fará com que pareçam bem aos olhos dos outros (reputação); se fazem sentirem-se bem (benefícios próprios); se alinham-se com o que é importante para eles (valores) e; se fazem uma diferença significativa (eficácia). Os resultados apoiaram os mecanismos propostos por Bekkers e Wiepking (2011).

Kolhede e Gomez-Arias (2022) encontraram seis principais fatores motivadores que influenciam a decisão de doação que são os (i) critérios organizacionais, como uma declaração de missão clara e convincente, reputação confiável da organização, eficiência organizacional da administração; (ii) incentivos externos como atividades de promoção de vendas, ações de marketing, acordos de correspondência de presentes; (iii) motivadores intrínsecos, como ligação pessoal com a causa, interesse pessoal, contribuição para o bem-estar da comunidade; (iv) atributos da organização beneficente, como mesma localização geográfica do doador, criticidade da necessidade financeira, ampla reputação; (v) recompensas egoístas como reconhecimento pessoal e gratificação pessoal, experiências emocionais prazerosas e; (vi) e considerações econômicas, como as razões utilitárias de pagar menos impostos, capacidade financeira.

Também verificaram que existe três segmentos distintos de doadores individuais: os intrínsecos, que são mais influenciados por razões altruístas; os céticos, que tomam a decisão a partir do exame da organização segundo critérios como a clareza da missão e a eficiência de sua prática de gestão e; os impressionáveis, que são influenciados pelo impacto de fatores externos como medidas de *marketing* empregadas pela ONG e o incentivo de outros (Kolhede & Gomez-Arias, 2022).

Apesar da importância das informações, nem todas influenciam as decisões de doações da mesma forma, portanto, é importante entender como e quais afetam as decisões. Alguns

estudos empíricos ajudaram a esclarecer quais são essas razões e focaram em pesquisas que utilizaram dados contábeis, financeiros, não financeiros, de desempenho, de resultados e de eficácia das ONGs como fator incentivador ao recebimento de doações.

Sargeant, Ford e West (2006) delinham fatores perceptivos que influenciam o apoio individual de organizações de caridade. Criticamente, a confiança parece não estar relacionada aos benefícios diretos que se acumulam para os doadores como consequência de sua doação. Em vez disso, a confiança (e indiretamente, o compromisso), é baseada nos benefícios percebidos fornecidos aos beneficiários e na maneira pela qual o impacto desses benefícios é comunicado aos doadores.

A confiança foi considerada importante, mas as utilidades emocionais e familiares são igualmente significativas quando se trata de promover o comprometimento dos doadores. Sentir-se bem com uma doação para uma determinada instituição de caridade aumenta o compromisso além de quaisquer níveis de confiança existentes e, se houver vínculo familiar, o efeito é maior (Sargeant, Ford & West, 2006).

Buchheit e Parsons (2006) investigaram experimentalmente o papel da informação contábil no processo de doação individual. Os resultados mostram que os doadores em potencial sentiram que os pedidos de angariação de fundos contendo divulgações de *Service Efforts and Accomplishments* (SEA), foram mais informativas do que os apelos típicos de angariação de fundos.

Além disso, complementar um pedido de angariação de fundos padrão com informações contábeis financeiras resumidas, aumentou a percepção de qualidade da ONG solicitante e, a porcentagem de doadores em potencial que alegaram que doariam para o solicitante no futuro. No entanto, as informações contábeis e financeiras não se traduziram em aumento da doação real (Buchheit & Parsons, 2006).

Parsons (2007) verificou que alguns doadores são propensos a responderem a um apelo de angariação de fundos se incluir informações contábeis financeiras positivas e, ainda, doadores que já doaram para uma ONG antes, têm quase três vezes mais chances de fazer uma contribuição, se a entidade fornecer diretamente um resumo dos relatórios financeiros, em vez de esperar que os doadores incorram em custos para obter as próprias informações.

McDwell, Li e Smith (2013) indicaram que doadores individuais são propensos a adquirir informações não financeiras, como objetivos, resultados, programas e missões de ONGs, do que informações financeiras para as decisões de doação. Indicam que, embora os doadores individuais adquiram medidas de eficiência financeira, incluindo o índice de despesas do programa e o de despesas de captação de recursos, eles não parecem integrar essas

informações em suas decisões, pois suas doações reais não estão significativamente correlacionadas com as informações de eficiência.

Os doadores geralmente gostam da ideia de doar para ONGs eficazes. Karlan e Wood (2017) verificaram que para grandes doadores, a apresentação de informações positivas sobre a eficácia da caridade aumenta a probabilidade de doar e esses são movidos pelo altruísmo e motivados pelo impacto real de sua doação.

Banding e Mayangsari (2017) mostraram que o número médio das decisões de doações para ESFL por doadores individuais é diferente entre os tipos de divulgação, sendo os dados não financeiros preferidos em relação aos dados financeiros e, também, a decisão é baseada no tipo de doação sem qualquer divulgação de dados (financeiros e não financeiros), o que certifica que existem outros fatores que os doadores levam em consideração e que devem ser atendidos para evitar conflitos de agência.

Bodem-Schrotgens e Becker (2020) apontam que as pessoas contam com diferentes estilos para processar informações pertinentes à tomada de decisão de doação e investimento. Assim, os indicadores de resultado e impacto influenciam as doações de forma mais positiva do que os indicadores de produtos e, que diferentes indicadores de eficácia não importam quanto à concessão de empréstimos para as ONGs.

A divulgação de uma *accountability* ascendente – informações financeiras, não financeiras, de desempenho, de resultados e de eficácia em um apelo de angariação de fundos conjuntamente com a *accountability* horizontal, sinalizam aos doadores que a ONG é uma instituição confiável e, portanto legítima. Em última análise, espera-se que a *accountability* ascendente resulte em maior percentual de doações e maior propensão de futuras doações, o que no cenário da pesquisa pode ser um efeito principal e, pode também reforçar o efeito da divulgação da *accountability* horizontal nas doações individuais. Assim, declara-se formalmente a quarta e quinta hipóteses como H4a, H4b, H5a e H5b:

H4a: A ONG que divulga a *accountability* ascendente e horizontal recebe maior percentual de doações individuais do que aquela que não divulga.

H4b: A ONG que divulga a *accountability* ascendente e horizontal obtém maior propensão de doações individuais futuras do que aquela que não divulga.

H5a: A ONG que divulga a *accountability* ascendente recebe maior percentual de doações individuais do que aquela que não divulga.

H5b: A ONG que divulga a *accountability* ascendente obtém maior propensão de doações individuais futuras do que aquela que não divulga.

3 METODOLOGIA

3.1 ENQUADRAMENTO GERAL DA PESQUISA

Os objetivos específicos a e b, propuseram a classificação desta pesquisa como descritiva, pois descreve a prática da *accountability* ascendente em ONGs brasileiras que é influenciada pela visibilidade da mídia e doações recebidas. Gray (2016) afirma que estudos descritivos desenham uma situação, pessoa ou evento, ou mostram como as coisas se relacionam entre si.

Esse tipo de pesquisa, segundo Sellitz, Wrightsman e Cook (1965) descreve um fenômeno ou situação em detalhe, especialmente o que está ocorrendo, abrangendo as características de um indivíduo, uma situação ou um grupo, bem como desvendar a relação entre eventos.

Em linha com a perspectiva teórica positivista, mediante uma abordagem dedutiva (Gray, 2016), por meio de um procedimento de análise documental das Demonstrações Financeiras, Relatórios de Atividades, Estatuto, entre documentos, relatórios e postagens das ONGS publicados em seus *websites* oficiais, utilizou-se uma abordagem predominantemente quantitativa.

Fonseca (2002) aponta que diferentemente da pesquisa qualitativa, os resultados da pesquisa quantitativa podem ser quantificados. Como as amostras geralmente são grandes e consideradas representativas da população, os resultados são tomados como se constituíssem um retrato real da população da pesquisa. A pesquisa quantitativa se centra na objetividade e é influenciada pelo positivismo, considerando que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros.

Os objetivos específicos c e d permitiram classificar a pesquisa como explicativa, pois identificou se os fatores *accountability* horizontal e ascendente impactam no percentual de contribuição e na propensão de doações futuras de doadores individuais para as ONGs. Segundo Gil (2007), este tipo de pesquisa identifica os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos.

Em linha com a perspectiva teórica positivista e mediante o procedimento de experimento, utilizou-se uma abordagem predominantemente quantitativa. Pesquisa experimental é um método de pesquisa quantitativa adequado para verificar relação de

dependência entre causas ou variáveis independentes e, efeitos ou variáveis dependentes (Shadish, Cook, & Campbell, 2002; Babbie, 2010).

Um aspecto particular de experimentos é envolver intervenção do pesquisador para se verificar mudanças comportamentais. As três principais propriedades deste tipo de pesquisa são: i) pelo menos uma variável independente é manipulada e é verificado os efeitos sobre as respostas dos participantes; ii) participantes são atribuídos às condições experimentais de modo que se garanta que diferentes grupos sejam equivalentes no maior número possível de aspectos, tais como idade e gênero e; iii) variáveis estranhas e que podem afetar as respostas dos participantes devem ser controladas (Leary, 2002).

3.2 PROCEDIMENTOS DO ESTUDO DOCUMENTAL

A amostra desse estudo foram as 100 Melhores ONGs eleitas em cada ano de 2017 a 2021. O Instituto DOAR, promove anualmente, desde 2017, o Prêmio Melhores ONGs do Brasil, que dá visibilidade e parabeniza organizações com excelência em gestão, governança, sustentabilidade financeira e transparência. Como as entidades podem se candidatar todos os anos a esse prêmio, muitas se repetem ao longo dos anos, encontrando-se assim, de um total de 500 ONGs vencedores, foram encontradas um total de 256 entidades diferentes. O uso desses anos para coleta da lista de ONGs, foi realizada com intuito de conseguir uma quantidade maior de entidades, nada tem haver com espaço temporal utilizado nessa pesquisa, cujo ano escolhido para coleta dos dados, que foi o ano de 2021.

Para que essas entidades participassem da amostra final, minimamente teriam que apresentar a receita total auferida do ano de 2021, preferencialmente. Para que não houvesse uma redução maior do número de ONGs, optou-se por incluir as instituições que, se não apresentassem a informação de receita de 2021, mas muitas das outras informações que compunham o IAA, apresentassem então pelo menos a do ano de 2020 e, por isso, foi calculado uma média dos dois anos para uso no estudo. Não tendo a informação de receita em nenhum desses dois anos, a ONG foi descartada da amostra. Assim, 46 ONGs foram descartadas, perfazendo 210 ONGs para estudo.

Para coleta dos dados foi feita uma busca nos *websites* oficiais das ONGs e extraídos os arquivos das Demonstrações Financeiras completas com os Relatórios de Auditoria, Relatórios de Atividades, os Estatutos e demais informações relevantes disponíveis em outros documentos ou mesmo postadas nas páginas do *website*. O ano base para os dados foi o de 2021, sendo

então, uma amostra transversal. O ano de 2021 foi determinado porque foi o último publicizado pelas ONGS, quando da coleta de dados.

A partir dos documentos e informações coletadas foi aplicado o Índice de *Accountability* (IA) elaborado por Tremblay-Boire e Prakash (2015), adaptado da realidade norte americana para o cenário brasileiro, para verificar a extensão da *accountability* de ONGs para seus doadores e financiadores. Nesta pesquisa, optou-se denominá-lo de Índice de *Accountability* Ascendente (IAA).

3.3 ÍNDICE DE *ACCOUNTABILITY* ASCENDENTE (IAA) - VARIÁVEL DEPENDENTE

Tremblay-Boire e Prakash (2015) propuseram o IA para analisarem as práticas de *accountability* seguidas pelas ONGs e se basearam em informações teóricas e empíricas fornecidas pela literatura sobre Responsabilidade Social Empresarial, nas diretrizes do Global Reporting Initiative (GRI) e em Ebrahim (2003).

O IA foi criado para ONGs norte-americanas, país que comporta uma vigilância mais ampla por parte do governo, que obrigam essas instituições a enviarem anualmente o Formulário 990, que é uma Declaração de Organização Isenta de Imposto de Renda com informações financeiras e outras pertinentes, à Receita Federal dos EUA (Internal Revenue Service - IRS) e, também por parte de terceiros, como as diversas agência de vigilância existentes como a CharityWatch do American Institute of Philanthropy, BBB Wise Giving Alliance, Charity Navigator, entre outras. Assim, o uso da IA, adaptado ao contexto brasileiro, buscou usar uma mensuração de *accountability* de uma realidade desenvolvida em relação à gestão e transparência das atividades/projetos/ações das ONGs, perfazendo-se assim uma contribuição dessa pesquisa.

Além disso, a escolha desse Índice, se dá pela relação mais próxima com a contabilidade, conseguindo mensurar a *accountability* para todas as partes interessadas, com indicadores que podem ser encontrados no *website* das ONGs e por qualquer usuário. Englobam informações resumidas em financeiras, não financeiras, medidas de desempenho, de resultado e eficácia das atividades/projetos das ONGs.

No Brasil diferentes elementos fazem parte da prestação de contas: estatuto social; certidões, certificações, contratos e outros documentos; relatório de atividades que contemplem a finalidade e missão da ONG em consonância com o estatuto e a quem se destina e seu público-alvo, além dos dados numéricos, quantificando o alcance dos projetos, programas e resultados conseguidos; inventário patrimonial de bens móveis e imóveis em seu poder, em poder de

terceiros e de terceiros em seu poder; parecer do conselho fiscal; auditoria independente; entre outros (Ink Inspira, 2020).

Demonstrações financeiras exigidas pela Conselho Federal de Contabilidade (CFC), a Interpretação Técnica Geral (ITG) 2002 (R1) de 2015, aprovada pela Resolução CFC nº 1.409/12 que contempla o Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado do Exercício, Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido, Demonstração de Fluxo de Caixa e suas respectivas notas explicativas também foram consideradas (CFC, 2015).

Os Demonstrativos Financeiros contidos na ITG 2002 (R1) /2015, além de outros como extratos bancários, documentos fiscais e de funcionamento da entidade, provas de regularidade com órgãos federais, estaduais e municipais, entre outros, são os documentos que são avaliados (MPPA, 2019).

As adaptações dos indicadores do Índice de *Accountability* (IA) de Tremblay-Boire e Prakash (2015) foram baseadas nos mecanismos de *accountability* de Ebrahim (2003), dando atenção às ferramentas e processos que colaboram para *accountability* ascendente para doadores e financiadores e, ainda com base nos elementos que fazem parte das Normas Brasileiras de Contabilidade (NBCs) ITG 2002 (R1) /2015 e pela análise da lista de itens submetidos pelas ONGs ao Tribunal de Contas e Ministério Público estaduais, além dos requisitos avaliados pelo Selo DOAR. Foram excluídos do IA original, os indicadores que não se identificavam como *accountability* ascendente (Apêndice A).

Dos 33 indicadores do índice original, o IAA contou com 22 indicadores, e não foi segmentado em dimensões como o original e sim em um índice único que traduz a *accountability* ascendente produzida e publicizada pelas ONGs brasileiras. A não segmentação do IAA ocorreu porque as dimensões do índice original se subdividiam em dimensões que representavam a *accountability* direcionada às diversas partes interessadas, como beneficiários e colaboradores. A partir de uma análise baseada nos elementos definidos, optou-se pelos indicadores considerados e direcionados para o processo de prestação de contas e responsabilidade aos doadores/financiadores, mesmo que alguns desses também atendam outras partes interessadas.

Convém apontar, que as adaptações podem ser descritas como sendo a tradução, exclusão de itens que não existem no Brasil (como as agências de classificação do Terceiro Setor) e, ainda, a inclusão, em indicadores, de cada demonstração financeira exigida pela legislação brasileira de acordo com ITG 2002 (R1) /2015.

Alguns detalhamentos foram considerados para a coleta e análise dos indicadores, foram sugestão dos próprios autores, em resposta de e-mail, que a adaptação deveria ser feita para a

realidade do país que se queira analisar, como exemplo, sobre "Cartas, princípios ou outras iniciativas econômicas, ambientais e sociais desenvolvidas externamente, às quais a organização subscreve ou endossa (indicador 20)", diz respeito à iniciativas de autorregulação que a própria ONG busca para demonstração de responsabilidade, como é o caso de certificações, selos e prêmios de diversas naturezas. Ou seja, foram feitas adaptações mínimas do IA para que não comprometessem a sua validade interna, somente não utilização do IA por completo, por ser direcionado à todas as partes interessadas e este trabalho tem foco nos financiadores/doadores (ascendente).

Para coleta dos indicadores foi considerado 0, se não houver o indicador e, 1 caso estiver presente e foi dado peso igual a todos os indicadores. Alguns dos indicadores possuem interpretação subjetiva e, por isso, o Apêndice A detalha o que foi considerado para cada indicador, tornando a interpretação mais objetiva possível. Não foi analisado a qualidade das informações dos indicadores. Entende-se que numa realidade de ESFL, todos os indicadores são possíveis e até mesmo obrigatórios de serem encontrados, mas se por acaso algum indicador não tenha sido encontrado, como não foi consultada a instituição se ela não havia divulgado ou se realmente não possuía ou não caberia à sua realidade, a ONG foi considerada como não tendo o indicador. Neste estudo documental, o IAA é uma variável dependente.

Ainda, outras anotações pertinentes foram realizadas para corroborar os resultados e discussões e comporem as variáveis de controle, como receita total (menos receitas financeiras), idade organizacional, forma jurídica de constituição, setor de atuação, cidade e estado de localização da sede da ONG.

Os indicadores que compõem o IAA estão descritos na Tabela 5.

Tabela 5

Índice de *Accountability* Ascendente (IAA).

INDICADORES DE *ACCOUNTABILITY* ASCENDENTE

1. Relatório de atividades anual atual
2. Arquivo de relatórios de atividades anuais anteriores
3. Descrição dos programas / atividades
4. Informações sobre avaliação da eficácia e impacto do programa e/ou Relatório de desempenho (exceto financeiro)
5. Declarações sobre o cumprimento da lei, que foi considerado a presença de Relatório de Auditoria Independente e/ou Parecer do Conselho Fiscal
6. Balanço Patrimonial
7. Demonstração do Resultado do Exercício
8. Fontes de financiamento (receitas) e/ou Despesas por categoria e/ou com a separação com restrição ou sem restrição
9. Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido
10. Demonstração de Fluxo de Caixa
11. Notas explicativas
12. Lista dos principais colaboradores (doadores)
13. Composição do conselho de administração e/ou consultivo e/ou diretor e/ou assembleia geral

14. Composição da liderança (gestores) e/ou apresentação de organograma
 15. Inventário Patrimonial que pode ser considerado lista de imobilizado com a movimentação
 16. Estatuto e / ou carta de resolução/decisão
 17. Declaração de missão
 18. Notícias e /ou arquivo de comunicados/boletins de imprensa e/ou *newsletter* e/ou calendário de eventos
 19. Requisitos éticos para captação de recursos, que foram considerados a divulgação de diferentes formas de captação de recursos estabelecidos de forma ética e transparente
 20. Cartas, princípios ou outras iniciativas econômicas, ambientais e sociais desenvolvidas externamente, às quais a organização subscreve ou endossa, que foram consideradas as certificações, selos e prêmios de diversas naturezas
 21. Publicação de parcerias e acordos de cooperação, seja financeiro ou de qualquer outra natureza
 22. Contato para informações gerais / formulário de *feedback*
- Fonte: Adaptado de Tremblay-Boire, J. & Prakash, A (2015). *Accountability.org: Online Disclosures by U.S. Nonprofits*. **VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, 26: 693.

3.4 VISIBILIDADE DA MÍDIA – VARIÁVEL EXPLICATIVA

A visibilidade da mídia para verificação das notícias relacionadas às ONGs utilizou o *Google News* (*Google Notícias*) lançado em abril de 2002 e agrega notícias do mundo. O aplicativo é de fluxo contínuo e personalizável de artigos organizados a partir de milhares de editores e revistas. O diferencial do *Google Notícias* são os algoritmos técnicos e editores humanos (produção jornalística) que são atualizadas periodicamente (*Google News*, 2022).

A coleta dos dados na extensão *Google News* seguiu a ordem de busca que inicia com o nome da ONG (jurídico/fantasia) por extenso com sua sigla. O melhor nome para uso na busca foi definido quando constava na listagem de notícias o *website* oficial da ONG pesquisada e, a partir disso, realizada a soma das notícias dos anos de 2019, 2020 e 2021. Como o ano base de coleta dos dados foi de 2021, decidiu-se verificar as notícias que poderiam impactar nos resultados de 2021, por isso foi coletado dois anos antes e mais o ano de 2021.

Para certificar que as notícias se referiam mesmo à ONG buscada, foi realizada a verificação de cada uma delas de amostras aleatórias e todas as buscas foram salvas para verificação futura. Foram consideradas todas notícias, em português e publicadas no Brasil, que citavam a ONG que estava sendo buscada, independentemente de serem artigos que noticiam positivamente ou negativamente sobre a instituição, sendo, inclusive, uma limitação dessa pesquisa.

Só foram excluídas da contagem de notícias, as postadas de aplicativos como *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* e *Linkedin*. As notícias se originariam de diferentes mídias e/ou publicadas na *internet* advindas das próprias ONGs, das notícias em seus *websites* oficiais, como sugerido por Hugues (2014) que aconselha que as ONGs dediquem esforços consideráveis para

influenciar a cobertura dos jornais na promoção de seus objetivos. Espera-se uma relação positiva da visibilidade da mídia com a *accountability* ascendente das ONGs do estudo.

3.5 DOAÇÕES RECEBIDAS – VARIÁVEL EXPLICATIVA

As doações como sendo as receitas auferidas ou mesmo os recursos recebidos pelas ONGs, foram utilizadas como medida do tamanho organizacional em muitas pesquisas e, é um determinante importante da *accountability* em ESFL. A medida que uma organização cresce, torna-se mais visível e, portanto, atrai maior atenção e escrutínio por múltiplos constituintes como o Estado, a mídia e o público em geral. Tamanho têm haver com capacidade para sobreviver e crescer, já que têm maior acesso aos recursos necessários (Saxton & Guo, 2011).

Os autores também encontraram na literatura, forte relação entre tamanho e acesso à tecnologia e divulgação voluntária, ou seja, o tamanho maior prevê maior capacidade financeira de uma organização empregar tecnologia da informação e internet para funções estratégicas, como aumentar a *accountability* (Saxton & Guo, 2011).

Tremblay-Boire e Prakash (2015) apontaram que o tamanho da empresa é empiricamente importante para moldar os incentivos das empresas para compartilharem informações. Assim, empresas maiores - ONGs maiores - têm maior probabilidade de serem pesquisadas pelo público e de atraírem mais atenção e, portanto, divulgam mais informações relacionadas à *accountability*.

Ramos e Klann (2019) trouxeram que organizações maiores necessitam de gestão profissional, estão expostas a maior pressão social e política de seus usuários e, ainda, os custos de preparação das informações financeiras são mais fáceis de suportar. Destacam que existe uma relação do tamanho das instituições e o nível de qualidade da informação e o nível de divulgação.

Contudo, Alonso-Cañadas, Galán-Valdivieso, Saraite-Sariene e Caba-Perez (2019) trazem que o tamanho maior das ONGs tem um impacto negativo no nível de participação online e compromisso das ONGS com as partes interessadas por meio das mídias sociais.

Este trabalho utilizou informações sobre as Doações, o logaritmo natural do valor da receita total composta por todas as receitas com/sem restrição de uso operacionais e outras receitas encontradas na DRE/Balancete/Relatório de Atividades/Outros, menos as receitas financeiras ou mesmo o resultado financeiro (por ser relacionado à estrutura de capital da instituição e não com atividades operacionais e correlatas). O ano base para coleta dos dados foi 2021. Nesse estudo documental a variável Doações recebidas (receitas auferidas) é uma

variável independente e, espera-se uma relação positiva das Doações recebidas com a *accountability* ascendente das ONGs do estudo.

3.6 REGIÃO DE ATUAÇÃO - VARIÁVEL DE CONTROLE

O fator regional influencia a escolha do que divulgar, pois as regiões são diferenciadas pela extensão territorial, população multirracial com diferentes etnias, bem como por características sociais, culturais, morais, religiosas, políticas, éticas, educacionais e comportamentais. No Brasil, um dos maiores países do mundo, as diferenças regionais podem significar que a legitimidade das ONGs é diferente entre regiões (Seibert & Macagnan, 2019).

A densidade organizacional tem implicações para sua legitimidade. Quando poucas instituições ocupam um nicho, percebe-se baixos níveis de legitimidade, levando, potencialmente, a má *performance*, até mesmo pela dificuldade de arrecadação de recursos. O aumento do número de organizações em uma população, ou seja, aumento da densidade organizacional, melhora a sua viabilidade e *performance*, na medida em que a legitimidade adquirida, ameniza a dificuldade de aquisição de recursos (Saxton & Guo, 2011).

Assim, no contexto das ONGs há evidências de que existe relação positiva entre densidade e viabilidade organizacional, mas as organizações são menos propensas a precisar de altos níveis de *disclosure* e *accountability*, quando a legitimidade aumenta (Saxton & Guo, 2011).

Para esta pesquisa considerou-se o estado da sede de cada ONG, para análises baseadas na distribuição dessas instituições pelas regiões do Brasil, sendo 1 = sudeste; 2 = sul; 3 = centro-oeste; 4 = nordeste e; 5 = norte. Para operacionalização foi estabelecida uma variável *dummy* que assume valor “0” para ONGs presentes fora da Região Sudeste e valor “1” para ONGs presentes na Região Sudeste, cuja informação pode ser encontrada no Estatuto da organização. A região sudeste tem 69,5% dos casos, por este motivo foi considerada uma *dummy* “Sudeste” ou “Não-Sudeste”.

A Região Sudeste é a mais populosa do Brasil, e de acordo com IBGE (2019) é nessa região onde se concentram a maioria das unidades da FASFIL, por isso, espera-se uma relação positiva da Região Sudeste com a *accountability* ascendentes das ONGs do estudo.

3.7 IDADE ORGANIZACIONAL - VARIÁVEL DE CONTROLE

Saxton e Guo (2011) afirmam que organizações mais jovens terão maior probabilidade de recorrer a mecanismos de *accountability* e justificam essa afirmação, apontando que estudiosos em contabilidade argumentam que existe maior assimetria de informação entre *insiders* e *outsiders* em novas organizações, o que as estimula a maior divulgação voluntária.

Santos, Ohayon e Pimenta (2017) complementam que há uma preocupação das organizações mais jovens em construir uma boa reputação e, assim, angariar a confiança dos stakeholders. Além disso, pode indicar uma tendência à inércia na administração das organizações mais antigas, por desprezarem a importância da transparência e da comunicação para o aumento da governança.

Outros autores assinalam que a idade de uma organização é uma medida aproximada da reputação alcançada e que em ONGs com longa tradição, os gerentes demonstram maior predisposição para melhorar o relato de informações financeiras. Por fim, apontam que uma maior idade organizacional é fator que melhora positivamente a transparência *online* nas ONGs (Gálvez-Rodríguez, Caba-Pérez & López-Godoy, 2012).

Ramos e Klann (2019) trazem que a conotação de que quanto mais antigas são as entidades, mais experientes são e, que a idade pode afetar a qualidade da informação contábil, uma vez que, ao longo do tempo, as organizações adotarão práticas e mecanismos que levam a maior profissionalismo, garantindo relatórios contábeis mais úteis.

Alonso-Cañadas, Galán-Valdivieso, Saraite-Sariene e Caba-Perez (2019) complementam que a idade da ONG pode ser associada positivamente ao uso de mídias sociais como estratégia de comunicação e ao nível de participação *online* e compromisso das ONGs com as partes interessadas.

Foi coletado o ano de fundação/constituição formal da ONG e, assim, calculada a idade, em anos, completados em 2021. Espera-se uma relação positiva da idade organizacional com a *accountability* ascendente das ONGs do estudo.

3.8 FORMA JURÍDICA - VARIÁVEL DE CONTROLE

O Novo Código Civil brasileiro (Lei 10.406/2002) segmenta as pessoas jurídicas em dois grupos: (a) direito público e (b) direito privado e, define cinco formatos de pessoas jurídicas privadas: associações, fundações, organizações religiosas, partidos políticos e sociedades. Considerando as formas jurídicas definidas por lei para ONGs, as associações constituem-se pela união de pessoas em torno de objetivos comuns e sem finalidade lucrativa para seus membros (BRASIL, 2002) e as fundações são criadas por um instituidor, mediante

escritura pública ou testamento, a partir da dotação especial de bens livres, especificando a que se destina e como administrá-la (Ramos & Klann, 2019).

Resende (2006) salienta que, em face de dispositivos constantes na lei, as fundações, diferentemente das associações, estão sujeitas a mais exigências quanto à sua constituição e administração, assim como têm a determinação expressa de velamento pelo Ministério Público, incluindo aspectos administrativos e processuais. Administrativamente, fiscaliza, exerce controle e auxilia as fundações desde o ato de sua instituição legal e aprova os estatutos e suas reformas; garante que os bens das fundações não sejam mal administrados ou desviados; verifica se as fundações detêm os recursos para manter seus propósitos ou, em caso contrário, designa a incorporação de seu patrimônio por outra que se proponha a fins semelhantes. Processualmente, o Ministério Público adota medidas cabíveis visando à proteção do ente fundacional.

Gálvez-Rodríguez, Caba-Pérez e López-Godoy (2012) apontaram que na Espanha, a forma legal da ONG, também é a associação ou fundação. Embora em ambos casos, o objetivo seja melhorar o bem-estar social e apontam diferenças em alguns aspectos-chave, como o nível de dependência do setor público, processos de tomada de decisão gerencial e operações internas, relevância econômica e os controles internos. As fundações estão mais preocupadas em demonstrar sua legitimidade do que outras ONGs. Isso se deve ao fato de que os grandes recursos privados que seus fundadores direcionaram para a esfera pública despertam atenção e críticas. Assim, os autores apontaram que dada a característica específica das fundações, consideraram que a forma legal de uma fundação é um fator que promove a transparência *online* das ONGs.

Ramos e Klann (2019) afirmam que os pesquisadores de ONGs no Brasil, confirmam que as mesmas são legalmente enquadradas, na sua grande maioria, como associações do que como fundações. Silva, Resende, Muniz e Ckagnazaroff (2011) sugerem uma tendência das organizações se estabelecerem como associações ao invés de fundações, devido a dois aspectos: (i) primeiro, essa forma de institucionalização custa menos, é simples e não possui tantas regras quanto as fundações e (ii) por não haver necessidade de localização de ativos.

A partir disso, essa pesquisa pontuou ONGs estabelecidas como associações e fundações, sendo uma variável *dummy* que assumiu valor “0” para ONG que é uma associação e valor “1” para ONG que é uma fundação. A forma jurídica de associação possui 91,4% dos casos da amostra, por isso a escolha como variável *dummy*. Espera-se uma relação positiva da forma jurídica de associação com a *accountability* ascendente das ONGs do estudo.

3.9 SETOR DE ATUAÇÃO - VARIÁVEL DE CONTROLE

Tremblay-Boire e Prakash (2015) afirmam que, de acordo com a Teoria da Legitimidade, certas indústrias tendem a estar mais sujeitas a pressão social e ao escrutínio público do que outras, como é o caso das indústrias altamente poluentes e, tendem a divulgar mais informações. Estudos também apontam o contrário, assim, é provável que características setoriais moldem os incentivos das ONGs para divulgarem a *accountability*.

Em sua pesquisa, os autores, utilizaram a *National Taxonomy of Exempt Entities - Core Codes* (NTEE-CC do *Internal Revenue Service*) e o *National Center on Charitable Statistics* (NCCS) para classificarem as ONGs de acordo com as áreas de atuação, que foram definidas em: artes, cultura e ciências humanas; educação; ambiente e animais; saúde; serviços humanos; internacional; benefício público e; religião (Tremblay-Boire & Prakash, 2015).

A classificação dada pelo IBGE (2019) na publicação sobre as FASFIL: 1= Assistência social; 2= Cultura, arte, esporte e recreação; 3= Saúde; 4= Meio ambiente e proteção animal; 5= Desenvolvimento e defesa de direitos; 6= Habitação; 7= Educação e Pesquisa; 8= Religião; 9= associações patronais, profissionais, empresariais e de produtores rurais; 10= outras associações e fundações foi aplicada neste estudo. As classificações 8, 9 e 10 não foram utilizadas, porque o interesse era classificar a entidade dentro de um escopo de atuação e nenhuma tem atuação somente religiosa e nenhuma ONG do estudo pertence à associações patronais, profissionais, empresariais e de produtores rurais.

Para operacionalização foi estabelecida uma variável *dummy* que assumiu valor “0” para ONGs de outros setores de atuação diferente da assistência social e valor “1” para ONGs do setor de atuação em assistência social. A assistência social é o setor de atuação de destaque nas ONGs objeto desse estudo, representando um pouco de 26% da amostra, por isso a escolha do setor como variável *dummy*. Espera-se uma relação positiva da do setor de atuação assistência social com a *accountability* ascendente das ONGs do estudo.

A partir da variável dependente e variáveis explicativas e de controle, formulou-se a Tabela 6, um resumo das variáveis investigadas neste estudo.

Tabela 6

Síntese das variáveis de pesquisa.

Construto	Definição	Proxy	Operacionalização	Hipóteses	Referências do construto
QIAA Variável dependente	Índice de <i>Accountability</i> Ascendente (IAA): medida consolidada das divulgações de <i>accountability</i> online das ONGs. Pontuação de 0 a 22, conforme número de indicadores do IAA.	Variável binária codificada como 0 e 1 (<i>dummy</i>): 1 possui a informação determinada pelo indicador e 0 não possui.	Pesquisa informacional e documental nos sites oficiais das ONGs selecionadas para busca dos indicadores do IAA, considerando o ano 2021.		Tremblay-Boire e Prakash (2015)
VISIBMIDIA Variável independente	Visibilidade da mídia - cobertura da mídia em relação às ONGs, considerada uma pressão externa.	Contagem do número total de artigos de notícias disponíveis sobre cada ONG.	Com o uso do <i>Google News</i> , busca por notícias de cada ONG do estudo, soma dos anos de 2019 a 2021.	H1: Há efeito positivo da visibilidade da mídia na <i>accountability</i> ascendente das ONGs brasileiras.	Patten (2002); Deegan (2002); Palazzo e Scherer (2006); Castells (2007); Candler (2010); Hughes (2014); Tremblay-Boire e Prakash (2015); Nazuk e Shabbir (2018); Alonso-Cañadas, Galán-Valdivieso, Saraite-Sariene, & Caba-Perez (2019); Islam, Dissanayake, Dellaportas e Haque (2019).
DOACOES Variável independente	Doações recebidas representadas pela receita total auferida ou recursos totais recebidos pela ONG.	Logaritmo natural do valor da receita total composta por todas as receitas com/sem restrição de uso operacionais e outras receitas, menos as receitas financeiras ou mesmo o resultado financeiro.	Demonstração o Resultado do Exercício/Balancete de verificação/Relatório de Atividades/Outros, do ano de 2021.	H2: Há efeito positivo das doações recebidas na <i>accountability</i> ascendente das ONGs brasileiras.	Saxton e Guo (2011); Gálvez-Rodríguez, Caba-Pérez, López-Godoy (2012); Dainelli, Manetti e Sibilio (2013); Gálvez-Rodríguez, Caba-Pérez, López-Godoy (2014); Tremblay-Boire e Prakash (2015); Santos, Ohayon e Pimenta (2017); Portulhak, Delay e Pacheco (2017); Dall'agnol, Tondolo, Tondolo e Sarquis (2017); Ramos e Klann (2019); Lacruz,

					Nossa, Guedes e Lemos (2021); Carvalho e Paes (2022).
REGIAO Variável de controle	Estado da sede da ONG e classificação de acordo com a região: 1 = sudeste; 2 = sul; 3 = centro-oeste; 4 = nordeste e; 5 = norte.	Variável <i>dummy</i> que assume valor “0” para ONGs presentes fora da região sudeste e valor “1” para ONGs presentes na região sudeste.	Estatuto/ <i>website</i> oficial das ONGs.		Saxton e Guo (2011); Seibert e Macagnan (2019).
IDADE Variável de controle	Número de anos	Cálculo da idade em anos desde a fundação/constituição, completados em 2021.	Estatuto/ <i>website</i> oficial das ONGs.		Saxton e Guo (2011); Gálvez-Rodríguez, Caba-Pérez, López-Godoy (2012); Ramos e Klann (2019); Alonso-Cañadas, Galán-Valdivieso, Saraite-Sariene e Caba-Perez (2019).
FORMA Variável de controle	Classificação da forma jurídica de constituição das ONGs	Variável <i>dummy</i> que assume valor “0” para ONG que é uma associação e valor “1” para ONG que é uma fundação.	Estatuto/ <i>website</i> oficial das ONGs.		Resende (2006); Silva, Resende, Muniz e Ckagnazaroff (2011); Gálvez-Rodríguez, Caba-Pérez, López-Godoy (2012); Ramos e Klann (2019).
SETOR Variável de controle	Classificação por setor de atuação e classificação de acordo com IBGE (2019): 1= Assistência social; 2= Cultura, arte, esporte e recreação; 3= Saúde; 4= Meio ambiente e proteção animal; 5= Desenvolvimento e defesa de direitos; 6= Habitação e; 7= Educação e Pesquisa.	Variável <i>dummy</i> que assume valor “0” para ONGs de outros setores de atuação diferentes da assistência social e valor “1” para ONGs do setor de atuação em assistência social.	Estatuto/ <i>website</i> oficial das ONGs.		Tremblay-Boire e Prakash (2015).

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Os dados foram tabulados em *Software Microsoft Excel*® e, posteriormente, analisados por meio de *Statistical Software Stata*® 15. Para determinar o modelo de regressão, foi realizado o cálculo da média e da variância dos dados da variável dependente – o Índice de *Accountability* Ascendente (IAA) – cujos valores apontaram uma variância muito abaixo da média (média = 19,58095 e variância = 10,61782). Assim, foi determinado para a análise dos resultados, a regressão linear múltipla, que é uma análise preditiva, usada para descrever dados e explicar a relação entre uma variável dependente e duas ou mais variáveis independentes.

Além da análise de correlação, que se concentra na força da relação entre duas ou mais variáveis, a análise de regressão assume uma dependência ou relação causal entre uma ou mais variáveis independentes e uma variável dependente (Fávero, Belfiore, Silva & Chan, 2009).

Primeiramente, foram verificados os pressupostos básicos de normalidade, da homogeneidade das variâncias da amostra e de multicolinearidade, com corte transversal, com um nível de 5% de significância. Também foi feita análise descritiva e complementar dos dados coletados.

Assim, o modelo proposto analisou a força do efeito que as variáveis independentes, visibilidade da mídia e doações recebidas pelas ONGS, têm sobre a variável dependente, *accountability* ascendente e as interações com as variáveis de controle. A partir disso, a Equação 1 apresenta o modelo para o teste das hipóteses de pesquisa:

$$QIAA_{i,t} = \alpha + \beta_1 VISIBMIDIA + \beta_2 \ln DOACAO + \beta_3 REGIAO + \beta_4 IDADE + \beta_5 FORMA + \beta_6 SETOR + \varepsilon$$

(Equação 1)

Em que:

QIAA é a pontuação obtida no IAA (entre 0 e 22) da unidade i, no período t;

VISIBMIDIA é o número total de notícias disponíveis (2019 a 2021) sobre cada ONG;

DOACAO é o logaritmo natural das doações recebidas, representadas pela receita total (2021) de cada ONG;

REGIAO é uma variável *dummy* que assume valor “0” para unidades presentes fora da região sudeste e valor “1” para unidades presentes na região sudeste;

IDADE é o número, em anos completos, da unidade no ano de 2021;

FORMA é uma variável *dummy* que assume valor “0” para unidades em forma de associação e valor “1” para unidades em forma de fundação;

SETOR é uma variável *dummy* que assume valor “0” para ONGs de outros setores de atuação diferentes da assistência social e valor “1” para ONGs do setor de atuação em assistência social;

α é o intercepto;

β_{1-6} são os coeficientes angulares;

ε é o termo de erro estocástico.

3.10 PROCEDIMENTOS DO ESTUDO EXPERIMENTAL E DESENHO DE PESQUISA

Uma tarefa experimental foi desenvolvida para testar as hipóteses do objetivo específico b, na qual os participantes assumem o papel de doadores individuais, a partir da determinação de um percentual que disponibilizariam para doação, baseado na faixa salarial recebida por eles como renda mensal, além de apontarem a propensão de futuras doações para a ONG objeto do experimento. Neste estudo experimental as doações – presentes e futuras – são variáveis dependentes.

A ONG escolhida foi o Instituto C – Criança, Cuidado, Cidadão, fundada em 2011 e atua na cidade de São Paulo/SP, junto a famílias que tenham crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social, para que construam sua autonomia, tendo consciência sobre seus direitos e deveres e, podendo assim, oferecer um ambiente saudável para o pleno desenvolvimento de suas crianças e adolescentes. Atuam especificamente na proteção social básica e buscam o fortalecimento dos vínculos familiares e prevenção de situações de risco por meio do desenvolvimento das potencialidades de cada uma das famílias.

Idis e Gallup (2015) apontam que as causas mais sensibilizantes são relativas às crianças e à saúde. A sensibilidade do brasileiro, portanto, se volta para os grupos mais frágeis e vulneráveis – crianças, idosos e pobres – o que também resulta da cultura e do ambiente do País. A escolha se deu também por essa ONG possuir 100% dos indicadores do Índice de *Accountability* Ascendente, apurado no estudo documental desta pesquisa, possuindo todo tipo de informação pertinente à *accountability* ascendente e horizontal em seu *website* oficial.

Os participantes receberam um apelo de angariação de fundos, com pedido de doação para dar continuidade ao trabalho já desenvolvido e com a pretensão de ampliação de atuação

para outros lugares da cidade de São Paulo e, ainda, com informações sobre a missão, visão e valores e as atividades/projetos principais, incluindo manipulações que consideram a *accountability* horizontal e a *accountability* ascendente.

Duas variáveis independentes foram manipuladas: (i) a *accountability* horizontal em dois níveis: ausente e presente e (ii) a *accountability* ascendente também em 2 níveis – ausente e presente.

Na condição experimental para a *accountability* horizontal foram incluídos os selos de aprovação com o logotipo do endossante. No experimento, utilizou-se os selos reais que a ONG recebeu, conforme divulgado pela instituição em seu *website*, que foram: o Prêmio Melhores ONGs do Brasil desde 2017 até 2022; o Selo DOAR A+, frisando a conquista importante conseguida em 2021, como sinal de incentivo, legitimação, profissionalismo e transparência; além das certificações estaduais e municipais conseguidas pela ONG. Na condição ausente, os participantes não recebem nenhuma informação de *accountability* horizontal. Neste estudo experimental a *accountability* horizontal é uma variável independente/explicativa.

Na condição experimental com a *accountability* ascendente serão utilizados recortes dos indicadores que compõem o Índice de *Accountability* Ascendente (IAA), como a evolução da receita auferida anual, por fonte de financiamento, ao longo dos anos de 2012 a 2021 em forma gráfica, um recorte dos custos e despesas de 2020/2021, o Balanço Patrimonial de 2020/2021 e ainda, figuras apresentando os resultados e desempenho de cada um dos principais projetos da ONG, de forma qualitativa e quantitativa. Neste estudo experimental, o IAA é uma variável independente/explicativa.

A Tabela 7 apresenta as variáveis dependentes e independentes e a correspondência com o instrumento e hipóteses de pesquisa.

Tabela 7

Síntese das variáveis dependentes e independentes

Variáveis Dependentes	Questões relacionadas às variáveis dependentes no formulário de pesquisa	Hipóteses de pesquisa	Variáveis Independentes	Questões relacionadas às variáveis independentes no formulário de pesquisa
Percentual de doação individual em relação à renda mensal.	<p>2) Você tem a oportunidade de decidir, se quer doar e quanto doar para nossa instituição. Se decidir por doar, percentualmente, em relação à sua renda mensal individual, você está disposto a doar quanto?</p> <p>Fique à vontade para decidir a partir das informações vistas por você e considere uma única doação hoje. Então o que decidiu, quanto está disposto a doar?</p> <p>a) até 1% b) entre 1 e 5% c) entre 5 e 10% d) entre 10 e 20% e) entre 20 e 30% f) acima de 30% g) Não estou disposto a doar nenhum valor para essa ONG.</p>	<p>H3a: A ONG que divulga a accountability horizontal – selos de aprovação – recebe maior percentual de doação individual do que aquela que não divulga.</p> <p>H4a: A ONG que divulga a accountability ascendente e horizontal recebe maior percentual de doações individuais do que aquela que não divulga.</p> <p>H5a: A ONG que divulga a accountability ascendente recebe maior percentual de doações individuais do que aquela que não divulga.</p>	<i>Accountability Horizontal</i>	<p>11) A informação sobre os selos de aprovação que a ONG recebeu, fizeram diferença na sua decisão de doação? a) () sim b) () não c) () não lembro dos selos de aprovação (“não vi”/“não prestei atenção”)</p> <p>12) As informações financeiras, não financeiras, medidas de desempenho, de resultado e eficácia das atividades/projetos divulgadas pela ONG, fizeram diferença na sua decisão de doação? a) () sim b) () não c) () não lembro (“não vi”/“não prestei atenção”)</p>
Probabilidade doação individual futura.	<p>3) Independentemente do valor indicado para doação, numa escala de 0% a 100%, qual a possibilidade de você realizar futuras doações para essa ONG?</p> <p>a) 10% b) 30% c) 50% d) 80% e) 100% f) Não realizarei futuras doações para essa ONG.</p>	<p>H3b: A ONG que divulga a accountability horizontal – selos de aprovação – maior é a propensão de receber doação futura individual do que aquela que não divulga.</p> <p>H4b: A ONG que divulga a accountability ascendente e horizontal obtém maior propensão de doações</p>	<i>Accountability Ascendente</i>	

		<p>futuras individuais do que aquela que não divulga.</p> <p>H5b: A ONG que divulga a accountability ascendente obtém maior propensão de doações futuras individuais do que aquela que não divulga.</p>		<p>13) Indique os três fatores mais importantes que influenciaram a sua escolha do percentual do seu salário a ser doado para a ONG (se não realizaram a doação, indicar uma justificativa).</p>
--	--	---	--	--

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

A matriz de Kerlinger (1979), que propõe as condições de controle e experimentais, estão descritas na Tabela 8.

Tabela 8

Matriz das condições de controle e experimentais.

	<i>Divulga a accountability horizontal (A)</i>	<i>Não divulga a accountability horizontal (B)</i>
<i>Accountability ascendente (1)</i>	Caso 1	Caso 2
<i>Não divulga a accountability ascendente (2)</i>	Caso 3	Caso 4

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

As condições experimentais correspondem aos casos 1, 2 e 3 e a condição de controle corresponde ao caso 4 e, a partir dessa Matriz foram construídos os casos para que contemplassem todas as variáveis independentes:

- Caso 1 (A+1): ONG que divulga a *accountability* horizontal e ascendente;
- Caso 2 (A+2): ONG que NÃO divulga a *accountability* horizontal e divulga a ascendente;
- Caso 3 (B+1): ONG que divulga a *accountability* horizontal e NÃO divulga a ascendente;
- Caso 4 (B+2): grupo de controle, que NÃO divulga a *accountability* horizontal e NÃO divulga a ascendente.

A aplicação do experimento foi realizada de forma *online*. O uso da *internet* para experimentos vem sendo utilizada, principalmente, após o início da pandemia do Coronavírus em 2019 e nesse novo cenário em todo o mundo, ferramentas que possibilitem experimentos *online* ganharam destaque e esses formatos de pesquisa, já discutidos desde o fim dos anos de 1990, estão se ampliando. As diversas facilidades proporcionadas, as reformulações possibilitadas e reduções significativas de tempo e custos são fatores que contribuem para o grande interesse em se desenvolver pesquisas *online* (Fonseca, Carvalho & Zanella, 2021).

Diversas ferramentas que possibilitam o uso de vídeos, áudios e imagens para conceber e estruturar tarefas experimentais comportamentais veem sendo disponibilizadas, como *PsychoPy* e *PCIBex*. Também os ambientes digitais permitem abranger uma amostra mais variada de indivíduos que receberão o *link* da tarefa experimental, além de favorecer o

participante, que pode responder se quiser, quando e onde puder (Fonseca, Carvalho & Zanella, 2021).

Dentre as desvantagens no uso de *internet*, Leary (2012) destaca a dificuldade em se confirmar a identidade dos participantes, a dificuldade de controle do ambiente em que o experimento está sendo realizado e ainda maior possibilidade de desistência de participantes ao longo da aplicação do experimento.

Em conjunto, essas desvantagens representam ameaças à validade interna do estudo e, para amenizar essas desvantagens, foi exigido que eles registrassem seus *e-mails* de forma obrigatória, não sendo possível responder a pesquisa sem esse registro. Um apelo também foi descrito no convite de participação que dizia que a maioria das questões eram de resposta obrigatória para se finalizar o questionário e que essa obrigatoriedade foi necessária para que se possa analisar os resultados em plenitude, por isso foi pedido a gentileza e compreensão em responder todas as perguntas obrigatórias, além de solicitar a não voltarem às informações sobre a ONG, quando iniciaram a responder às perguntas do formulário, pedindo que para confiassem no que já foi visto e lido por eles para responderem às questões.

Este experimento utilizou uma ferramenta que não necessita de programação como *PsychoPy* e *PCIBex*, que é o *Google Forms*, sendo um aplicativo de gerenciamento de pesquisas lançado pelo *Google*. Como os questionários necessitavam somente de figuras e informações descritas, além do questionário para respostas, o *Google Forms* atendeu ao propósito da pesquisa. Para isso, foram necessários criar quatro formulários diferentes, que representavam os quatro casos descritos na Tabela 8.

Para aplicação do experimento, os participantes foram alunos dos cursos de pós-graduação, os mestrandos e doutorandos dos Programas de Pós-Graduação *Stricto Sensu* da Universidades do Brasil, principalmente da Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD) e Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), pela facilidade de acesso aos pós-graduandos por grupos de *whatsapp* e *e-mails*, já que foi este o meio escolhido para acesso aos participantes. Também foi pedido à coordenação dos cursos de pós-graduação que enviassem o questionário aos *e-mails* dos alunos matriculados.

A escolha de alunos de pós-graduação como participantes foi por conveniência porque, além de facilidade de acesso, também se espera que estejam no mercado de trabalho e possuam renda mensal. O propósito é simular uma doação presente e futura, baseada na renda mensal declarada pelo participante e, ainda o entendimento mínimo das informações disponibilizadas de *accountability* ascendente e horizontal da ONG objeto de estudo.

Aguiar (2017) aponta que na prática, predomina a escolha de participantes padronizados ou homogêneos uma vez que são recrutados a partir de amostras de estudantes definidas por conveniência. A vantagem é a de reduzir a possibilidade de mudanças na variável dependente decorrentes de diferenças no perfil dos participantes, o que contribui para a validade interna do estudo (Trochim & Donnelly, 2008). Além disso, a homogeneidade dos participantes reduz o erro de estimação do efeito da variável independente sobre a dependente, contribuindo para um maior poder dos resultados e maior validade de conclusão ou estatística (Shadish, Cook & Campbell, 2002).

Foi gerado um *link* pra cada um dos quatro formulários. Para cada *e-mail*, grupo de *whatsapp* e pedido de envio pelas coordenações dos programas, foram enviados diferentes formulários, de forma aleatória.

No experimento foi utilizado a aleatorização dos participantes às condições experimentais. O desenho experimental dessa pesquisa é 2×2 *between-participants*, que é predominante na literatura contábil, cujo objetivo é comparar o comportamento entre diferentes indivíduos expostos a diferentes níveis das variáveis independentes (Aguiar, 2017).

A quantidade de participantes tem efeito direto na validade de conclusão ou estatística do estudo (Shadish, Cook & Campbell, 2002; Trochim & Donnelly, 2008). Como regra geral, quanto maior o número de sujeitos, maior o poder de um determinado desenho experimental (Leary, 2012).

De modo mais prático, o mais comum em experimentos é a busca por, no mínimo, 20 participantes por condição experimental, buscando-se normalmente tamanhos balanceados por grupo experimental, ou seja, com igual número de participantes (Smith, 2000; Aguiar, 2017). Assim, esse experimento que é do tipo 2×2 *between-participants*, resultou em quatro condições experimentais, sendo necessários, pelo menos, 80 participantes (20 participantes x 4 condições experimentais), como também feito por Kachelmeier, Thornock e Williamson (2016).

As sessões experimentais foram feitas de forma *online* e a qualquer momento em que o participante, após aceitar participar da pesquisa – depois de ler o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) – respondê-la por completo. Foi utilizado o *Google Forms* para aplicação do instrumento e foi coletado o *e-mail* (obrigatoriamente) e nome completo do participante (opcional), trazendo, assim, maior validade à pesquisa.

Foram um total de 90 respondentes, sendo 30 do Caso 1, 20 do Caso 2, 20 do Caso 3 e 20 do Caso 4. As respostas foram recebidas entre os dias 06/06/2023 até 24/08/2023. Nenhum respondente se repetiu, confirmando assim, que os participantes não tiveram conhecimento de que haviam casos distintos, prezando a aleatorização da distribuição dos casos. Somente no Caso 1, três respondentes foram descartados por não se enquadrarem nos critérios de seleção dos participantes, ou seja, estar cursando regularmente pós-graduação *strictu sensu*.

Todos os respondentes são alunos de pós-graduação *strictu sensu* (mestrandos e doutorandos), do 1º ao 4º ano, de diferentes áreas nas universidades brasileiras. Os 90 respondentes sinalizaram positivamente que diante da leitura e dos esclarecimentos adicionais constantes no Termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE), declarando a ciência com relação aos procedimentos do estudo e a disposição de participar voluntariamente. Além disso, os 90 participantes também registraram seus *e-mails* obrigatoriamente e a maior parte deles disponibilizaram seus nomes completos e assinalaram que gostariam de receber os resultados dessa pesquisa.

Para manter a homogeneidade da pesquisa, a amostra é composta por 80 respondentes, sendo 20 para cada Caso ou tarefa experimental. A exclusão foi necessária apenas para o Caso 1 e para isso realizou-se a aleatorização por meio da ferramenta do *excel* “ALEATÓRIOENTRE”, com números de 1 (um) a 27 (vinte e sete), para a separação aleatória dos 20 respondentes. A aleatorização foi restrita, mantendo a homogeneidade da amostra, para que não houvesse quantidades diferentes de condições experimentais e considerando a quantidade inferior a 200 respondentes. Com isso, é possível realizar a comparação entre os casos e evitar problemas de análise da homogeneidade da variância (Cook, Campbell, 2002).

A variável Nível de Escolaridade foi respondida pelos participantes como forma de confirmar a amostra por conveniência de alunos de pós-graduação *strictu sensu* (mestrandos e doutorandos), do 1º ao 4º ano e não foi incluída nas análises dos resultados. Dos 80 respondentes participantes da amostra, 40 cursam Doutorado acadêmico; nas áreas de Contabilidade (17), Agronegócios (12), Geografia (5), História (1), Entomologia Agroecológica (1), Engenharia de Produção (1), Educação (1); Biotecnologia e Biodiversidade (1) e, Desenvolvimento Socioeconômico (1); nas Universidades UFGD, UFSC, FURB, UFRGS, UNICAMP, USP, UFRJ, UFMS e UNESC e; nos 1º ao 4º ano do curso.

29 alunos cursam Mestrado acadêmico; nas áreas de Contabilidade (9), Agronegócios (4), Alimentos, Nutrição e Saúde (3), Educação e Territorialidade (3), Educação (2), Geografia (2), Sociologia (2), Biodiversidade e Meio Ambiente (1), Biologia (1), Ciências e Tecnologia Ambiental (1) e, Agronomia (1); nas Universidades UFGD, UFSC, UFES e UFMS; nos 1º e 2º ano de curso. Por fim, 11 alunos cursam Mestrado profissional; nas áreas de Administração Pública (10) e Inovação (1), na UFGD e IFMS; nos 1º e 2º ano de curso.

O detalhamento do instrumento experimental encontra-se no Apêndice B e se resume na seguinte sequência: i) Termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE), antes de cada um dos quatro casos, sendo igual para todos e, que deve ter a concordância do participante para dar prosseguimento na pesquisa, com a informação do *e-mail* (obrigatório) e nome completo (opcional); ii) Casos experimentais e de controle a serem distribuídos aos participantes, ou seja, quatro casos diferentes a serem respondidos e; iii) Questões do instrumento de pesquisa, sendo igual para todos os quatro casos.

A Figura 3 traz a estrutura de validação preditiva experimental do objetivo específico b e está fundamentada no modelo de Libby, Bloomfield e Nelson (2002).

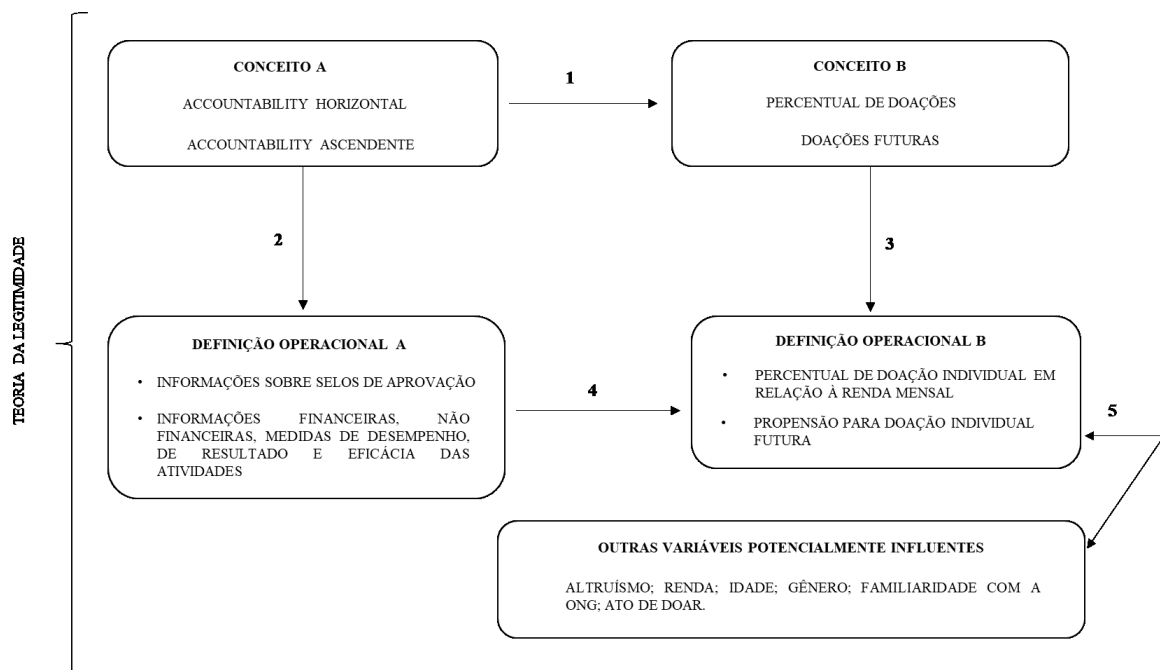


Figura 3. Estrutura de validação preditiva experimental.

Fonte: Elaborado pela autora, fundamentado no modelo de "Libby, R.; Bloomfield, R. & Nelson, M. W. (2002). Experimental research in financial accounting, *Organizations and Society*, Volume 27, Issue 8, pp. 775-810.

Segundo Libby, Bloomfield e Nelson (2002), as hipóteses devem ter validade preditiva, os conceitos teóricos devem ter relações e capturam aspectos importantes do ambiente de destino e as teorias e, as hipóteses captam a relação entre os elementos do ambiente em estudo.

A Figura 3 apresenta o *link* 1 que reflete a relação teórica dos elementos estudados, em que as variáveis dependentes, “percentual de doações” e “doações futuras” são influenciadas pelas variáveis independentes “*accountability* horizontal” e “*accountability* ascendente”. Os *links* 2 e 3 tratam da operacionalização do conceito no experimento. Assim, em relação às variáveis independentes, a variável “*accountability* horizontal” é operacionalizada por meio de informações sobre selos de aprovação recebidos pelas ONGs e, a variável “*accountability* ascendente” é representada por informações financeiras, não financeiras, medidas de desempenho, de resultado e eficácia das atividades divulgadas pelas ONGs.

A variável dependente “percentual de doações” é operacionalizada pelo percentual de doação individual em relação à renda mensal e a variável dependente “doações futuras”, pela propensão de doação individual futura. O *link* 4 se refere à relação entre as variáveis independentes e dependentes operacionais, da mesma forma que ocorre na relação conceitual do *link* 1.

As variáveis de controle foram tratadas de forma que seja possível isolar o efeito das variáveis relevantes ao estudo. No *link* 5, portanto, estão identificadas potenciais variáveis que podem influenciar as variáveis dependentes em um ambiente não controlado. A Tabela 9 apresenta as variáveis de controle com as referências do construto e a correspondência com as questões do instrumento de pesquisa.

Tabela 9

Síntese das variáveis de controle.

Variáveis de Controle	Questão relacionada à variável no formulário de pesquisa	Referências do construto
Idade	4) Idade em anos	Idis & Gallup (2015); Mesch, Rooney, Steinberg e Denton (2006).
Gênero	5) Com qual gênero você se identifica: () feminino () masculino () outro	Mesch, Rooney, Chin & Steinberg (2002); McClelland & Brooks (2004); IDIS & Gallup (2015).
Renda	1) Qual sua renda mensal individual (salário mínimo em maio/2023: R\$1.320,00): a) até 2 salários mínimos b) entre 2 e 3 salários mínimos c) entre 3 e 5 salários mínimos d) acima de 5 salários mínimos	Bryant, Jeon-Slaughter, Kang, & Tax (2003); McClelland & Brooks (2004); IDIS & Gallup (2015).
Nível de escolaridade	6) Curso na pós-graduação: a) Mestrado acadêmico b) Mestrado profissional c) Doutorado acadêmico d) Doutorado profissional 7) Qual a área do Curso: 8) Etapa que está cursando (ano): 9) Qual Universidade/Faculdade está cursando (pode ser a sigla)?	McClelland & Brooks (2004); Mesch, Rooney, Steinberg e Denton (2006); IDIS & Gallup (2015).
Familiaridade com a ONG	10) Você já conhecia a ONG, ou mesmo já havia ouvido falar? () sim () não	Sargeant, Ford e West (2006); IDIS & Gallup (2015); Tremblay-Boire e Prakash (2016); Li e McDougale (2017); Kolhede e Gomez-Arias (2022).
Ato de doar	14) Você fez alguma doação para uma ONG no último ano? a) () sim b) () não c) () não lembro 15) Se sua resposta for sim, qual o valor doado (aproximadamente), ou se não for doação em valor, mas de outra forma, como horas de voluntariado ou objetos (cestas básicas, roupas, cobertores), descreva aqui.	Buchheit e Parsons (2006); Sargeant, Ford e West (2006); Parsons (2007); Bekkers e Wiepking (2011); McDowell, Li e Smith (2013); IDIS & Gallup (2015); Tremblay-Boire e Prakash (2016); Karlan e Wood (2017); Li e McDougale (2017); Banding e Mayangsari (2017); Bock, Eastman e Eastman (2018); Konrath e Handy (2018); Van Dijk, Van Herk e Prins (2019); Bodem-Schrotgens e Becker (2020); Saeri et al. (2022); Kolhede e Gomez-Arias (2022).
Altruísmo	Questões 16 a 24, numa escala likert (1) nunca (2) raramente (3) às vezes (4) frequentemente (5) sempre, conforme Tabela 10.	Rushton, Crisjohn e Fekken (1980); Bekkers e Wiepking (2011); Konrath e Handy (2018); Manzur e Olavarrieta (2021); Kolhede e Gomez-Arias (2022).

Fonte: Elaborado pela autora (2023).

A variável de controle Altruísmo está alicerçada em Rushton, Crisjohn e Fekken (1980) que criaram a *Self-Report Altruism* (SRA) traduzida como Autorrelato de Altruísmo, sendo uma escala de 20 itens utilizada para avaliar o comportamento altruísta das pessoas. Ela foi adaptada por Manzur e Olavarrieta (2021) que simplificaram a escala para 9 itens, apresentando confiabilidade e validade adequadas e, representa um instrumento adequado para o avaliar o altruísmo. Assim, o viés de resposta e a eficiência das pesquisas aumentam, melhorando o processo de medição e a validade dos resultados. Em tais escalas com menos itens é permitido que os pesquisadores incluam outros construtos e estudem mais relações simultaneamente (Manzur & Olavarrieta, 2021).

Manzur e Olavarrieta (2021), no estudo de validação, mostraram efeito positivo do altruísmo auto-relatado medido pelo 9-SRA sobre as adesões e doações monetárias a uma emissora de TV pública nos EUA e, sugerem que estudos posteriores usem escala 9-SRA para estudar outros tipos de doações relevantes, como tempo (em ONGs), órgãos (em políticas públicas e estudos de saúde pública), dinheiro (por exemplo, em pesquisas de ESFL) ou doação de presentes (em comportamento do consumidor).

Além disso, o recente surgimento da economia comportamental e o questionamento de pressupostos puramente racionais do comportamento humano em economia, finanças e tomada de decisão humana, sugere que considerar o altruísmo pode ser relevante para uma melhor compreensão e modelagem do comportamento dos agentes. Assim, o uso da escala 9-SRA pode agregar importantes *insights* sobre a tomada de decisão e escolha humana. Como a maior parte dessas pesquisas envolvem experimentos, incluir uma medida de altruísmo nesses estudos, pode ser útil para controlar diferenças, *a priori*, em sujeitos experimentais e para uma atribuição mais equilibrada a grupos experimentais, melhorando assim o *design* geral da pesquisa (Manzur & Olavarrieta, 2021).

Os participantes responderam aos nove itens da 9-SRA (Tabela 10), usando uma escala *likert* de cinco pontos: (1) nunca, (2) raramente, (3) às vezes, (4) frequentemente e, (5) sempre.

Tabela 10

9-SRA: Escala de Autorrelato de Altruísmo

1	Eu doei dinheiro para uma instituição de caridade
2	Eu doei bens ou roupas para uma instituição de caridade
3	Fiz trabalho voluntário para uma instituição de caridade
4	Eu ajudei a carregar os pertences de um estranho
5	Eu fiz a mudança para alguém que não conhecia
6	Eu ajudei um conhecido a mudar de casa
7	Eu deixei um vizinho que não conhecia bem pegar emprestado um item de algum valor pra mim

8	Eu me ofereci para ajudar um deficiente ou um idoso estranho a atravessar a rua
9	Eu ofereci meu lugar a um estranho que estava de pé

Fonte: Manzur, E.; Olavarrieta, S. (2021). The 9-SRA Scale: A Simplified 9-Items Version of the SRA Scale to Assess Altruism. *Sustainability*, Volume 13.

Os participantes foram separados em dois grupos com base no valor mediano das respostas da escala *likert* (dado pela média das respostas de cada participante aos 9 itens da escala de autorrelato de altruísmo) e foram codificados os participantes com um nível de altruísmo igual ou acima da mediana como 1 (alto nível de altruísmo) e 0 os participantes com um nível abaixo da mediana (baixo nível de altruísmo). A mediana foi de 2,56.

Após a tabulação dos dados e codificação, realizou-se os ajustes necessários para que as análises fossem viabilizadas. Concretizou-se, na sequência, a estatística descritiva para representar a amostra e revisar os dados. Para a escolha da técnica estatística mais adequada, paramétrica ou não paramétrica, foram realizados os testes de Normalidade e Homogeneidade (Fávero, Belfiore, Silva & Chan, 2009). Constatou-se que os dados não possuem distribuição normal. Portanto, para o teste das hipóteses estabelecidos nesta pesquisa foi utilizado o teste Qui-quadrado, adequado para variáveis nominais e/ou não dicotômicas. Ainda, completou-se a análise dos dados por meio de correlações (Coeficiente de Spearman) para medir o grau de relacionamento entre as variáveis dependentes e de controle.

4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISES DESCRITIVAS DO ESTUDO DOCUMENTAL

Das 210 ONGs, 103 possuem 100% dos indicadores do IAA, ou seja, 49% da amostra. No outro extremo, 4 ONGs (2% da amostra) possuem menos de 50% dos indicadores - *Actionaid* Brasil (10), IPREDE (10), Instituto Futebol de Rua (11) e Instituto *Mano Down* (11); ou seja, o valor mínimo é 10 e valor máximo é de 22 indicadores encontrados nas ONGs objeto de estudo, em média, 18 (Tabela 11). 178 ONGs cumprem mais de 72,7% dos indicadores (84,8% de ONGs)

Dos 22 indicadores, todas as ONGs possuem a declaração de missão (17), seguido de descrição dos programas/atividades (3). O contato para informações gerais/formulário de *feedback* (22) também foi encontrado em 99,5% (com exceção da ONG Centro Cidadania) e o de Notícias e /ou arquivo de comunicados/boletins de imprensa e/ou *newsletter* e/ou calendário de eventos (18) em 99% (com exceção o IPREDE e Instituto Carisma). Os indicadores menos presentes foram o do Inventário Patrimonial (15), Relatório de Auditoria e/ou Parecer do Conselho Fiscal (5), Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido (9), Notas explicativas (11) e Demonstração do Fluxo de caixa (10), num percentual de 65,2% a 71,4% de atendimento aos respectivos indicadores.

Os resultados obtidos nessa pesquisa, vão de encontro aos achados dos trabalhos realizados com ONGs brasileiras, no que diz respeito à prestação de contas das práticas contábeis e de acordo com as NBCs específicas para as ESFL, já que os indicadores que atendem especificamente ao ITG 2002 (R1) / 2015 - BP, DRE, DFC, DMPL e NE - foram encontrados entre 70% a 87,6% (média de 77,2%) das ONGs, como os dos autores Carneiro, Oliveira e Torres (2011); Piza, Parisi, Megliorini e Gallo (2012); Campos, Moreira e Scalzer (2014); Gollo, Schulz e Rosa (2014); Brito e Perez (2014); Rota, Ferron, Tondolo, Corte e Romanssini (2015); Araújo, Carneiro, Lovo e Silva (2015); Zittei, Politelo e Scarpin (2016); Silva, Silva, Drumond e Valadares (2017); Soares, Casagrande e Silva (2019); Melo e Azevedo (2019); Ramos e Klann (2019); Nascimento Júnior e Leitão (2020); Santana e Azevedo (2020) e; Souza, Lima, Vendramin e Pereira (2021).

Corroborando Nascimento Júnior e Leitão (2020), ao complementar e confirmar a evolução na prestação de contas baseada nos demonstrativos financeiros exigidos para as

ESFL, um aumento na divulgação online dessas informações para qualquer usuário, já que foram encontradas nos websites oficiais.

Confirma-se, também, uma evidenciação de informações voltadas aos financiadores/doadores (ascendente), mas também oportunidades de melhorias na elaboração e divulgação dos registros contábeis, uma vez que DRE e BP, ainda não foram encontrados em 11,4% e 12,4% das ONGs, respectivamente, além das 46 instituições que foram descartadas por não terem disponíveis informações financeiras de receitas auferidas. Outro ponto que reforça essa conclusão é o fato de até 30% das ONGs não apresentarem a DFC, DMPL, NE e 34,8% não apresentarem o Inventário Patrimonial (Imobilizado) com a movimentação.

O indicador 8 (Fontes de financiamento (receitas) e/ou Despesas por categoria e/ou com a separação com restrição ou sem restrição) foi encontrado em praticamente todas as ONGs (93,8%), mesmo aquelas que não apresentaram a DRE e NE, o apresentaram nas páginas de seus sites ou no RA. Entretanto a grande maioria delas não fizeram uso da separação entre receitas/despesas com e sem restrição de uso, como preconiza o ITG 2002 Houve somente a apresentação por categoria de receita e despesa, ponto também apontado no estudo de Rota, Ferron, Tondolo, Corte e Romanssini (2015), onde somente 14% das ONGs fizeram essa segregação e, 62% não realizam a depreciação dos imobilizados e 48% não publicam em nota explicativa. Os mesmos autores somente contrariam os resultados dessa pesquisa quanto à apresentação da DMPL, DFC e NE, onde a maioria das entidades pesquisadas por eles, as apresentaram com percentual de 71%, 76% e 90%, respectivamente.

No que se refere a divulgação do Relatório de Auditoria Independente e/ou Parecer do Conselho Fiscal, que depois do Inventário Patrimonial, foi o item menos encontrado nas ONGs, com 66,2%, o que é confirmado em outras pesquisas como a Rota, Ferron, Tondolo, Corte e Romanssini (2015). Essas ONGs apresentaram Relatórios de Auditoria realizados por *Big Four*, que são as quatro maiores empresas contábeis especializadas em auditoria e consultoria do mundo - Ernst & Young (EY), Deloitte, PricewaterhouseCoopers (PwC) e KPMG - mas também outras como a AUDISA e empresas menos conhecidas, de escritórios locais da sede dessas ONGS. Ainda, apresentaram o Parecer do Conselho Fiscal conjuntamente com o Relatório de Auditoria ou somente o Parecer.

O indicador 14 - Composição da liderança (gestores) e/ou apresentação de organograma - foi encontrado em quase a totalidade das ONGs (97,1%) e, muitas delas o apresentaram com intuito de, principalmente, demonstrar a organização e distribuição das

atividades desenvolvidas pela instituição, além das informações sobre quem é responsável por cada área e como as diferentes áreas da empresa estão interconectadas, o que transparece um forma de demonstrar a seriedade de seus trabalhos e consequentemente atrair legitimidade para suas ações.

O Relatório de Atividades (RA) e arquivo de anos anteriores (indicadores 1 e 2), foi atendido pela maioria das ONGs do estudo (88,6% e 90,5%). Esse relatório traz a prestação de contas, principalmente qualitativa, dos resultados, do desempenho e do impacto das atividades/projetos desenvolvidos pelas instituições. Entende-se que além das normas contábeis, sugere-se que, atender a esse requisito e ser uma ferramenta de *accountability*, ajuda na organização de objetivos, para que a instituição tenha foco e caminhe rumo ao crescimento e, como apontado pelo Censo GIFE (2021), apoiadores selecionam ONGs que se mostram mais confiáveis e transparentes, mas 1 em cada 4 organizações não divulga esses relatórios.

BC Marketing (2021) elencou 9 motivos para fazer um Relatório de Atividades: praticar transparência; prestar contas para a sociedade, parceiros e colaboradores; divulgar os projetos e ações da organização para interessados em apoiar; demonstrar profissionalismo e preparo; estabelecer a cultura de coleta de dados e avaliação; contribuir para que a equipe possa visualizar melhor os resultados e atuação da ONG; atuar como registro histórico das atividades; ter referências para comparar as metas e; servir de referência para políticas públicas.

Tabela 11

Estatísticas descritivas da variável dependente e variáveis independentes.

Variáveis	Observações	Média	Desvio padrão	Mínimo	Máximo
QIAA	210	19.58	3.26	10	22
VISIBMIDIA	210	18.01	13.68	0	76
DOACOES (Receita total em R\$)	210	39.861.070,01	125.794.971,61	77.082,27	1.206.595.000,00

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Em relação às DOAÇÕES (dadas pela receita total menos as receitas financeiras) arrecadadas pelas ONGs, a média dos anos de 2020/2021 foi R\$39.861.070,01 (Tabela 11) e a soma das médias foi de R\$8.370.824.701,42. As 103 ONGs que possuem 100% dos indicadores do IAA superam R\$6.067.892.480,20 e média de R\$58.911.577,48. As 4 ONGs que possuem menos de 50% dos indicadores somam R\$ 40.239.711,67 e média de R\$10.059.927,92 de receitas totais.

Destaque para os valores mínimos e máximos arrecadados como doações, com valor mínimo de R\$77.082,27, arrecadados pela Fundação Regina Cunha, que é fundação com 36 anos de idade, que atua na área de Saúde na região Nordeste e, com valor máximo de R\$1.206.595.000,00, arrecadados pela Irmandade da Santa Casa de Misericórdia de Porto Alegre, também é fundação com 216 anos de atuação na área de saúde na região Sul do Brasil.

As notícias buscadas no *Google News*, de 2019 a 2021, das 210 ONGs somam-se 3.782, com média de reportagens de 18, sendo a instituição com a maior quantidade foi a Fundação EPROCAD com 76 notícias e duas ONGs não possuem nenhuma notícia - Instituto Reciclar e a Liga Solidária. Dado que são 3 (três anos) de notícias, esperava-se encontrar uma maior quantidade das mesmas (Tabela 11).

A região Sudeste possui 146 das 210 ONGs, sendo 72 somente em São Paulo; 22 no Rio de Janeiro e, 12 em Belo Horizonte; 31 na Região Sul; 9 na Região Centro-Oeste; 7 na Região Norte e; 17 na Região Nordeste. O que está de acordo com a pesquisa levantada pelo IBGE (2019), que no ano de 2016, nas Regiões Sudeste e Sul, observa-se uma concentração mais elevada de unidades de ESFL (236.950) do que de brasileiros (86.367.683) no mesmo ano (48% e 42%, respectivamente), porém, nas Regiões Nordeste, Norte e Centro-Oeste a situação se inverte.

A idade média das 210 ONGs é de 32,5 anos. As ONGs mais novas possuem 2 e 3 anos (Refúgio 343 e Instituto Mano *Down*) e as mais antigas possuem mais 2 séculos de existência que são as Santas Casas de Misericórdia de Florianópolis/SC e de Porto Alegre/RS.

Tabela 12

Idade e forma jurídica das ONGs.

	Número de ONGs	Associações	Fundações
Até 1970	36	31	5
De 1971 a 1980	8	8	0
De 1981 a 1990	30	26	4
De 1991 a 2000	64	58	6
De 2001 a 2010	53	51	2
Acima de 2011	19	18	1
Total	210	192	18

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A Tabela 12 aponta que 44,8 % das ONGs foram criadas nas décadas de 1980/90, período que marcou a evolução do Terceiro Setor, percentual que vai de encontro com o levantamento feito pelo IBGE (2019), onde 37,6% das ESFL no Brasil foram criadas no

mesmo período, época esta que se destacou pelo fortalecimento da democracia e da participação da sociedade na vida nacional brasileira. É possível destacar que muitas ONGs foram criadas após o ano de 2001, com média de 13,8 de existência, com idade de 2 a 20 anos de constituição até 2021.

As ONGs do estudo se dividem em 192 associações e 18 são fundações (Tabela 12). As 18 fundações têm média de 46,2 anos de idade e, mesmo sendo em minoria, somam R\$2.457.925.071,58 em doações arrecadadas, representando 29% da receita de todas as ONGs.

Os resultados também trouxeram que 55 ONGs atuam na área de assistência social; 18 em Cultura, arte, esporte e recreação; 41 em Saúde; 11 em Meio ambiente e proteção animal; 46 em Desenvolvimento e defesa de direitos; 3 em Habitação e; 36 em Educação e Pesquisa.

A área de assistência social é considerada uma área mais generalista com finalidade de planejar, promover, coordenar e exercer atividades de assistência social por meio da proteção social básica, destinada à prevenção de riscos sociais e pessoais, por meio da oferta de programas e projetos a indivíduos e famílias em situação de vulnerabilidade social, observando as normas aplicáveis, em especial a Política Nacional de Assistência Social (PNAS) e a Lei Orgânica de Assistência Social (LOAS) (Estatuto Instituto Dara).

Por essa dificuldade de definição de área de atuação, muitas ONGs se classificam como de assistência social. Os autores Carneiro, Oliveira e Torres (2011) e Rota, Ferron, Tondolo, Corte e Romanssini (2015), verificaram também uma predominância do setor de assistência social como principal atuação das ONGs objetos de seus estudos.

4.2 ANÁLISE DA REGRESSÃO LINEAR DO ESTUDO DOCUMENTAL

Para testar os pressupostos para a regressão linear multivariada foram aplicados os testes de normalidade, homocedasticidade e multicolinearidade. Para a normalidade dos resíduos, realizou-se o Teste Shapiro-Wilk, onde o resultado do teste indica a não normalidade dos resíduos (p -valor $> 0,05$). O teste indica a rejeição da hipótese nula, ou seja, os resíduos não apresentam comportamento normal (Gaussiano), todavia, em função do tamanho da amostra ($n = 210$), considerando o Teorema do Limite Central, foi possível relaxar este pressuposto (Wooldridge, 2004).

Para verificar a homocedasticidade, foi realizado o Teste de White, em que a estatística do teste foi de $\text{Prob} > \chi^2 = 0,5382$. Tal resultado não indica a presença de heterocedasticidade.

Para a multicolinearidade, de acordo com o teste de Fator de Inflação da Variância (VIF), tem-se que: VISIBMIDIA = 1,02; DOACAO = 1,27; REGIAO = 1,02; IDADE = 1,26; FORMA = 1,06; SETOR = 1,09, portanto, o limite máximo de 10 unidades disposto por Gujarati e Porter (2011) foi respeitado, indicando baixo risco de vieses derivados de multicolinearidade.

Por meio da matriz de correlação, exibida na Tabela 13, verifica-se que não há valores altos para os coeficientes entre variáveis dependentes e independentes ou entre variáveis independentes, considerando que as correlações se apresentam, em sua maioria, como moderadas (0,40 a 0,69) e baixas (0,01 a 0,39), e isso indica, de início, que os modelos não apresentam problemas de multicolinearidade (Fávero & Belfiore, 2017).

Tabela 13
Matriz de correlação.

Variáveis	IAA	DOACOES	IDADE	SETOR	FORMA	REGIAO	VISIBMIDIA
IAA	1,0						
DOACOES	0,2612*	1,0					
IDADE	0,0496	0,4277*	1,0				
SETOR	-0,0798	-0,1251	0,0783	1,0			
FORMA	-0,0552	-0,1228	-0,0719	0,1824*	1,0		
REGIAO	0,0515	0,0382	0,0158	0,0885	0,0929	1,0	
VISIBMIDIA	-0,0787	-0,0181	-0,0536	0,0908	0,0276	-0,0534	1,0

Nota. (* = $p < 0,05$). Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Na sequência são apresentados na Tabela 14 os resultados da análise de regressão linear multivariada.

Tabela 14
Resultados da análise de regressão linear multivariada.

	<i>Coefficiente</i>	<i>Erro Padrão</i>	<i>razão-t</i>	<i>p-valor</i>	
const	11,17839	2,521545	4,43	< 0,000	***
VISIBMIDIA	-0,0171091	0,0161507	-1,06	0,291	
DOACAO	0,5708747	0,1526802	3,74	< 0,000	***
REGIAO	0,3025921	0,4800649	0,63	0,529	
IDADE	-0,0085506	0,00856	-1,00	0,319	
FORMA	-0,2549633	0,8021892	-0,32	0,751	
SETOR	-0,2341061	0,5187886	-0,45	0,652	
R-quadrado	0.0820		R-quadrado ajustado		0.0549

F(6, 203)	3.02	P-valor (F)	0.0075
-----------	------	-------------	--------

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

O modelo proposto tem o poder explicativo de 8,2% e os resultados demonstram o efeito positivo e significativo da variável DOACAO na *accountability* das ONGs (0,5708747, $p < 0,000$) (Tabela 14). Observa-se que, quando há um aumento de 1% na doação recebida pela ONG, a *accountability* ascendente (informações publicadas em *websites* das ONGs) aumenta em 57,09%. Esse resultado suporta a Hipótese 2 (H2) de pesquisa, evidenciando que a doação motiva as ONGs brasileiras a produzirem uma maior prestação de contas, com uma necessidade demonstrar a responsabilidade do uso dos recursos para aqueles que provêm os fundos para a organização.

Esses achados confirmam os resultados das pesquisas de Dainelli, Manetti e Sibilio (2013), Gálvez-Rodríguez, Caba-Pérez e López-Godoy (2014), Tremblay-Boire e Prakash (2015), Santos, Ohayon e Pimenta (2017), Portulhak, Delay e Pacheco (2017), que apontam uma relação positiva entre a *accountability* e a manutenção, aumento e retomada das doações pelos indivíduos, ou seja, para manterem uma reputação sólida e conseqüentemente a legitimidade adquirida e o acesso às bases de financiamento, devem demonstrar *accountability* (Conway, O’Keefe & Hrasky, 2015).

As variáveis VISIBMIDIA, REGIAO, IDADE, FORMA e SETOR não foram significativas ao nível de 95% (Tabela 14).

O resultado da relação da variável VISIBMIDIA com a *accountability* das ONGs, contraria os achados de Tremblay-Boire e Prakash (2015) e Nazuk e Shabbir (2018), não fornecendo evidências para suportar a Hipótese 1 (H1).

Sugere-se que a mídia no Brasil não está exercendo a pressão e influência substanciais na decisão de produzir a *accountability* por parte das ONGs e, conseqüentemente, não influenciando as diversas partes interessadas para atrair mais recursos e reconhecimento (Alonso-Cañadas, Galán-Valdivieso, Saraite-Sariene, & Caba-Perez, 2019), ou seja, de acordo com a Teoria da Legitimidade, a divulgação da responsabilidade social por meio da *accountability* é uma resposta a essa pressão e a mídia não está exercendo essa função (Patten, 2002).

Por outro lado, as ONGs também não estão envolvendo a mídia para divulgação das suas atividades/projetos e seus respectivos resultados, que como apontado por Hugues (2014), embora a influência das ONGs na cobertura dos jornais claramente não possa ser

absoluta, parece aconselhável que as ONGs dediquem esforços consideráveis para influenciar a cobertura dos jornais na promoção de seus objetivos.

A variável REGIAO não foi significativa como influência da *accountability* de ONGs. Os resultados confirmam Saxton e Guo (2011), que afirmam que onde se tem uma densidade organizacional, percebe-se uma maior legitimidades das ONGs, ou seja, um aumento da densidade organizacional, melhora a sua viabilidade e *performance*, na medida em que a legitimidade adquirida, ameniza a dificuldade de aquisição de recursos. Mas mesmo tendo evidências de que existe relação positiva entre densidade e viabilidade organizacional, as organizações são menos propensas a precisar de altos níveis de *disclosure* e *accountability*, quando a legitimidade aumenta.

A variável IDADE não foi significativa como influência da *accountability* de ONGs. Assim, não se pode confirmar os achados de Saxton e Guo (2011) e Santos, Ohayon e Pimenta (2017), de que ONGs mais jovens terão maior probabilidade de recorrerem a mecanismos de *accountability* e; nem mesmo que uma maior idade organizacional é fator que melhora positivamente a transparência *online* nas ONGs e, pode afetar positivamente a qualidade da informação contábil (Gálvez-Rodríguez, Caba-Pérez & López-Godoy, 2012; Ramos & Klann, 2019).

A variável FORMA não foi significativa como influência da *accountability* de ONGs. Os achados confirmam o que foi sugerido por Silva, Resende, Muniz e Ckagnazaroff (2011) e Ramos e Klann (2019), que há uma tendência das organizações se estabelecerem como associações ao invés de fundações, por diversos motivos como as fundações estarem sujeitas a mais exigências quanto à sua constituição e administração, assim como têm a determinação expressa de velamento pelo Ministério Público, incluindo aspectos administrativos e processuais.

Também foi possível confirmar os achados de Gálvez-Rodríguez, Caba-Pérez e López-Godoy (2012), que não encontraram relação da forma jurídica com a transparência *online* das ONGs espanholas, contrariando a alegação de que a forma legal de uma fundação é um fator que promove a transparência *online* das ONGs porque estão mais preocupadas em demonstrar sua legitimidade do que outras ONGs.

Por fim, a variável SETOR não foi significativa como influência da *accountability* de ONGs. Os autores Carneiro, Oliveira e Torres (2011) e Rota, Ferron, Tondolo, Corte e Romanssini (2015), verificaram também uma predominância do setor de assistência social como principal atuação das ONGs objetos de seus estudos e, corrobora com os achados de

Saxton e Guo (2011), que também não encontraram relação com os serviços especializados ou generalistas na prestação de serviços das ONGs americanas.

Verifica-se que o comportamento das ONGs espanholas é influenciado pela pressão de seus principais interessados, em particular, seus fornecedores de recursos humanos e financeiros são a influência mais eficiente para aumentar as informações disponíveis na *internet* (Gálvez-Rodríguez, Caba-Pérez & López-Godoy, 2012).

Esses achados também reforçam a possibilidade da existência de interesse estratégico na divulgação de informações apenas por parte das organizações que pretendem aumentar o volume recebido em doações (Santos, Ohayon & Pimenta, 2017).

Uma análise complementar foi realizada para explorar o efeito positivo das doações na *accountability* ascendente das ONGs brasileiras, utilizando, primeiramente, a classificação das regiões em 1 = sudeste; 2 = sul; 3 = centro-oeste; 4 = nordeste e; 5 = norte. A Tabela 15 traz a matriz de correlação, que verifica-se que não há valores altos para os coeficientes entre variáveis dependentes e independentes ou entre variáveis independentes, inclusive com a segregação da variável REGIAO, considerando que os modelos não apresentam problemas de multicolinearidade.

Tabela 15
Matriz de correlação com a variável REGIAO segregada.

Variáveis	IAA	DOACOES	IDADE	SETOR	FORMA	SUDESTE	VISIBMIDIA
IAA	1,0						
DOACOES	0,2612*	1,0					
IDADE	0,0496	0,4277*	1,0				
SETOR	-0,0798	-0,1251	0,0783	1,0			
FORMA	-0,0552	-0,1228	-0,0719	0,1824*	1,0		
SUDESTE	0,0515	0,0382	0,0158	0,0885	0,0929	1,0	
VISIBMIDIA	-0,0787	-0,0181	-0,0536	0,0908	0,0276	-0,0534	1,0
SUL	-0,0248	-0,0134	-0,0316	0,0269	-0,1123	-0,0161	-0,0750
CENTRO-OESTE	-0,1101	0,1993*	0,0567	0,0344	0,0648	-0,0131	0,1583*
NORDESTE	0,0920	0,0072	-0,0697	0,1012	0,0285	0,0448	-0,0565
NORTE	-0,0413	0,0338	0,0907	0,0101	0,0569	-0,0499	-0,0254

Variáveis	SUL	CENTRO-OESTE	NORDESTE	NORTE
SUL	1,0			
CENTRO-OESTE	-0,0881	1,0		
NORDESTE	-0,1235	-0,0628	1,0	
NORTE	-0,0773	-0,0393	-0,0551	1,0

Nota. (* = $p < 0,05$). Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Na sequência são apresentados na Tabela 16, os resultados da análise de regressão linear multivariada, com a variável REGIAO segregada.

Tabela 16

Resultados da análise de regressão linear multivariada com a variável REGIAO segregada.

	<i>Coefficiente</i>	<i>Erro Padrão</i>	<i>razão-t</i>	<i>p-valor</i>	
const	10,04923	2,266086	4,43	0,000	**
VISIBMIDIA	-0,0110811	0,0172011	-0,64	0,579	
DOACAO	0,6365704	0,1377079	4,62	0,000	**
SUDESTE	0,2371167	0,487575	0,49	0,627	
IDADE	-0,0079251	0,0081451	-0,97	0,332	
FORMA	-0,117512	0,672992	-0,17	0,862	
SETOR	-0,232413	0,57735	-0,40	0,688	
SUL	-0,3276017	0,5896347	-0,56	0,579	
CENTRO-OESTE	-2,577838	1,443219	-1,79	0,076	***
NORDESTE	0,7976029	0,7815993	1,02	0,309	
NORTE	-0,9003885	2,266086	4,43	0,559	

R-quadrado	0,1145		
F(10, 199)	3.14	P-valor (F)	0,0006

Nota. ** = $p < 0,05$ e *** = $p < 0,10$. Fonte: Dados da pesquisa (2023).

O modelo proposto tem o poder explicativo de 11,45% e os resultados aponta o efeito positivo e significativo da variável DOACAO na *accountability* das ONGs ($p < 0,000$) (Tabela 16), reafirmando que a doação motiva as ONGs brasileiras a produzirem uma maior *accountability*. Também pode-se verificar que a Região Centro-Oeste é significativa em relação à *accountability* produzida e publicizada pelas ONGs objeto desse estudo. Lembrando que 9 das 210 ONGs estão localizadas nesta região, sendo que 6 delas estão localizadas na cidade de Brasília/DF, 2 em Anápolis/GO e 1 Rio Verde/GO.

4 ONGs possuem os 22 indicadores do IAA, 1 possui 21, duas possuem 20 e somente duas possuem 14 indicadores. A média anual de doações está em R\$22.536.194,65 e, 3 ONGs atuam na área de assistência social, 2 na saúde, 1 em Meio ambiente e proteção animal, 2 em Desenvolvimento e defesa de direitos e 1 em Educação e Pesquisa. A média de idade é de 34,3 anos e, 8 são associações e somente 1 é fundação.

Esta análise complementar confirma Saxton e Guo (2011) que apontam que onde há menor densidade organizacional percebe-se melhor *disclosure* e *accountability*, para assim adquirir legitimidade.

Posteriormente, foi explorado o efeito positivo das doações na *accountability* ascendente das ONGs brasileiras, utilizando a classificação do SETOR de atuação como sendo: 1= Assistência social (SOCIAL); 2= Cultura, arte, esporte e recreação (CULTURA);

3= Saúde (SAUDE); 4= Meio ambiente e proteção animal (MAPA); 5= Desenvolvimento e defesa de direitos (DESDIR); 6= Habitação (HABT) e; 7= Educação e Pesquisa (EDUPES). Lembrando que não houve a classificação das ONGs em 8= Religião; 9= associações patronais, profissionais, empresariais e de produtores rurais e; 10= outras associações e fundações, conforme já explicitado na metodologia.

A Tabela 17 apresenta a matriz de correlação, na qual não foram identificados valores significativos para os coeficientes entre variáveis dependentes e independentes ou entre variáveis independentes, inclusive com a segregação da variável SETOR, considerando que os modelos não apresentam problemas de multicolinearidade.

Tabela 17
Matriz de correlação com a variável SETOR segregada.

Variáveis	IAA	DOACOES	IDADE	SOCIAL	FORMA	REGIAO	VISIB MIDIA
IAA	1,0						
DOACOES	0,2612*	1,0					
IDADE	0,0496	0,4277*	1,0				
SOCIAL	-0,0798	-0,1251	0,0783	1,0			
FORMA	-0,0552	-0,1228	-0,0719	0,1824*	1,0		
REGIAO	0,0515	0,0382	0,0158	0,0885	0,0929	1,0	
VISIBMIDIA	-0,0787	-0,0181	-0,0536	0,0908	0,0276	-0,0534	1,0
CULTURA	-0,0076	-0,0942	-0,0586	-0,1824*	0,0938	-0,0190	0,0796
SAUDE	0,1337	0,3201*	0,2156*	-0,2934*	-0,4929*	0,0129	-0,0003
MAPA	-0,0223	0,0555	-0,0565	-0,1401*	-0,0044	0,0628	-0,0143
DESDIR	-0,0344	-0,0966	-0,1161	-0,3155*	0,1210	-0,0996	0,0081
HABT	0,0155	-0,0240	-0,0634	-0,0717	0,0369	-0,0947	-0,0736
EDUPES	0,0042	-0,0400	-0,0937	-0,2710*	0,0941	-0,0008	-0,1420*

Variáveis	CULTURA	SAUDE	MAPA	DESDIR	HABT	EDUPES
CULTURA	1,0					
SAUDE	-0,1508*	1,0				
MAPA	-0,0720	-0,1158	1,0			
DESDIR	-0,1622*	-0,2609*	-0,1245	1,0		
HABT	-0,0369	-0,0593	-0,0283	-0,0638	1,0	
EDUPES	-0,1393*	-0,2240*	-0,1069	-0,2409*	-0,0548	1,0

Nota. (* = $p < 0,05$). Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

Na sequência são apresentados na Tabela 18, os resultados da análise de regressão linear multivariada, com a variável SETOR segregada.

Tabela 18

Resultados da análise de regressão linear multivariada com a variável SETOR segregada.

	Coefficiente	Erro Padrão	razão-t	p-valor	
const	11,50049	2,415468	4,76	0,000	*
VISIBMIDIA	-0,0169047	0,0169543	-1,00	0,320	
DOACAO	0,5570754	0,1471577	3,79	0,000	*
SUDESTE	0,3764648	0,5316864	0,71	0,480	
IDADE	-0,071426	0,0082257	-0,87	0,386	
FORMA	-0,3439283	0,6949049	-0,49	0,621	
SOCIAL	-0,2587041	0,5945921	-0,44	0,664	
CULTURA	-0,4721225	0,8479315	-0,56	0,578	
SAUDE	-0,2269757	0,6203395	-0,37	0,715	
MAPA	0,4225686	1,200885	0,35	0,725	
DESDIR	-0,3115435	0,6739424	-0,46	0,644	
HABT	2,028648	0,7251408	2,80	0,006	*
EDUPES	-0,0806292	0,6658406	-0,12	0,904	

R-quadrado	0,0918		
F(12, 197)	3,89	P-valor (F)	0,0000

Nota. * = $p < 0,01$ e $0,05$. Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

O modelo proposto tem o poder explicativo de 9,18% e os resultados demonstram o efeito positivo e significativo da variável DOACAO na accountability das ONGs ($p < 0,000$) (Tabela 16), reafirmando que a doação motiva as ONGs brasileiras a produzirem uma maior accountability. Também se verifica que o SETOR Habitação (HABT) apresenta-se significativa e positiva em relação à accountability produzida e publicizada pelas ONGs objeto desse estudo. Destaca-se que 3 ONGs atuam no SETOR de habitação, a TETO Brasil com sede em São Paulo/SP, que alcançou 21 indicadores e, as duas sedes da Habitat Brasil, 1 em São Paulo/SP com 100% dos indicadores e a outra em Recife/PE, que alcançou 17 indicadores do IAA. São todas associações e possuem média de 17,3 anos de idade, sendo a Habitat Brasil de São Paulo com 29 anos de atuação. A média anual de doações recebidas é de R\$5.794.426,17.

A questão Habitacional necessita de atenção no mundo todo. A ONG Habitat para a Humanidade em parceria com Instituto Internacional para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (IIED), realizaram um levantamento, em que 1 bilhão é o número de pessoas que vivem em favelas e comunidades precárias em todo o mundo e que não são tratadas com igualdade.

Muitas vezes, suas casas não têm serviços básicos, como água tratada. Não têm direito à terra e são os mais vulneráveis às mudanças climáticas. Mas apontam os ganhos de

desenvolvimento econômico e humano, em termos de renda, saúde e educação, associados a melhorias habitacionais em comunidades e favelas (Frediani, Cociña & Roche, 2023).

No Brasil, por exemplo, investir em condições adequadas de moradia resultaria no aumento de 14 posições no ranking do IDH, saindo da posição 87^a para a 73^a. Além disso, segundo o estudo, se os investimentos em moradia adequada para todos fossem feitos, o Brasil teria um crescimento de 6% no PIB, um aumento de 1% na expectativa de vida, e um aumento de 13% nos anos de escolaridade (Frediani, Cociña & Roche, 2023). Assim, a Habitação é um setor que carece atenção e um dos caminhos para diminuir as desigualdades sociais no Brasil e no mundo todo.

4.3 ANÁLISES DESCRITIVAS DO ESTUDO EXPERIMENTAL

O objetivo desse estudo experimental foi de verificar o efeito da *accountability* horizontal e ascendente nas doações às ONGs. Primeiramente, efetuou-se a análise descritiva das frequências das variáveis de interesse. A Tabela 19 descreve informações sobre a idade e gênero dos participantes da pesquisa.

Tabela 19

Frequência da idade gênero dos participantes do experimento.

Idade/gênero	Caso 1	Caso 2	Caso 3	Caso 4	Total	%
20-29 anos	2	3	7	11	23	28,8%
30-39 anos	8	9	7	5	29	36,2%
40-49 anos	6	5	5	4	20	25,0%
50-59 anos	4	3	1	0	8	10,0%
Total	20	20	20	20	80	100%
Feminino	11	9	10	13	43	53,8%
Masculino	9	11	10	7	37	46,2%
Total	20	20	20	20	80	100%

Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

Com base na Tabela 19, observa-se que a maioria dos participantes que estão na faixa etária de 30 a 39 anos e são do gênero feminino. No que se refere a frequência da renda mensal dos participantes do experimento, a Tabela 21 demonstra a distribuição quase que uniforme entre as faixas de renda mensal estabelecidas, com maior concentração de participantes, 31,3%, ganhando acima de 5 salários mínimos.

Tabela 20

Frequência da renda mensal dos participantes do experimento.

Renda mensal	Caso 1	Caso 2	Caso 3	Caso 4	Total	%
até 2 salários mínimos	2	5	3	7	17	21,2%
entre 2 e 3 salários mínimos	3	4	6	5	18	22,5%
entre 3 e 5 salários mínimos	10	2	5	3	20	25,0%
acima de 5 salários mínimos	5	9	6	5	25	31,3%
Total	20	20	20	20	80	100%

Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

Idis e Gallup (2015) identificaram o perfil clássico do doador, é feminino, acima de 40 anos, com maior instrução, renda individual acima de 2 e renda familiar acima de 6 salários mínimos. Os achados desse experimento vão de encontro aos achados dos autores, com diferença na idade, com faixa etária abaixo de 40 anos, a mais comum entre mestrandos e doutorandos.

Quanto à variável de controle Ato de Doar, ou seja, se os participantes realizaram alguma doação no último de ano (que poderia ser entendido como no ano de 2022), 48,8% (39 participantes) disseram que não, 41,3% (33 participantes) que sim e 10% (8 participantes) que não lembravam se haviam doado. Questionou-se, caso realizado uma doação no último ano, qual valor doado (aproximadamente), ou se não fosse doação monetária, sinalizassem outra forma de doação, como horas de voluntariado ou objetos (cestas básicas, roupas, cobertores).

Os participantes apontaram doações de valores mensais ou pontuais que variaram de R\$15,00 a R\$1.200,00, bem como doações de roupas, brinquedos, calçados, alimentos, horas de trabalho voluntariado e compra de produtos vendidos por ONGs. Além disso, alguns respondentes apontaram que não direcionam a uma ONGs específica, mas para terceiros que pedem ajuda e outras pessoas ou empresas que fazem a campanha para uma determinada ONG.

O resultado fica abaixo do que foi encontrado por Idis e Gallup (2015), que trouxeram que 77% dos brasileiros fizeram algum tipo de doação em 2015, como tempo, bens ou dinheiro, sendo que destes, 46% doou dinheiro para uma instituição, especificamente. Segundo os referidos autores, é comum que a população doe produtos, materiais, agasalhos, alimentos, horas de trabalho voluntário e, preferam doações em dinheiro somente para ONGs familiares. Neste aspecto, somente um participante do experimento sinalizou que conhecia o Instituto C (variável de controle Familiaridade com a ONG).

Quanto a variável de controle que caracteriza o Altruísmo, verifica-se que a maioria dos participantes é considerada altruísta, conforme Tabela 21.

Tabela 21

Frequência da variável altruísmo dos participantes do experimento.

Variável de Controle	Caso 1	Caso 2	Caso 3	Caso 4	Total
Altruísta	11	11	13	12	47
Não Altruísta	9	9	7	8	33
Total	20	20	20	20	80

Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

A primeira variável dependente Percentual de doação individual em relação à renda mensal (Tabela 22), encontrou que a maioria das pessoas (52) estavam dispostas a doar para a ONG Instituto C, variando a doação entre 1% e 5% em relação à renda mensal dos participantes. Por outro lado, 28 participantes não estavam dispostos a doarem. Verifica-se na Tabela 20, que 31,3% dos participantes declararam possuir renda mensal acima de 5 salários mínimos e estes estavam dispostos a doarem 1% da sua renda (10) e por outro lado também não estavam dispostos a doarem nenhum valor (11).

Tabela 22

Frequência da variável dependente Percentual de doação individual em relação à renda mensal

Percentual de doação	Renda mensal	Caso 1	Caso 2	Caso 3	Caso 4	Total
até 1%	até 2 salários mínimos		1		2	3
	entre 2 e 3 salários mínimos		1	1	1	3
	entre 3 e 5 salários mínimos	3		1	1	5
	acima de 5 salários mínimos	2	4	2	2	10
entre 1 e 5%	até 2 salários mínimos	2			3	5
	entre 2 e 3 salários mínimos		2	3	3	8
	entre 3 e 5 salários mínimos	4	1	3	1	9
	acima de 5 salários mínimos	2	2		1	5
entre 5 e 10%	até 2 salários mínimos				1	1
	entre 2 e 3 salários mínimos					0
	entre 3 e 5 salários mínimos					0
	acima de 5 salários mínimos	1				1
entre 10 e 20%	até 2 salários mínimos		1			1
	entre 2 e 3 salários mínimos		1			1
	entre 3 e 5 salários mínimos					0
	acima de 5 salários mínimos					0
entre 20 e 30%	até 2 salários mínimos					0
	entre 2 e 3 salários mínimos					0
	entre 3 e 5 salários mínimos					0

	acima de 5 salários mínimos					0
acima de 30%	até 2 salários mínimos					0
	entre 2 e 3 salários mínimos					0
	entre 3 e 5 salários mínimos					0
	acima de 5 salários mínimos					0
Não estou disposto a doar nenhum valor para essa ONG	até 2 salários mínimos		3	3	1	7
	entre 2 e 3 salários mínimos	1		2	1	4
	entre 3 e 5 salários mínimos	3	1	1	1	6
	acima de 5 salários mínimos	2	3	4	2	11
Total		20	20	20	20	80

Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

Referente a variável dependente Doação individual futura para a ONG Instituto C (Tabela 23), verifica-se que a maioria dos participantes (57) estão dispostos a doarem futuramente para ONG.

Tabela 23

Frequência da variável dependente Doação individual futura.

Possibilidade de doação individual futura	Percentual de doação em relação à renda mensal	Caso 1	Caso 2	Caso 3	Caso 4	Total
20%	até 1%	2	6	3	2	13
	entre 1 e 5%	3	4	4	2	13
	entre 5 e 10%					0
	entre 10 e 20%					0
	entre 20 e 30%					0
	acima de 30%					0
	Não estou disposto a doar nenhum valor para essa ONG.	1	1	3	2	7
40%	até 1%				1	1
	entre 1 e 5%	1		1	2	4
	entre 5 e 10%	1			1	2
	entre 10 e 20%		2			2
	entre 20 e 30%					0
	acima de 30%					0
	Não estou disposto a doar nenhum valor para essa ONG.			1	1	2
60%	até 1%	2			1	3
	entre 1 e 5%	3			1	4
	entre 5 e 10%					0
	entre 10 e 20%					0
	entre 20 e 30%					0
	acima de 30%					0
	Não estou disposto a doar nenhum valor para essa ONG.		1			1
80%	até 1%					0

	entre 1 e 5%		1	1	2	4
	entre 5 e 10%					0
	entre 10 e 20%					0
	entre 20 e 30%					0
	acima de 30%					0
	Não estou disposto a doar nenhum valor para essa ONG.					0
100%	até 1%			1		1
	entre 1 e 5%					0
	entre 5 e 10%					0
	entre 10 e 20%					0
	entre 20 e 30%					0
	acima de 30%					0
	Não estou disposto a doar nenhum valor para essa ONG.					0
Não realizarei futuras doações para essa ONG	até 1%	1			2	3
	entre 1 e 5%	1			1	2
	entre 5 e 10%					0
	entre 10 e 20%					0
	entre 20 e 30%					0
	acima de 30%					0
	Não estou disposto a doar nenhum valor para essa ONG.	5	5	6	2	18
Total	20	20	20	20	80	

Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

Dentre os respondentes, 33 deles indicaram 20% de possibilidade de doação futura, enquanto 11% com 40%, 8 com 60%, 4 com 80% e 1 com 100% de chance de doar futuramente para a ONG Instituto C. Por outro lado, 27 participantes não estão dispostos a realizarem futuras doações e, 18 não realizaram nenhum percentual de doação. Também 10 participantes que não estavam dispostos a doar, decidiram que poderiam doar futuramente.

Na tarefa experimental, foi solicitado aos participantes que indicassem três fatores mais importantes que influenciaram a escolha do percentual da renda individual a ser doado para a ONG e se não realizaram a doação, também indicassem uma justificativa. Das mais citadas pelos participantes: a causa da ONG que envolve crianças vulneráveis; os selos de aprovação; os resultados apresentados e impacto das ações; transparência das informações; a ONG gerou confiança e passou segurança no processo de aplicação do dinheiro; costumam doar para ONGs conhecidas; preferem doar para pessoas próximas ou da mesma cidade; renda individual e familiar não permite doar no momento; é função do estado cuidar das crianças vulneráveis e não a sociedade civil.

As afirmações dadas pelos participantes do experimento, tanto as negativas como as positivas são confirmadas por Idis e Gallup (2015). Quando perguntados dos motivos de não doação em dinheiro para as ONGs, dentre os motivos citados está: que resolver os problemas sociais é responsabilidade do governo, além não terem dinheiro e não confiarem nas organizações que pedem.

De fato, os brasileiros acreditam que o principal responsável por dar solução a esses problemas é o Governo. Essa indicação é um pouco óbvia e esperada, e não só no Brasil. Isso é observado em quase todos os países, sobretudo entre aqueles de cultura latina quando comparados aos países de cultura ou influência anglo-saxã. Essa diferença é cultural e deriva do grau de protagonismo e fortalecimento da sociedade civil em cada país (Idis & Gallup, 2015).

A desconfiança é um sentimento que permeia tanto a prática como a recusa em doar. Ela resulta de um fator cultural mas também é alimentada pelo ambiente. O fator cultural consiste na desconfiança generalizada que historicamente os brasileiros (e também os latinos em geral) depositam nas instituições – judiciais, policiais e militares– e no Governo. Naturalmente, essa desconfiança será estendida a outros tipos de instituições, inclusive as sociais. O ambiente também alimenta o sentimento de desconfiança porque a divulgação de escândalos de desvios de recursos e o marketing excessivo de algumas instituições que depois se comprovaram inidôneas, concorrem para sedimentar a percepção de que “o discurso não corresponde à prática” (Idis & Gallup, 2015).

Pela análise e projeção calculadas, a pesquisa de Idis e Gallup (2015) trouxe uma estimativa de 56,8 milhões de doadores institucionais no Brasil e doam cerca de R\$240,00 por ano individualmente e, a tendência é manter o comportamento de doação, sendo que 85% está satisfeito em fazer a doação que faz, 83% pretende continuar doando para a mesma instituição e 78% com certeza indicaria a instituição para outras pessoas doarem.

Essas informações podem ajudar a explicar os resultados trazidos pela pesquisa experimental, como o fato da maioria dos participantes desejarem doar de alguma forma, seja por altruísmo ou outras justificativas, como a sensibilidade à causa defendida pela ONG e, sugere-se uma tendência de preferência de doação para ONGs conhecidas aos doadores.

Para finalizar as estatísticas descritivas, verificou-se se a aleatorização foi eficaz em relação aos participantes do experimento, analisando se havia diferenças das variáveis de controle em relação às quatro condições experimentais. Os resultados do Teste Qui-quadrado demonstrou que, para todas as variáveis de controle, não houve resultado significativo:

Familiaridade com a ONG (p-valor < 0,51483); Ato de Doar (p-valor < 0,21002); Idade (p-valor < 0,07971); Gênero (p-valor < 0,62370); Renda individual mensal (p-valor < 0,12587) e; Altruísmo (p-valor < 0,90386).

4.4 ANÁLISE DOS TESTES DE HIPÓTESES DA PESQUISA EXPERIMENTAL

Para uma melhor visualização das relações proposta nas hipóteses de pesquisa, a Tabela 24 apresenta a reclassificação das manipulações experimentais de acordo com a divulgação ou não da *accountability*.

Tabela 24
Reclassificação das manipulações experimentais de acordo com a divulgação ou não da *accountability*.

Manipulações experimentais	Grupos de divulgação
Caso 1 (A+1): ONG que divulga a <i>accountability</i> horizontal e ascendente	1
Caso 2 (A+2): ONG que NÃO divulga a <i>accountability</i> horizontal e divulga a ascendente;	2
Caso 3 (B+1): ONG que divulga a <i>accountability</i> horizontal e NÃO divulga a ascendente;	3
Caso 4 (B+2): grupo de controle, que NÃO divulga a <i>accountability</i> horizontal e NÃO divulga a ascendente.	4

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Com a proposta de verificar a relação da *accountability* horizontal e ascendente nas doações presentes e futuras, a Hipótese H3a, verificou o efeito principal da *accountability* horizontal - selos de aprovação - sobre o percentual de doação individual em relação à renda mensal. Para isso, utilizou-se o teste Qui-quadrado, considerando todos os respondentes, selecionando o grupo de controle (Caso 4) e os grupos de divulgação da *accountability* horizontal Casos 1 e 3. A Tabela 25 apresenta a frequência da *accountability* horizontal e o do percentual doação individual de acordo com os grupos de divulgação.

Tabela 25
Frequência da *accountability* horizontal e do percentual de doação individual de acordo com os grupos de divulgação.

H3a	Grupos de "divulgação"			Total
Percentual de Doação Individual	1	3	4	
até 1%	5	4	6	15
entre 1 e 5%	8	6	8	22
entre 5 e 10%	1		1	2
entre 10 e 20%				0
entre 20 e 30%				0

acima de 30%				0
Não estou disposto a doar nenhum valor para essa ONG	6	10	5	21
Total	20	20	20	60

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

O resultado do teste Qui-quadrado de $p\text{-valor} = 0,9960$ não demonstrou significância estatística. Assim, não rejeitamos a hipótese nula do teste, o que indica que não foi observada diferenças entre as frequências esperadas em pelos menos um par de categorias. Por esse motivo, não há evidências da associação entre a *accountability* horizontal e o percentual de doação individual.

A Hipótese H4a, com objetivo de verificar o efeito principal da *accountability* horizontal - selos de aprovação - e ascendente - informações financeiras, não financeiras, medidas de desempenho, de resultado e eficácia - sobre o percentual de doação individual em relação à renda mensal; considerou todos os respondentes do grupo de controle (Caso 4) e o Caso 1. A Tabela 26 apresenta a frequência da *accountability* horizontal e ascendente e do percentual de doação de acordo com os grupos de divulgação.

Tabela 26

Frequência da *accountability* horizontal e ascendente e do percentual de doação de acordo com os grupos de divulgação.

Doação	H4a		
	Grupos de "divulgação"		
	1	4	Total
até 1%	5	6	11
entre 1 e 5%	8	8	16
entre 5 e 10%	1	1	2
entre 10 e 20%			0
entre 20 e 30%			0
acima de 30%			0
Não estou disposto a doar nenhum valor para essa ONG	6	5	11
Total	20	20	40

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Semelhante ao teste da H3a, o resultado do teste Qui-quadrado ($p\text{-valor} = 0,9998$) não demonstrou evidências da associação entre a *accountability* horizontal e ascendente e o percentual de doação individual.

Quanto H5a, que testa o efeito principal da *accountability* ascendente - informações financeiras, não financeiras, medidas de desempenho, de resultado e eficácia - sobre o percentual de doação individual em relação à renda mensal. Foi considerado todos os respondentes, selecionando o grupo de controle (Caso 4) e os Casos 1 e 2. A frequência da

accountability ascendente e do percentual de doação individual de acordo com os grupos de divulgação está demonstrada na Tabela 27.

Tabela 27

Frequência da *accountability* ascendente e do percentual de doação individual de acordo com os grupos de divulgação.

Doação	H5a			
	Grupos de "divulgação"			
	1	2	4	Total
até 1%	5	6	6	17
entre 1 e 5%	8	5	8	21
entre 5 e 10%	1	2	1	4
entre 10 e 20%				0
entre 20 e 30%				0
acima de 30%				0
Não estou disposto a doar nenhum valor para essa ONG	6	7	5	18
Total	20	20	20	60

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Novamente, o resultado do teste Qui-quadrado ($p\text{-valor} = 0,9997$) não demonstrou evidências da associação entre *accountability* ascendente e o percentual de doação individual.

A Hipótese H3b, testou o efeito principal da *accountability* horizontal - selos de aprovação - sobre a propensão de doação individual futura, considerando todos os respondentes do grupo de controle (Caso 4) e os Casos 1 e 3. A frequência da *accountability* horizontal e propensão de doação individual futura de acordo com os grupos de divulgação está demonstrada na Tabela 28.

Tabela 28

Frequência da *accountability* horizontal e da propensão de doação individual futura de acordo com os grupos de divulgação.

Grupos de divulgação	H3b						TOTAL
	Propensão de Doação Individual Futura						
	20%	40%	60%	80%	100%	NADA	
1	7	2	4			7	20
3	10	2		1	1	6	20
4	6	5	2	2		5	20
Total	23	9	6	3	1	18	60

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

O resultado do teste Qui-quadrado ($p\text{-valor} = 0,4913$) não demonstrou evidências da associação entre a *accountability* horizontal e a propensão de doação individual futura.

A Hipótese H4b verificou o efeito principal da *accountability* horizontal - selos de aprovação - e ascendente - informações financeiras, não financeiras, medidas de desempenho, de resultado e eficácia - sobre a propensão de doação individual futura, considerando todos os respondentes do grupo de controle (Caso 4) e o Caso 1. A Tabela 29 apresenta a frequência da *accountability* ascendente e horizontal e da propensão de doação futura individual de acordo com os grupos de divulgação.

Tabela 29

Frequência da *accountability* ascendente e horizontal e da propensão de doação individual futura de acordo com os grupos de divulgação.

H4b	Propensão de Doação Individual Futura						TOTAL
	20%	40%	60%	80%	100%	NADA	
Grupos de divulgação							
1	7	2	4			7	20
4	6	5	2	2		5	20
Total	13	7	6	2	0	12	40

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

O resultado do teste Qui-quadrado de p-valor = 0,6442 não forneceu evidências de que a *accountability* horizontal e ascendente e a propensão de doação individual futura possam estar associadas.

No tange ao efeito principal da *accountability* ascendente - informações financeiras, não financeiras, medidas de desempenho, de resultado e eficácia - sobre a propensão de doação individual futura (H5b), considerando todos os respondentes, do grupo de controle (Caso 4) e os Casos 1 e 2, o resultado do teste Qui-quadrado (p-valor = 0,6375) não encontrou associação entre as categorias analisadas. A Tabela 30 apresenta a frequência da *accountability* ascendente e a propensão de doação individual futura de acordo com os grupos de divulgação.

Tabela 30

Frequência da *accountability* ascendente e da propensão de doação individual futura de acordo com os grupos de divulgação.

H5b	Propensão de Doação Individual Futura					NADA	Total
	20%	40%	60%	80%	100%		
Grupos de divulgação							
1	7	2	4			7	20
2	11	2	1	1		5	20
4	6	5	2	2		5	20
Total	24	9	7	3	0	17	60

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

A *accountability* horizontal representada pelos selos de aprovação, que incluem todos os sistemas de certificação e/ou acreditação involuntários, ou seja, classificações de caridade por agências de vigilância e programas voluntários autorreguladores, foi representada nesse estudo experimental como os selos reais que a ONG Instituto C - Criança, Cuidado, Cidadão recebeu, o Prêmio Melhores ONGs do Brasil desde 2017 até 2022; o Selo DOAR A+, frisando a conquista importante conseguida em 2021, como sinal de incentivo, legitimação, profissionalismo e transparência; além das certificações estaduais e municipais conseguidas pela instituição.

Os resultados apurados não puderam confirmar os achados de Chhaochhari e Gosh (2008), Sloan (2008), Gordon, Knock e Neely (2009), Chen (2009), Grant e Potoski (2015), Harris e Neely (2016) e Brown, Meer e Williams (2017). Mas confirmam os achados de Yoruk (2015), Tremblay-Boire e Prakash (2016), Li e McDougale (2017), Grant (2021) e Stotzer, Martin e Broidl (2021). Assim, o uso de selos de aprovação criam altas expectativas de aumento nas doações, mas não são decisivos na escolha de doação por parte dos doadores individuais. Tremblay-Boire e Prakash (2016) sugerem que os doadores não procuram necessariamente garantia e informação por meio de novos instrumentos, como programas voluntários ou organizações de vigilância, mas possivelmente por meio de escrutínio pessoal, “boca a boca” e suas redes locais.

Já a *accountability* ascendente, representada pelo informações financeiras, não financeiras, medidas de desempenho, de resultado e eficácia, foi representada nesse estudo experimental por recortes dos indicadores que compõem o Índice de *Accountability* Ascendente (IAA), como a evolução da receita auferida anual, por fonte de financiamento, ao longo dos anos, de 2012 a 2021 em forma gráfica, os custos e despesas de 2020/2021, o Balanço Patrimonial de 2020/2021 e ainda, figuras apresentando os resultados e desempenho de cada um dos principais projetos da ONG Instituto C, de forma qualitativa e quantitativa.

Os resultados apurados não puderam confirmar os achados de Buchheit e Parsons (2006), Parsons (2007), McDwell, Li e Smith (2013), Karlan e Wood (2017), Banding e Mayangsari (2017) e Bodem-Schrotgens e Becker (2020). Embora os doadores individuais adquiram medidas de eficiência financeira, incluindo o índice de despesas dos programas/projetos e o de despesas de captação de recursos, eles não parecem integrar essas informações em suas decisões, pois suas doações reais não estão significativamente correlacionadas com as informações de eficiência (McDwell, Li & Smith, 2013).

Por meio de correlações (Coeficiente de Spearman para variáveis escalares, ordinais e nominais dicotômicas) e teste Qui-quadrado (para variáveis nominais não dicotômicas), foram feitas análises complementares das relações das variáveis de controle considerando o efeito do percentual de doação individual em relação à renda mensal e também sobre a propensão de doação individual futura, das condições experimentais manipuladas (Casos 1, 2 e 3).

Da relação com o Percentual de Doação Individual (Tabela 31), somente a variável de controle Altruísmo no Caso 2 (ONG que não divulga a *accountability* horizontal e divulga a ascendente) foi significativa (p-valor < 0,098) a um nível de 10%. Para todas as demais variáveis e casos não houve resultado significativo.

Tabela 31

Análises adicionais: Variáveis de controle X Percentual de Doação Individual

CASO 1	
Variáveis de controle X Percentual de Doação Individual	Correlação de Spearman p-valor
Percentual de Doação x Idade	0,2478
Percentual de Doação x Renda	0,6069
Variáveis de controle X Percentual de Doação Individual	Qui-Quadrado P -valor
Gênero	0,295
Ato doar	0,642
Altruísmo	0,534
Familiaridade	0,664
CASO 2	
Variáveis de controle X Percentual de Doação Individual	Correlação de Spearman p-valor
Percentual de Doação x Idade	0,9694
Percentual de Doação x Renda	0,2938
Variáveis de controle X Percentual de Doação Individual	Qui-Quadrado P -valor
Gênero	0,845
Ato doar	0,499
Altruísmo	0,098*
Familiaridade	n.a.
CASO 3	
Variáveis de controle X Percentual de Doação Individual	Correlação de Spearman p-valor
Percentual de Doação x Idade	0,8052
Percentual de Doação x Renda	0,522
Variáveis de controle X Percentual de Doação Individual	Qui-Quadrado P -valor
Gênero	0,195
Ato doar	0,387

Altruísmo	0,864
Familiaridade	n.a

Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

Da relação com a Propensão de Doação Individual Futura (Tabela 32), a variável de controle Gênero foi significativa (p-valor < 0,025) a um nível de 5% e a variável de controle Altruísmo foi significativa (p-valor < 0,091) a um nível de 10%, as duas no Caso 1 (ONG que divulga a *accountability* horizontal e divulga a ascendente). Para todas as demais variáveis e casos não houve resultado significativo.

Tabela 32

Análises adicionais: Variáveis de controle x Propensão de Doação Individual Futura

CASO 1	
Variáveis de controle x Propensão de Doação Individual Futura	Correlação de Spearman p-valor
Propensão de Doação Futura x Idade	0,3101
Propensão de Doação Futura x Renda	0,9943
<hr/>	
Variáveis de controle x Propensão de Doação Individual Futura	Qui-Quadrado p - valor
Gênero	0,025*
Ato doar	0,832
Altruísmo	0,091*
Familiaridade	0,483
<hr/>	
CASO 2	
Variáveis de controle x Propensão de Doação Individual Futura	Correlação de Spearman p-valor
Propensão de Doação Futura x Idade	0,8133
Propensão de Doação Futura x Renda	0,2209
<hr/>	
Variáveis de controle x Propensão de Doação Individual Futura	Qui-Quadrado p - valor
Gênero	0,584
Ato doar	0,273
Altruísmo	0,219
Familiaridade	n.a
<hr/>	
CASO 3	
Variáveis de controle x Propensão de Doação Individual Futura	Correlação de Spearman p-valor
Propensão de Doação Futura x Idade	0,4076
Propensão de Doação Futura x Renda	0,2209
<hr/>	
Variáveis de controle x Propensão de Doação Individual Futura	Qui-Quadrado p - valor
Gênero	0,547
Ato doar	0,193

Altruísmo	0,582
Familiaridade	n.a

Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

Como já apontado, na pesquisa de IDIS e Gallup (2015), o perfil clássico do doador, é feminino e, 49% da população feminina brasileira fez doação institucional em dinheiro em 2015. Mesch, Rooney, Steinberg e Denton (2006) indicam que as mulheres solteiras eram significativamente mais propensas a doar e doam mais dinheiro do que os homens solteiros.

Bekkers e Wiepking (2011) afirmam que o altruísmo é um dos mecanismos-chave determinantes da filantropia. Konrath e Handy (2018) trazem que os motivos mais importantes para doarem foram altruísmo e confiança. A escala Motivos para Doar, proposta por Konrath e Handy (2018) traz o altruísmo, como um dos seis motivos para doação. Kolhede e Gomez-Arias (2022) trouxeram que um dos três segmentos de doadores individuais são os intrínsecos, que são mais influenciados por razões altruístas, que possuem ligação pessoal com a causa, interesse pessoal e contribuição para o bem-estar da comunidade.

Quando questionados por qual razão doam dinheiro, as justificativas, na maioria, são altruístas, como se solidarizam com os mais necessitados, porque são sensíveis à causa que a ONG ajuda, porque lhes fazem bem, porque acreditam que todos devem participar da solução dos problemas sociais e porque sentem que pode fazer a diferença (Idis & Gallup, 2015).

De forma complementar, investigou-se a correlação entre a percepção do participante sobre a *accountability* horizontal. Os resultados foram significativos (p-valor = 0,00061), indicando que os participantes perceberam e entenderem corretamente os selos de aprovação apresentados pelo Instituto C, que deu destaque aos prêmios recebidos e como foram recebidos por anos consecutivos, acredita-se ter chamado a atenção dos participantes, além do Selo Doar e das certificações estaduais e municipais. A *accountability* horizontal serve como forma de reduzir as assimetrias de informações entre ONGS e doadores, se tornando um meio de construir a confiança do público e a legitimidade das instituições e, também um forma de monitoramento contínuo das atividades das ONGs (Warren & Lloyd, 2009; Chen, 2009).

Também investigou-se a correlação entre a percepção do participantes sobre a *accountability* ascendente. Os resultados não foram significativos (p-valor = 0,22917), indicando que os participantes não perceberam e não entenderem a *accountability*

ascendente apresentada como um conjunto de informações financeiras, não financeiras, medidas de desempenho, de resultado e eficácia.

As demandas, muitas vezes múltiplas das diferentes partes interessadas, faz com que a *accountability* ascendente apresentada, deva ser diferente para cada parte interessada. Sugere-se que as informações que foram apresentadas aos indivíduos, parecem complexas e em grande quantidade, dificultando a identificação dos elementos apresentados como sendo a *accountability* ascendente. Como apontado por Slim (2002) embora a metáfora predominante da *accountability* seja financeira, as demandas reais são muito mais amplas, é muito mais sobre relatórios de relacionamentos, intenções, objetivos, métodos e impacto. Como tal, trata de informações que são quantitativas e qualitativas, concretas e brandas, empíricas e especulativas.

4 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Esta tese teve como proposta responder a seguinte indagação: Qual a relação das doações recebidas e da visibilidade da mídia na *accountability* ascendente e o efeito dela, de forma isolada e conjuntamente com a *accountability* horizontal, nas doações individuais presente e futuras feitas às Organizações Não Governamentais brasileiras? Para responder à questão de pesquisa utilizou-se como premissa que a *accountability* é um fator de legitimidade e, conseqüentemente, da continuidade das ONGs.

Dois níveis de análise foram desenvolvidos nesta pesquisa, sendo o primeiro, o organizacional, usando a *accountability* ascendente como variável dependente, que confirmou que as doações recebidas influenciam significativa e positivamente a *accountability* ascendente das ONGs brasileiras (Hipótese H2).

Essa constatação configura-se como a principal contribuição dessa pesquisa. O ciclo gerado pela legitimidade, proporciona às ONGs maior receita recebida, que impulsiona uma maior *accountability* para aqueles que fornecem recursos, como doadores e financiadores. São as partes interessadas de “apoio e autorização” onde as instituições iniciam regularmente uma comunicação e e como contrapartida impõem a *accountability* para não retenção de recursos (Peters, 2001).

A partir da significância encontrada da doação recebida e a *accountability* ascendente, conclui-se que a *accountability ascendente* é um fator de legitimidade para ONGs brasileiras e impulsionador de doações e continuidade das atividades/projetos/ações dessas instituições e como apontado por Dowling e Pfeffer (1975), a legitimidade parece fornecer às organizações um “reservatório de apoio” que aumenta a probabilidade de sobrevivência organizacional e desempenha um papel central na sobrevivência dos sistemas sociais.

Slim (2002) conclui que o primeiro passo em qualquer processo de *accountability* é mapear e analisar os vários intervenientes de uma ONG numa determinada situação. Mesmo que em um mapeamento inicial, normalmente, revele certos interesses conflitantes entre as partes interessadas. Uma ONG deve então encontrar formas de priorizar estas partes interessadas de alguma forma (primárias, secundárias, etc).

Esta análise torna-se, então, o documento chave para conceber os mecanismos de *accountability* adequados - sejam eles auditorias sociais, avaliações, regulamentação externa, procedimentos de reclamação, sistemas de adesão, avaliações de impacto ambiental,

inquéritos específicos às partes interessadas, etc. Assim, as ONGs estão forçando e também sendo forçadas, a aumentarem e aprofundarem a noção de *accountability* e a sua legitimidade também depende disso (Slim, 2002) e, conseqüentemente, o recebimento de apoio financeiro e sua continuidade.

Quanto a visibilidade da mídia (Hipótese H1), os resultados não forneceram evidências de que o envolvimento da mídia tenha relação com a *accountability* ascendente das ONGs brasileiras. Percebe-se o não envolvimento da mídia na divulgação das atividades, projetos e resultados das ONGs brasileiras. Como apontado por Hugues (2014) embora a influência das ONGs na cobertura dos jornais claramente não possa ser absoluta, parece aconselhável que as ONGs dediquem esforços consideráveis para influenciar a cobertura dos jornais na promoção de seus objetivos e, conseqüentemente, o caminho inverso, de apoio positivo da mídia às ONGs, poderá ajudar no processo de legitimação, arrecadação de recursos e continuidade de suas atividades.

As análises complementares da REGIAO e do SETOR segregados, sugere que para futuras pesquisas, deve-se procurar entender o motivo da REGIAO Centro-Oeste e o SETOR Habitação apontaram significância positiva quanto à uma maior *accountability* ascendente por parte das ONGs.

O segundo o nível de análise feita nesta pesquisa foi o individual, que verificou o efeito da *accountability* horizontal e ascendente (como variáveis explicativas) nas doações (variável dependente) às ONGs. Partiu-se da premissa que a *accountability* horizontal e ascendente, apresentadas pelas ONGs, são percebidas pelo indivíduo e servirão para construir a legitimidade, tanto a nível individual como coletivo em relação às ONG e, assim, impulsiona as doações individuais presentes e futuras a essas instituições.

Não foi encontrado efeito da *accountability* horizontal e da *accountability* ascendente, analisadas de forma isolada ou associadas, nas doações presentes e futuras. Assim, as hipóteses (H3a, H4a, H5a, H3b, H4b e H5b) foram rejeitadas.

Com os resultados apurados no estudo a nível individual, sugere-se que os participantes entendem e percebem a *accountability* horizontal como selos de aprovação, mas não são suficientes para realizarem doações presentes e futuras às essas instituições. Sugere-se que características intrínsecas como o altruísmo e extrínsecas como gênero (feminino), são capazes de influenciar as doações presentes e futuras, já que foi encontrada correlação significativa do Altruísmo com o Percentual de Doação e a Propensão de Doação Futura e, também do Gênero com a Propensão de Doação Futura.

Tost (2011) aponta que o processo de mudança institucional, necessariamente, envolve mudanças nos julgamentos dos indivíduos sobre a legitimidade das entidades sociais existentes e, conseqüentemente, nas mudanças no comportamento dos indivíduos em relação às entidades, ou seja, deve-se dar atenção aos processos dos julgamentos da legitimidade, tanto a nível individual como coletivo, procurando entender como as interações entre os indivíduos constituem a realidade social e determinam o que é considerado aceitável dentro dos sistemas sociais.

As limitações principais e sugestões de pesquisas futuras, são apresentadas. Primeiramente, sobre o objeto de pesquisa, que são as entidades que se candidatam ao Prêmio Melhores ONGs do Brasil, oferecido pelo Instituto Doar, ou seja, para ganharem o prêmio elas precisam ter excelência em gestão, governança, sustentabilidade financeira e transparência. Isso explica o fato de 82% da amostra possuírem as informações buscadas pelo Índice de *Accountability* Ascendente e minimamente publicarem as receitas recebidas por elas em 2021/2020, que é o pré-requisito mínimo para entrarem na amostra.

Mas por outro lado, ainda 18% delas, não possuíam a informação de receitas recebidas, corroborando Nascimento Júnior e Leitão (2020) que apontam que mesmo nesse grupo de instituições que já passaram por processo de avaliação de sua transparência, conclui-se que ainda há uma boa margem para melhoria na divulgação das prestações de contas dessas instituições para com os seus doadores e a sociedade em geral e, também o uso das páginas da *web* como meio de oferecerem benefícios para a divulgação de informações com disponibilidade, acessibilidade e baixo custo, sendo conexão entre partes interessadas e ONGs (Gálvez-Rodríguez, Caba-Pérez & López-Godoy, 2014).

Assim, a *accountability* no Terceiro Setor não serve apenas para cumprir com obrigações legais, ela pode também transmitir segurança e credibilidade aos doadores, levando-os a sentirem-se mais seguros para continuar doando. Doações essas que são fundamentais para a manutenção e ampliação das atividades das ONGs (Nascimento Júnior & Leitão, 2020). A escolha dessa listagem de ONGs que ganharam o Prêmio de Melhores ONGs de 2017 a 2021, foi pela ausência de listagem única dessas instituições no Brasil e essa, fornecia uma lista onde haveria uma possibilidade maior de se encontrarem *sites* oficiais e as informações necessárias para o estudo, já que haviam ganhado o referido prêmio.

Sabe-se que o universo das ONGs no Brasil é bastante amplo e se tem milhares de entidades formalizadas, assim, sugere-se para estudos futuros, a ampliação da amostra da

população e também análise de ONGs que não participam de prêmios ou qualquer outra motivação.

O outro ponto é em relação às variáveis do estudo. A coleta de dados para a visibilidade da mídia foram as notícias trazidas pelo Google News. Neste aspecto, outra fonte de notícias e também a separação entre notícias favoráveis e desfavoráveis, poderia alterar os dados e relação com a *accountability* ascendente. Outras variáveis também poderiam ser incluídas no estudo, como a separação de receitas por fontes de financiamento, entre governamentais e privadas, ativo total, ativo imobilizado, entre outras.

Também poderia aplicar o Índice de *Accountability* original por completo, onde todas as partes interessadas são alcançadas, com adaptações necessárias para a realidade do país, inclusive utilizando as já realizadas por esse estudo com relação aos financiadores/doadores (ascendente).

Sugere-se a revisão da apresentação da *accountability* ascendente, determinando quais itens podem fazer diferença para os doadores individuais, que percebem a *accountability* ascendente de forma diferente de outros doadores e financiadores, como empresas, fundos de financiamento e governo, para que essas informações possam ser percebidas por eles de forma mais clara, reforçando o uso dessa *accountability* como um processo de legitimação das instituições que desejam apoio financeiro e de outros recursos. Sugere-se assim, a inclusão de características intrínsecas e extrínsecas ao indivíduo, conjuntamente à *accountability*, como sendo parte do processo de legitimação das ONGs na busca por recursos.

A variável gênero feminino, que como apontado por Idis e Gallup (2015) é o perfil clássico do doador institucional, sugere às ONGs que, buscar o apoio das mulheres no processo de angariação de fundos, parece promissor. Complementar a isso, o altruísmo, que é uma característica intrínseca de destaque no processo de adesão às doações por doadores individuais, despertar essa característica no processo de busca por apoio e recursos, se torna favorável.

Por fim, a ampliação da amostra de participantes do experimento parece ser necessária. Também sugere-se verificar junto aos potenciais doadores a aceitação de agências de classificação e outras formas de autorregulação – *accountability* horizontal, como garantia de *assurance* e fatores impulsionadores de doações presentes e futuras.

Assim, declara-se a tese de que as doações recebidas estão relacionadas com a *accountability* ascendente nas Organizações Não Governamentais brasileiras.

REFERÊNCIAS

ABCR - Associação Brasileira dos Captadores de Recursos (2020). **Doações para combater o impacto do coronavírus ultrapassam 6 bilhões de reais no Brasil**. Recuperado de: <https://captadores.org.br/abcr/doacoes-para-combater-o-impacto-do-coronavirus-ultrapassam-6-bilhoes-de-reais-no-brasil/>

Aguiar, A. B. (2017). Pesquisa experimental em Contabilidade: propósito, desenho e execução. **Advances in Scientific and Applied Accounting**, 10(2), 224–244. Recuperado de: <https://asaa.anpcont.org.br/index.php/asaa/article/view/375>

Agyemang, G., O'Dwyer, B. & Unerman, J. (2019). NGO accountability: retrospective and prospective academic contributions. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, Vol. 32 No. 8, pp. 2353-2366. Recuperado de: <https://doi.org/10.1108/AAAJ-06-2018-3507>

Alonso-Cañadas, J., Galán-Valdivieso, F., Saraite-Sariene, L., & Caba-Perez, M. del C. (2019). Unpacking the Drivers of Stakeholder Engagement in Sustainable Water Management: NGOs and the Use of Facebook. **Water**, 11(4), 775. MDPI AG. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.3390/w11040775>

Araújo, J. P. F., Carneiro, A. F.; Lovo, O. A. & Silva, J. M. (2015). Evidenciação das demonstrações contábeis das entidades portadoras do título de utilidade pública federal de Rondônia. **Revista Eletrônica de Administração e Turismo-ReAT**, 6(3), 538-556.

Ávila, L. A. C. & Bertero, C. O. (2016). Governança no terceiro setor: um estudo de caso em uma fundação de apoio universitário. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, 18(59), 125-144. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.7819/rbgn.v18i59.2107>

Azevedo, S. U. (2017). *Disclosure e influência social na captação de recursos em organizações sem fins lucrativos*. Tese(Doutorado). Universidade de São Paulo: São Paulo.

Azevedo, S.U. & Aguiar, A. B. (2021). Paying Enough but not Paying too Much When There is no Third-Party Endorsement: Executive Compensation and Individual Donations for Nonprofit Organizations. **VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, 32, 477–487. Recuperado de: <https://doi.org/10.1007/s11266-020-00225-6>

Balestrin, A.& Vargas, L. M. (2002). Evidências teóricas para a compreensão das redes interorganizacionais. In: Encontro Nacional de Estudos Organizacionais. Anais. Recife: **ENEO**, v. 1. p. 1-15.

Banding, M.P. & Mayangsari, S. (2017). The Impact of Financial and Non-Financial Information Disclosure to Donation Decision in NonProfit Organization by Individual Donor (A True-Experiment Research). **Research Journal of Finance and Accounting**, 8, 9-19.

BC Marketing (2021). Relatório de atividades para ONGs: 9 motivos para fazer o seu. Recuperado de: <https://pt.linkedin.com/pulse/relat%C3%B3rio-de-atividades-para-ongs-9-motivos-fazer-o-seu>

bcmarketing#:~:text=Voc%C3%AA%20j%C3%A1%20parou%20para%20pensar,caminhar%20rumo%20ao%20seu%20crescimento

- Becker, A. (2018). An Experimental Study of Voluntary Nonprofit Accountability and Effects on Public Trust, Reputation, Perceived Quality, and Donation Behavior. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, 47(3), 562–582. Recuperado de: <https://doi.org/10.1177/0899764018756200>
- 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. Recuperado de: <https://doi.org/10.1177/0899764010380927>
- Bloodgood, E. A.; Stroup, S. S. & Wong, W. H. (2021). What Counts? How to use Different Sources of NGO Data. **VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, 1-7.
- Bock, D.E.; Eastman, J.K. & Eastman, K.L. (2018). Encouraging Consumer Charitable Behavior: The Impact of Charitable Motivations, Gratitude, and Materialism. **J Bus Ethics** 150, 1213–1228. Recuperado de: <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3203-x>
- Bodem-Schrötgens, J. & Becker, A. (2020). Do You Like What You See? How Nonprofit Campaigns With Output, Outcome, and Impact Effectiveness Indicators Influence Charitable Behavior. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, 49(2), 316–335. Recuperado de: <https://doi.org/10.1177/0899764019868843>
- Bolleyer, N. & Correa, P. (2020). Self-maintenance vs. goal attainment: drivers of mortality anxiety in organized civil society. **European Political Science Review**, 12(3), 271-288.
- Borsa, J.C.; Damásio, B.F. & Bandeira, D.R. (2012). Adaptação e Validação de Instrumentos Psicológicos entre Culturas: Algumas Considerações. **Paidéia**, Vol. 22, No. 53, 423-432. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-43272253201314>
- Brey, N. K.; Camilo, S. P. O.; Marcon, R. & Alberton, A. (2011). A estrutura de propriedade das corporações: conexões políticas sob a perspectiva da dependência de recursos. **Revista Ibero Americana de Estratégia**, 10(3), 126-146.
- Brinkerhoff, D.W. (2001). Taking account of accountability: A conceptual overview and strategic options. US Agency for International Development, Center for Democracy and Governance, **Implementing Policy Change Project, Phase 2**.
- Brito, T. S. & Perez, O. C. (2014). Accountability nas organizações do terceiro setor. **Revista Pensamento & Realidade**, 29(4).
- Brown, A. L.; Meer, J. & Williams, F. J. (2017). Social distance and quality ratings in charity choice. **Journal of Behavioral and Experimental Economics**, Volume 66, Pages 9-15, ISSN 2214-8043. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.socec.2016.04.006>
- Brown, L. & Jagadananda, D. (2007). Civil Society Legitimacy and Accountability: Issues and Challenges. Washington DC: **CIVICUS and Hauser Center for Nonprofit Organizations**.
- Bryant, W.K.; Jeon-Slaughter, H.; Kang, H. et al (2003). Participation in Philanthropic Activities: Donating Money and Time. **Journal of Consumer Policy** 26, 43–73. Recuperado de: <https://doi.org/10.1023/A:1022626529603>

Buchheit, S. & Parsons, L.M. (2006). An experimental investigation of accounting information's influence on the individual giving process. **Journal of Accounting and Public Policy**, 25, 666-686.

Burrell, G.; Morgan, G. (1979). **Sociological paradigms and organizational analysis**. London: Heinemann.

Burt, E., & Taylor, J. A. (2000). Information and communication technologies: Reshaping voluntary organizations? **Nonprofit management and Leadership**, 11(2), 131-143.

Calegare, M. G. A. & da Silva Junior, N. (2009). A “construção” do terceiro setor no Brasil: da questão social à organizacional. **Revista Psicologia Política**, 9(17), 129-148.

Callen, J. L., Klein, A., & Tinkelman, D. (2003). Board Composition, Committees, and Organizational Efficiency: The Case of Nonprofits. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, 32(4), 493–520. Recuperado de: <https://doi.org/10.1177/0899764003257462>

Camilo, S. P. O.; Marcon, R. & Bandeira-de-Mello, R. (2012). Conexões políticas das firmas e seus efeitos na performance: uma convergência entre as perspectivas da governança e da dependência de recursos—um ensaio teórico. **Revista Alcance**, 19(2 (Abr-Jun)), 241-258.

Campos, A. M. (1990). Accountability: quando poderemos traduzi-la para o português? **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro.

Campos, G. M.; Moreira, R. L. & Scalzer, R. S. (2014). Evidenciação contábil: reflexão sobre transparência no Terceiro Setor. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, 9(3), 130-142.

Cárdenas, L. Q. & Lopes, F. D. (2006). A formação de alianças estratégicas: uma análise teórica a partir da teoria da dependência de recursos e da teoria dos custos de transação. **Cadernos EBAPE.BR** [online], v. 4, n. 2, pp. 01-08, ISSN 1679-3951. Recuperado de: <https://doi.org/10.1590/S1679-39512006000200005>

Carneiro, A. D. F., Oliveira, D. D. L., & Torres, L. C. (2011). Accountability e prestação de contas das organizações do terceiro setor: uma abordagem à relevância da contabilidade. **Sociedade, contabilidade e gestão**, 6(2).

Carneiro, H. A. & Mylonakis, E. (2009). Google Trends: A Web-Based Tool for Real-Time Surveillance of Disease Outbreaks. **Clinical Infectious Diseases**, Volume 49, Issue 10, Pages 1557–1564. Recuperado de: <https://doi.org/10.1086/630200>

Carvalho, A. C., & Paes, A. P. (2022). Captação de recursos e práticas gerenciais em organizações da sociedade civil do município de Lucas do Rio Verde. **SINERGIA-Revista do Instituto de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis**, 26(1).

Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. **International Journal Of Communication**, 1(1), 29. Recuperado de: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/46>

Cavicchi, C. & Vagnoni, E. (2022). Digital information systems in support of accountability: The case of a welfare provision non-governmental organisation, **The British Accounting Review**. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.bar.2022.101112>

Cavill, S. & Sohail, M. (2007). Increasing strategic accountability: A framework for international NGOs. **Development in Practice**. 17. 231-248. Recuperado de: <https://doi.org/10.1080/09614520701196004>

Celegatti, N.; Sousa, R. C. S.; Toro, P. E. Z. & Colauto, R. D. (2021). Práticas de Governança Corporativa: o caso de uma entidade do terceiro setor. **ConTexto**, 21(49), 73-85.

CFC - **Conselho Federal de Contabilidade** (2015). Recuperado de: [https://www2.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes_sre.aspx?Codigo=2015/ITG2002\(R1\)](https://www2.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes_sre.aspx?Codigo=2015/ITG2002(R1))

Chagas, M. J. R.; Cavalcante, D. S.; Travassos, S. K. M., Pinto, S. K. M. & Silva, P. Z. P. (2020). Evidenciação contábil dos recursos auferidos pelas OSCIPs do nordeste brasileiro: um enfoque nas subvenções e assistências governamentais. **Revista Ambiente Contábil**, 12(2), 236-253.

Chen, G. (2009). Does meeting standards affect charitable giving? An empirical study of New York metropolitan area charities, **Nonprofit Management and Leadership**, Vol. 19, pp. 349–365. Recuperado de: <https://doi.org/doi:10.1002/nml.223>

Chhaochharia, V., & Ghosh, S. (2008). Do charity ratings matter. **Unpublished Manuscript**, Florida Atlantic University.

Consumer Reports (2019). **Best and Worst Charities for Your Donations**. Recuperado de: <https://www.consumerreports.org/charities/best-charities-for-your-donations-a4066579102/>

Cordery, C.; Belal, A. R. & Thomson, I. (2019). NGO accounting and accountability: past, present and future. **Accounting Forum**, 43:1, 1-15. Recuperado de: <https://doi.org/10.1080/01559982.2019.1593577>

Correia, L. F. & Amaral, H. F. (2008). Arcabouço teórico para os estudos de Governança Corporativa: os pressupostos subjacentes à Teoria da Agência. **Revista de Gestão**, 15(3), 1-10.

Costa, G. M. S.; Freitas, F. C. H. P.; Silva, M. R. & Silva, M. R. D. S. (2021). Desafios na gestão de recursos de um campus universitário federal na perspectiva da teoria da dependência de recursos. **Desenvolve Revista de Gestão do Unilasalle**, 10(1), 01-18

Costa, L. M., Tondolo, V. A. G., Tondolo, R. R. P., Longaray, A. A. & Guimarães, J. C. F. (2018). Avaliação de Desempenho em Organizações do Terceiro Setor: Uma Proposta de Indicadores Baseada na Revisão Sistemática da Literatura sobre o Tema. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, 11(3), 109-135.

Crawford, L, Morgan, GG, Cordery, CJ. Accountability and not-for-profit organisations: implications for developing international financial reporting standards. **Financial Acc & Man.** 2018; 34: 181– 205. Recuperado de: <https://doi.org/10.1111/faam.12146>

Crepaz, M. & Hanegraaff, M. (2022). (Don't) bite the hand that feeds you: do critical interest organizations gain less funding in the EU? **European Political Science Review**, 1-18.

Cunha, M. P. (1999). Ecologia organizacional: implicações para a gestão e algumas pistas para a superação de seu caráter anti-management. **Revista de Administração de Empresas** [online], v. 39, n. 4, pp. 21-28, ISSN 2178-938X. Recuperado de: <https://doi.org/10.1590/S0034-75901999000400003>

Dainelli, F., Manetti, G., & Sibilio, B. (2013). Web-Based Accountability Practices in Non-profit Organizations: The Case of National Museums. **VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, 24 (3), 649-665.

- Dall'Agnol, C. F.; Tondolo, R. R. P.; Tondolo, V. G. & Sarquis, A. B. (2017). Transparência e prestação de contas na mobilização de recursos no terceiro setor: um estudo de casos múltiplos realizado no sul do Brasil. **Revista Universo Contábil**, 13(2), 187-203. Recuperado de: <https://proxy.furb.br/ojs/index.php/universocontabil/article/view/5458>
- Daub, C. H., Scherrer, Y. M., & Verkuil, A. H. (2014). Exploring reasons for the resistance to sustainable management within non-profit organizations. **Sustainability**, 6(6), 3252-3270.
- Dumont, G.E. (2013) Nonprofit Virtual Accountability: An Index and Its Application. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, 42(5) 1049– 1067. Recuperado de: <https://doi.org/10.1177/0899764013481285>
- Ebrahim, A. (2002). Information struggles: The role of information in the reproduction of NGO-funder relationships. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, 31(1), 84-114.
- Ebrahim, A. (2003). Making sense of accountability: Conceptual perspectives for Northern and Southern nonprofits. **Nonprofit Management and Leadership**, 14(2), 191-212.
- Ebrahim, A. (2016). The many faces of nonprofit accountability. **The Jossey-Bass handbook of nonprofit leadership and management**, 102-123.
- Edwards, M., & Hulme, D. (1996). Too close for comfort? The impact of official aid on nongovernmental organizations. **World Development**, 24(6), 961–973.
- Fávero, L. P., & Belfiore, P. (2017). **Manual de análise de dados: estatística e modelagem multivariada com Excel®, SPSS® e Stata®**. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Fernandes, R. C. (1994). **Privado porém público: o terceiro setor na América Latina**. In Privado porém público: o Terceiro Setor na América Latina (pp. 156-156).
- Fonseca, A. A., Carvalho, J. G., & Zanella, S. C. da S. (2021). Atividades experimentais em tempos de pandemia: o uso da plataforma online PCIBEX para experimentos psicolinguísticos. **Texto Livre**, 14(3), e27047. Recuperado de: <https://doi.org/10.35699/1983-3652.2021.27047>
- Fonseca, J. J. S. (2002). **Apostila de metodologia da pesquisa científica**. João José Saraiva da Fonseca.
- Frediani, A.A.; Cociña, C. & Roche, J.M. (2023). Improving Housing in Informal Settlements: Assessing the Impacts in Human Development. **Habitat for Humanity International**, Washington, D.C.
- Gálvez Rodríguez, M. D. M.; Caba Pérez, C. & López Godoy, M. (2012). Determining Factors in Online Transparency of NGOs: A Spanish Case Study. **VOLUNTAS: International Journal of Voluntary & Nonprofit Organizations**, 23(3), 661–683. Recuperado de: <https://doi.org/10.1007/s11266-011-9229-x>
- Gálvez Rodríguez, M. D. M.; Caba Pérez, C. & López Godoy, M. (2014). Drivers for the proactive online disclosure of information in the NGO sector: the Colombian case. **Online Information Review**, 38(6), 769–787. Recuperado de: <https://doi.org/10.1108/OIR-05-2014-0113>
- Gil, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

Giving USA (2018). **Giving USA 2019: The Annual Report on Philanthropy for the Year 2018**. Recuperado de: <https://givingusa.org/giving-usa-2019-americans-gave-427-71-billion-to-charity-in-2018-amid-complex-year-for-charitable-giving/>

Gollo, V.; Schulz, S. J. & Rosa, F. S. (2014). Evidenciação contábil em entidades brasileiras de terceiro setor: adequação às normas brasileiras de contabilidade. **ConTexto**, 14(27).

Goncharenko, G. The multiplicity of logics, trust and interdependence in donor-imposed reporting practices in the non-profit sector. **Financial Acc & Man.** 2021; 37: 124– 141. Recuperado de: <https://doi-org.ez46.periodicos.capes.gov.br/10.1111/faam.12241>

Gordon, T. P.; Knock, C. L. & Neely, D. G. (2009). The role of rating agencies in the market for charitable contributions: An empirical test. **Journal of Accounting and Public Policy**, Volume 28, Issue 6, Pages 469-484, ISSN 0278-4254. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2009.08.001>

Grant, L.E. & Potoski, M. (2015). Collective Reputations Affect Donations to Nonprofits. **J. Pol. Anal. Manage.** 34: 835-852. Recuperado de: <https://doi.org/10.1002/pam.21868>

Grant, L.E. (2021) Does the introduction of ratings reduce giving? Evidence from charities. **Economic Inquiry**, 59: 978– 995. Recuperado de: <https://doi.org/10.1111/ecin.12920>

Gray, D. E. (2016). **Pesquisa no mundo real**. (2a. ed.). Porto Alegre: Penso Editora.

Hackler, D. e Saxton, GD (2007), O uso estratégico da tecnologia da informação por organizações sem fins lucrativos: capacidade crescente e potencial inexplorado. **Public Administration Review**, 67: 474-487. Recuperado de: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2007.00730.x>

Hall, H. (2004). Gender differences in giving: Going, going, gone? **New Directions for Philanthropic Fundraising**, 43, 71–81.

Hall, M. & O'Dwyer, B. (2017). Accounting, non-governmental organizations and civil society: The importance of nonprofit organizations to understanding accounting, organizations and society. **Accounting, Organizations and Society**, 63, 1-5.

Harris, E.E. & Neely, D.G. (2016). Multiple Information Signals in the Market for Charitable Donations. **Contemp Account Res.** 33: 989-1012. Recuperado de: <https://doi.org/10.1111/1911-3846.12175>

Hatch, M. J. (1997) **Organization theory**. Oxford University Press.

Herlin, H. & Pazirandeh, A. (2012). Nonprofit organizations shaping the market of supplies. **International Journal of Production Economics**, 139(2), 411-421.

Hughes, M. (2014). Irish newspaper coverage of NGOs, legitimacy and accountability: what relevance for NGOs? **Development in Practice**, 24:8, 1016-1031. Recuperado de: <https://doi.org/10.1080/09614524.2014.968837>

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2019). **As fundações privadas e associações sem fins lucrativos no Brasil: 2016**. Coordenação de Cadastro e Classificações. Rio de Janeiro, Estudos e pesquisas Informação econômica, ISSN 1679-480X, n. 32.

Idis e Gallup (2015). **Pesquisa Doação Brasil 2015**. Instituto pelo Desenvolvimento do Investimento Social. Recuperado de: www.idis.org.br/pesquisadoacaobrasil

Ink Inspira (2020). Recuperado de: <https://inkinspira.com.br/como-prestar-contas-em-ongs/>

Innocenti, R. & Gasparetto, V. (2021). Práticas de Contabilidade Gerencial no Terceiro Setor: O Desafio da Gestão Eficiente. **Administração Pública e Gestão Social**.

Innocenti, R. M.; Vicente, E. F. R. & Gasparetto, V. (2020). Evidenciação Voluntária de Boas Práticas de Governança Corporativa em Fundações Privadas, à Luz do IBGC. **Revista Metropolitana de Governança Corporativa** (ISSN 2447-8024), 5(1), 104-104.

Instituto DOAR (2021). Recuperado de: <https://www.institutodoar.org/>

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. (2010). **Estado, Instituições e Democracia**. Livro 9, v. 2. Brasília/DF.

Islam, M. A.; Dissanayake, T.; Dellaportas, S. & Haque, S. (2018). Anti-bribery disclosures: A response to networked governance, **Accounting Forum**, 42:1, 3-16. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.accfor.2016.03.002>

Jensen, M. C.; Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. **Journal of Financial Economics**, v. 3, n. 4, p. 305-360.

Johansson, H., & Scaramuzzino, G. (2021). The Phoenix syndrome: Netroots organizations strategies to gain and maintain digital resource abundance. **New media & society**.

Jones, A. & Posnett, J. (1991). Charitable donations by UK households: evidence from the Family Expenditure Survey. **Applied Economics**, 23(2), 343–351.

Jordan, L., & Van Tuijl, P. (2006). **NGO accountability. Politics, principles and innovations**. London: Earthscan.

Karlan, D. & Wood, D. H. (2017). The effect of effectiveness: Donor response to aid effectiveness in a direct mail fundraising experiment, **Journal of Behavioral and Experimental Economics**, Volume 66, Pages 1-8, ISSN 2214-8043. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.socec.2016.05.005>

Kenney, C. D. (2005). Horizontal Accountability: Concepts and Conflicts. In: MAINWARING, Scott; WELNA, Christopher (Edit.). **Democratic Accountability in Latin America. Oxford Studies in Democratization Series**. Oxford: Oxford University Press.

Klein, L. L. & Pereira, B. A. D. (2016). The survival of interorganizational networks: a proposal based on resource dependence theory. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, 17, 153-175.

Kolhede, E. & Gomez-Arias, J. T. (2022). Segmentation of individual donors to charitable organizations. **International Review on Public and Nonprofit Marketing**, 19(2), 333-365.

Konrath, S. & Handy, F. (2018). The development and validation of the motives to donate scale. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, 47(2), 347-375.

Lacruz, A., Nossa, V., Lemos, K. R. & de Andrade Guedes, T. (2021). Mensurando a governança de organizações não governamentais: proposta de índice de governança. **Contabilidade Vista & Revista**, 32(3), 98-122.

Leary, M. R. (2012). Introduction to behavioral research methods, 6a ed. New Jersey, Pearson Education Inc.

Li, H. & McDougle, L. (2017). Information Source Reliance and Charitable Giving Decisions. **Nonprofit Management and Leadership**, 27: 549-560. Recuperado de: <https://doi-org.ez46.periodicos.capes.gov.br/10.1002/nml.21258>

Libby, R.; Bloomfield, R. & Nelson, M. W. (2002). Experimental research in financial accounting, **Organizations and Society**, Volume 27, Issue 8, pp. 775-810. Recuperado de: [https://doi.org/10.1016/S0361-3682\(01\)00011-3](https://doi.org/10.1016/S0361-3682(01)00011-3)

Lopes, F. D. (2004). Perspectiva teórica contemporânea nos estudos das organizações: apresentação de um modelo de análise da formação de joint venture internacionais. **Cadernos EBAPE**, 2(3), 1-21. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.1590/S1679-39512004000300005>

M Lorea, M. U., Javier, C. L., & Arrizabalaga, C. E. (2019). La identificación de los grupos de interés de las entidades sin fines de lucro en la emisión de información transparente. **REVESCO: Revista De Estudios Cooperativos**, 131, 65-85. Recuperado de: <https://doi-org.ez46.periodicos.capes.gov.br/10.5209/REVE.62814>

Macedo, I. & Pinho, J. (2006). The relationship between resource dependence and market orientation: The specific case of non-profit organizations. **European Journal of Marketing**, v. 40 Iss: 5/6, p. 533-553.

Manzur, E.; Olavarrieta, S. (2021). The 9-SRA Scale: A Simplified 9-Items Version of the SRA Scale to Assess Altruism. **Sustainability**, 13, 6999. Recuperado de: <https://doi.org/10.3390/su13136999>

Mário, P. D. C.; Alves, A. D. D. F.; Carmo, J. P. S. D.; Silva, A. P. B. D. & Jupetipe, F. K. N. (2013). A utilização de instrumentos de contabilidade gerencial em entidades do terceiro setor. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, 8(1).

Martín, V. & Martín, N. (2020): “Influence of online transparency on efficiency. Analysis of spanish NGOs”, CIRIEC-España, **Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa**, 99, 5-35. Recuperado de: <https://doi.org/107203/CIRIEC-E.99.15382>

McCaskill, J. R. & Harrington, J. R. (2017). Revenue sources and social media engagement among environmentally focused nonprofits. **Journal of Public and Nonprofit Affairs**, 3(3), 309-319.

McClelland, R. & Brooks, A. C. (2004). What is the real relationship between income and charitable giving? **Public Finance Review**, 32(5), 483–497.

McDowell, E.A., Li, W. and Smith, P.C. (2013), An Experimental Examination of US Individual Donors’ Information Needs and Use. **Financial Accountability & Management**, 29: 327-347. Recuperado de: <https://doi.org/10.1111/faam.12017>

Melo, J. L. P. & Azevedo, E. P. R. S. (2019). Nível de Conformidade com a ITG 2002 (R1) pelas Organizações Não Governamentais Associadas à Abong. **ConTexto**, 19(42).

Mesch, D. J.; Rooney, P. M.; Chin, W. & Steinberg, K. S. (2002). Race and gender differences in philanthropy: Indiana as a test case. **New Directions for Philanthropic Fundraising**, 37, 65–77.

- Mesch, DJ, Rooney, PM, Steinberg, KS e Denton, B. (2006). The Effects of Race, Gender, and Marital Status on Giving and Volunteering in Indiana. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, 35 (4), 565–587. Recuperado de: <https://doi.org/10.1177/0899764006288288>
- Messner, M. (2009). The limits of accountability. **Accounting, Organizations and Society**, 34(8), 918-938. Recuperado de: <https://doi.org/doi:10.1016/j.aos.2009.07.003>
- Minatto, F., Vicente, E. F. R. & Borba, J. A. (2019). Maiores ONGs do Setor Ambiental: Uma Análise da Diversificação das Receitas. **Revista Evidenciação Contábil & Finanças**, 7(3), 127-148.
- Minayo, M.C.S. (1993). **Pesquisa social: Teoria, método e criatividade**. Rio de Janeiro: Vozes.
- Moreno-Albarracín, A. L., Licerán-Gutierrez, A., Ortega-Rodríguez, C., Labella, Á., & Rodríguez, R. M. (2020). Measuring What Is Not Seen—Transparency and Good Governance Nonprofit Indicators to Overcome the Limitations of Accounting Models. **Sustainability**, 12(18), 7275. MDPI AG. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.3390/su12187275>
- MPPA - Ministério Público do Estado do Pará (2020). **Guia prático de prestação de contas das entidades do terceiro setor**. Centro de Apoio Operacional Cível. Belém, PA.
- Nahrkhalaji, S. S.; Shafiee, S.; Shafiee, M. & Hvam, L. (2018). Challenges of digital transformation: The case of the non-profit sector. **International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM)**, pp. 1245-1249.
- Nascimento Júnior, H. S. & Leitão, C. R. S. (2020). Evidenciação contábil no Terceiro Setor: análise da divulgação de demonstrações contábeis em websites para obtenção de certificação de transparência. **Revista OPARA**, 10(3).
- Nascimento, R. S. do, Rabelo, M. M. S., & Viotto, R. (2020). O nível de disclosure em Organizações do Terceiro Setor (OTS) no Estado do Ceará. **Revista Ambiente Contábil - Universidade Federal Do Rio Grande Do Norte - ISSN 2176-9036**, 12(1), 234–254. Recuperado de: <https://doi.org/10.21680/2176-9036.2020v12n1ID16503>
- Nazuk, A. & Shabbir, J. (2018). A new disclosure index for Non-Governmental Organizations. **PLoS ONE** 13(2): e0191337. Recuperado de: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0191337>
- Nazuk, A., Nadir, S., Ansari, A. R. & Nawaz, R. (2020). NGO online disclosures index in the presence of auxiliary information. **PLoS ONE**, 15(9), e0238297.
- Oliveira, W. E. S. & Coelho, C. U. F. (2017). Transparência das Informações e seu Impacto no Valor Econômico: um Estudo em Organizações do Terceiro Setor. **Pensar Contábil**, 19(70), 44-51.
- Ortega-Rodríguez, C., Licerán-Gutiérrez, A., & Moreno-Albarracín, A. L. (2020). Transparency as a Key Element in Accountability in Non-Profit Organizations: A Systematic Literature Review. **Sustainability**, 12(14), 5834. MDPI AG. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.3390/su12145834>
- Parsons, L. M. (2007). The Impact of Financial Information and Voluntary Disclosures on Contributions to Not-For-Profit Organizations. **Behavioral Research in Accounting**; 19 (1): 179–196. Recuperado de: <https://doi.org/10.2308/bria.2007.19.1.179>

Perrow, C. (1986). Economic Theories of Organization. **Theory and Society**, 15(1/2), 11–45. Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/657174>

Persson, E. & Neto, L. M. (2020). Desenvolvimento Institucional em Organizações da Sociedade Civil: Gestão Social ou Gestão Estratégica do Social? **Administração Pública e Gestão Social**.

Pfeffer, J. (1972). Size and composition of corporate boards of directors: the organization and its environment. **Administrative Science Quarterly**, v.17, n.2.

Pfeffer, J. (1981) Management as Symbolic Action: The Creation and Maintenance of Organisational Paradigms. In: Cummings, B.S.L., Ed., **Research in Organizational Behavior**, Vol. 3, CT JAI Press, Greenwich, 1-52.

Pharoah, C. & Tanner, S. (1997). Trends in charitable giving. **The Journal of Applied Public Economics**, 18(4), 427–443.

Pianezi, D. (2021). We are what we tell: an enquiry into NGOs' organizational identity and accountability. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, 34(8), 1824-1850.

Piliavin, J.A.; Charng, H.W. (1990). Altruism: A review of recent theory and research. **Annu. Rev. Soc.** 16, 27–65.

Pinho, J. A. G. & Sacramento, A. R. S. (2009). Accountability: já podemos traduzi-la para o português? **Revista de Administração Pública**, 43(6), 1343-1368. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.1590/S0034-76122009000600006>

Pinto, F. (2012). Accountability nas ONGD – Conceito e Perspectivas, Tipologias e Prioridades. **Africana Studia**, Edição N.º 18, Centro de Estudos Africanos da Universidade do Porto, Portugal.

Piza, S. C. T.; Parisi, C.; Megliori, E. & Gallo, M. F. (2013). A aderência das práticas contábeis das entidades do terceiro setor às normas brasileiras de contabilidade: um estudo multicaso de entidades do município de São Paulo-SP. **Revista de contabilidade do mestrado em ciências contábeis da UERJ**, 17(3), 78-97.

Portal do Impacto (2021). **Fontes de recursos para projetos sociais**, produzido por Marcos Pinheiro. Recuperado de: <https://www.portaldoimpacto.com/fontes-de-recursos-para-projetos-sociais>

Portulhak, H.; Vaz, P. V. C.; Delay, A. J. & Pacheco, V. (2017). A qualidade da prestação de contas das entidades do terceiro setor: Uma análise a partir de sua relação com o comportamento dos doadores individuais. **Enfoque: Reflexão Contábil**, 36(1), 45-63.

Prakash, A., & Potoski, M. (2006). Racing to the bottom? Trade, environmental governance, and ISO 14001. **American journal of political science**, 50(2), 350-364.

Prakash, A., Gugerty, M. K. (2010). Trust but verify? Voluntary regulation programs in the nonprofit sector. **Regulation & Governance**, 4(1), 22-47.

Ramos, F. M., & Klann, R. C. (2019). Relationship between quality in accounting information and organizational characteristics of the third sector entities. **Organizações & Sociedade**, 26, 09-27.

Raptopoulos, M. M. S. C. & Da Silva, J. F. (2020). **Avaliação comparativa de métodos de mensuração e avaliação de desempenho para organizações do terceiro setor**.

- Reed, M. (1998). **Teorização organizacional: um campo historicamente contestado**. In: CLEGG et al. Handbook de estudos organizacionais. São Paulo: Atlas.
- Rehli, F. & Jäger, U. P. (2011). The governance of international nongovernmental organizations: How funding and volunteer involvement affect board nomination modes and stakeholder representation in international nongovernmental organizations. **VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, 22(4), 587-612.
- Richardson, M., & Stock, J. H. (1989). Drawing inferences from statistics based on multiyear asset returns. **Journal of financial economics**, 25(2), 323-348.
- Richardson, R. J. (1989). **Pesquisa social: métodos e pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Atlas.
- Rocha, A. C. (2011). **Realização do potencial de accountability dos pareceres prévios do Tribunal de Contas do Estado de Santa Catarina**. Tese de Doutorado - Universidade Federal da Bahia.
- Rodrigues, L. F. A. (2012). **A percepção da marca no Terceiro Setor e a sua influência na intenção de doar**. Universidade da Beira Interior.
- Rosa, M. M. & Petri, S. M. (2020). Proposta de framework para avaliar o desempenho de organizações do terceiro setor. **Navus: Revista de Gestão e Tecnologia**, (10), 7.
- Rossetto, C. R., & Rossetto, A. M. (2005). Teoria institucional e dependência de recursos na adaptação organizacional: uma visão complementar. **Revista de Administração de Empresas Eletrônica**, 4(1), 1.
- Rota, D.; Ferron, F.; Tondolo, R. R. P.; Corte, V. F. D. & Romanssini, R. (2016). Transparência nas Organizações do Terceiro Setor: Uma análise das demonstrações contábeis. **Espacios**. Vol. 37 (Nº 01), Pág. 5.
- Rushton, J. P., & Wheelwright, M. (1980). Validation of Donating to Charity as a Measure of Children's Altruism. **Psychological Reports**, 47(3), 803–806. Recuperado de: <https://doi.org/10.2466/pr0.1980.47.3.803>
- Sacomano Neto, M., & Truzzi, O. M. S. (2002). Perspectivas contemporâneas em análise organizacional. **Gestão & Produção**, 9, 32-44.
- Saeri, A. K., Slattery, P., Lee, J., Houlden, T., Farr, N., Gelber, R. L., ... & Zorker, M. (2022). What works to increase charitable donations? A meta-review with meta-meta-analysis. **VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, 1-17.
- Santana, A. F. dos S. de, & Azevedo, T. C. (2020). Evidenciação contábil das entidades sem fins lucrativos de assistência social em Feira de Santana (BA): abordagem à luz das normas brasileiras de contabilidade. **Revista Ambiente Contábil - Universidade Federal Do Rio Grande Do Norte - ISSN 2176-9036**, 12(1), 171–191. Recuperado de: <https://doi.org/10.21680/2176-9036.2020v12n1ID16315>
- Santos, C. V. & Ohayon, P. & Pimenta, M. (2017). Disclosure via website e as características das empresas do Terceiro Setor: um estudo empírico das entidades cariocas. **Advances in Scientific and Applied Accounting**. Recuperado de: <https://doi.org/10.073-090.10.14392/asaa.2017100105>

Sargeant, A.; Ford, J. B. & West, D. C. (2006). Perceptual determinants of nonprofit giving behavior. **Journal of Business Research**, 59(2), 155–165.

Saxton, G. D. & Guo, C. (2011). Accountability Online: Understanding the Web-Based Accountability Practices of Nonprofit Organizations. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, 40(2), 270–295. Recuperado de: <https://doi.org/10.1177/0899764009341086>

Saxton, G. D., Kuo, J. S., & Ho, Y. C. (2012). The determinants of voluntary financial disclosure by nonprofit organizations. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, 41, 1051-1071. Recuperado de: <https://doi.org/10.1177/0899764011427597>

Schedler, A. (1999). Conceptualizing Accountability. In: SCHEDLER, Andreas; Diamond, Larry; Plattner, Marc F. (Edit.) **Self-Restraining State – Power and Accountability in New Democracies**. Boulder: Lynne Rienner Publishers.

Selltiz, C.; Wrightsman, L. S. & Cook, S. W. (1965). **Métodos de pesquisa das relações sociais**. São Paulo: Herder.

Shadish, W. R., Cook, T. D., & Campbell, D. T. (2002). Experimental and Quasi-Experimental for Generalized Designs Causal Inference. **Handbook of Industrial and Organizational Psychology**, 223, 623. Recuperado de: <http://doi.org/10.1198/jasa.2005.s22>

Silva, C. E. G.; Resende, T. A.; Muniz, R. M. & Ckagnazaroff, I. B. (2011). Formas jurídicas no terceiro setor brasileiro: estatuto legal, evidências empíricas e formalismo. **Cadernos Gestão Pública e Cidadania**, 16(58), 1-20.

Silva, C. M.; Silva, J. R.; Drumond, F. M. P. & Valadares, J. P. A. (2017). Entidades do Terceiro Setor: estudo de casos múltiplos da adoção da ITG 2002 em prestações de contas de fundações mineiras de direito privado. **SINERGIA - Revista Do Instituto De Ciências Econômicas, Administrativas E Contábeis**, 21(1), 9–20. Recuperado de: <https://doi.org/10.17648/sinergia-2236-7608-v21n1-5324>

Silveira, D. & Borba, J. A. (2010). Demonstrações financeiras das fundações de apoio à Universidade Federal de Santa Catarina: uma análise pré-liminar. **FACEF - Pesquisa, Desenvolvimento e Gestão**, 10(2).

Silveira, D. T., & Córdova, F. P. (2009). **A pesquisa científica. Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. p. 33-44.

Silvergleid, J. E. (2003). Effects of watchdog organizations on the social capital market. **New Directions for Philanthropic Fundraising**, 2003(41), 7-26.

Slatten, L. A. D.; Guidry, B. N. & Austin, W. (2011). Accreditation and certification in the non-profit sector: organizational and economic implications. **Organization Management Journal**: Vol. 8: Iss. 2, Article 9.

Sloan, M. F. (2008). The Effects of Nonprofit Accountability Ratings on Donor Behavior. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, 38(2), 220–236. Recuperado de: <https://doi.org/10.1177/0899764008316470>

Smith, E. R. Research design. Reis, H. T., & Judd, C. M. (2000). **Handbook of research methods in social and personality psychology**. Cambridge University Press. 27-48.

Soares, K.; Piva, R. S.; Rocha, J. A. & Reckziegel, V. (2016). A pesquisa em contabilidade do Terceiro Setor e sua aderência na cidade de Cascavel-PR. **Revista de Contabilidade**

Dom Alberto, 5(10), 177-199. Recuperado de: <http://revista.domalberto.edu.br/index.php/revistadecontabilidadefda/article/view/239>

Soares, S. V.; Casagrande, M. D. H. & Silva, L. C. (2019). Evidenciação contábil de entidades do terceiro setor: uma análise da conformidade das demonstrações contábeis da universidade do sul de santa catarina-unisul. **ConTexto**, 19(43).

Souza, L. A. P.; Lima, E. M.; Vendramin, E. O. & Pereira, C. A. (2021). Divulgar para quê? Índice de disclosure e a importância atribuída por doadores e gestores à divulgação voluntária de informação. **Administração Pública e Gestão Social**.

Steil, C. A., & Carvalho, I. C. (2001). ONGs no Brasil: elementos para uma narrativa política. **Humanas**, 24(2), 36-55.

Stötzer, S.; Martin, S. & Broidl, C. (2021). Using Certifications to Signal Trustworthiness and Reduce the Perceived Risk of Donors – An Exploratory Investigation into the Impact of Charity Labels, **Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing**. Recuperado de: <https://doi.org/10.1080/10495142.2021.1954131>

Szper, R. & Prakash, A. (2011). Charity Watchdogs and the Limits of Information-Based Regulation. **VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, 22, 112–141. Recuperado de: <https://doi.org/10.1007/s11266-010-9156-2>

Tijerina, J. D.; Morrison, S. D.; Nolan, I. T.; Vail, D. G.; Lee, G.K. & Nazerali, R. (2020). Analysis and Interpretation of Google Trends Data on Public Interest in Cosmetic Body Procedures. **Aesthetic Surgery Journal**, Volume 40, Issue 1, Pages NP34–NP43. Recuperado de: <https://doi.org/10.1093/asj/sjz051>

Tondolo, V. A. G., Tondolo, R. R. P., Camargo, M. E. & Guerra, R. M. A. (2018). Capacidades Dinâmicas em Organizações Sem Fins Lucrativos: uma Proposta de Mensuração para o Terceiro Setor. **Revista Eletrônica Científica do CRA-PR**, 5(1), 18-33.

Tremblay-Boire, J. & Prakash, A. (2015). Accountability.org: Online Disclosures by U.S. Nonprofits. **VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, 26: 693. Recuperado de: <https://doi.org/10.1007/s11266-014-9452-3>

Tremblay-Boire, J. & Prakash, A. Will You Trust Me? (2016). How Individual American Donors Respond to Informational Signals Regarding Local and Global Humanitarian Charities. **VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, 28, 621–647. Recuperado: <https://doi.org/10.1007/s11266-016-9782-4>

Trochim, William M.K. and James P. Donnelly (2008). **The Research Methods Knowledge Base**, 3a. ed. Ohio, Cengage Learning.

UOL (2020). **Doações caíram ao longo da pandemia, mas demanda continua; veja como ajudar.** Recuperado de: <https://www.uol.com.br/ecoa/ultimas-noticias/2020/07/29/doacoes-cairam-ao-longo-da-pandemia-mas-demanda-continua-veja-como-ajudar.htm>

Urban Institute (2019). **The Nonprofit Sector in Brief**. Recuperado de: <https://nccs.urban.org/project/nonprofit-sector-brief>

Van Dijk, M.; Van Herk, H. & Prins, R. (2019). Choosing your charity: The importance of value congruence in two-stage donation choices. **Journal of Business Research**, 105, 283-292.

Veiga, C. P., Veiga, C. R. P., & Catapan, A. (2014). Análise da alteração de canais de distribuição pela visão integrada da teoria institucional e dependência de recursos. In **Anais do SIMPOI**.

Vieira, A. R. N. S.; Lucena, M. P.; Araújo, J. G. N. & Medeiros, P. M. (2019). Terceiro setor e valor econômico: uma análise da Santa Casa de Misericórdia do Recife. **Revista Metropolitana de Governança Corporativa** (ISSN 2447-8024), 4(1), 19-36.

Warren, S. & Lloyd, R. (2009). Civil Society Self-Regulation: The Global Picture. **Briefing Paper**, 119. Recuperado de: <http://dspace.cigilibrary.org/jspui/handle/123456789/27670>

Weitzman, E. R.; Magane, K. M.; Chen, P. H; Amiri, H.; Naimi, T. S. & Wisk, L. E. (2020). Online Searching and Social Media to Detect Alcohol Use Risk at Population Scale. **American journal of preventive medicine**, ISSN: 1873-2607, Vol: 58, Issue: 1, Page: 79-88

Yörük, B.K. (2015). Charity Ratings. **Journal of Economics & Management Strategy**, 25: 195-219. Recuperado de: <https://doi.org/10.1111/jems.12139>

Zittei, M. V. M.; Politelo, L. & Scarpin, J. E. (2016). Nível de Evidenciação Contábil de Organizações do Terceiro Setor. **Administração Pública e Gestão Social**, vol. 8, núm. 2, pp. 85-94

APÊNDICE A - ÍNDICE DE *ACCOUNTABILITY* ASCENDENTE (IAA)

Adaptações do Índice de *Accountability* de Tremblay-Boire e Prakash (2015) para o contexto brasileiro - Índice de *Accountability* Ascendente (IAA)

Dimensões do Índice de <i>Accountability</i> de Tremblay-Boire e Prakash (2015)	Indicadores	Adaptação para o contexto brasileiro - Índice de <i>Accountability</i> Ascendente	Descrição das Adaptações
Responsabilidade do Beneficiário	1. Informações sobre avaliação da eficácia e impacto do programa	1. Informações sobre avaliação da eficácia e impacto do programa e/ou Relatório de desempenho (exceto financeiro) (que pode estar contido no Relatório de Atividades Anual)	Os itens 1 e 2 foram agrupados, já que normalmente não são encontrados relatórios de desempenho com indicadores de forma separada e sim informações dos programas e resultados que podem estar contidos no Relatório de Atividades Anual, que podem ser consideradas informações de <i>accountability</i> ascendente
	2. Relatório de desempenho (exceto financeiro)		
	3. Informação sobre gerenciamento de relacionamentos com beneficiários		Não foram considerados por não se relacionarem à <i>accountability</i> ascendente e se referirem ao relacionamento com os beneficiários dos programas e atividades das ONGS
	4. Mecanismos de <i>feedback</i> dos beneficiários		
Códigos e normas	5. Requisitos éticos para captação de recursos	2. Requisitos éticos para captação de recursos, que foram considerados a divulgação de diferentes formas de captação de recursos estabelecidos de forma ética e transparente	Incluída informação de que foram considerados a divulgação de diferentes formas de captação de recursos estabelecidos de forma ética e transparente
	6. Cartas, princípios ou outras iniciativas econômicas, ambientais e sociais desenvolvidas externamente, às quais a organização subscreve ou endossa	3. Cartas, princípios ou outras iniciativas econômicas, ambientais e sociais desenvolvidas externamente, às quais a organização subscreve ou endossa, que foram consideradas as certificações, selos e parcerias de diversas naturezas	Incluída informação de que foram consideradas as certificações, selos e parcerias de diversas naturezas
	7. Declarações sobre o cumprimento da lei	4. Declarações sobre o cumprimento da lei, que foi considerado a presença de Relatório de Auditoria Independente e/ou Parecer do Conselho Fiscal	Foi considerado a presença de Relatório de Auditoria Independente e/ou Parecer do Conselho Fiscal, considerando que a ONG cumpre os requisitos contábeis e fiscais
Responsabilidade no emprego	8. Declaração / política sobre diversidade		Não foram considerados por não se relacionarem à <i>accountability</i> ascendente e

	9. Informações sobre treinamento e benefícios		sim interna, voltadas para as regras, benefícios e qualidade de vida no trabalho aos funcionários
	10. Código / política / diretrizes sobre emprego e funcionários (por exemplo, código de conduta, política de conflito de interesses e código de ética)		
	11. Mecanismos de <i>feedback</i> e reclamações da força de trabalho (por exemplo, política de denunciante e linha direta)		
Responsabilidade ambiental	12. Qualquer informação sobre impacto ambiental (por exemplo, emissões de gases de efeito estufa) ou sobre iniciativas para se tornar mais verde		Não foram considerados por não se relacionarem à <i>accountability</i> ascendente e sim descendente para os usuários que leem os relatórios, o público em geral e menos para as comunidades/beneficiários e financiadores e, talvez para órgãos de supervisão se for o caso
	13. Relatório ambiental		
	14. Unidade que lida com questões ambientais (por exemplo, comitê ambiental)		
Responsabilidade Financeira (doadores)	15. Relatório anual atual	5. Relatório de atividades anual atual	Inclusão do nome Relatório de Atividades, que é nome usual dado aos relatórios elaborado por ONGs no Brasil
	16. Arquivo de relatórios anuais anteriores	6. Arquivo de relatórios de atividades anuais anteriores	Inclusão do nome Relatório de Atividades, que é nome usual dados aos relatórios elaborados por ONGs no Brasil
	17. Formulário atual do IRS 990		Exclusão desse item porque se refere a um formulário enviado pelas ONGs à Receita Federal Americana e no Brasil não há substituto para esse tipo e formulário
	18. Arquivo de formulários anteriores 990		Exclusão desse item porque se refere a um formulário enviado pelas ONGs à Receita Federal Americana e no Brasil não há substituto para esse tipo e formulário
	19. Fontes de financiamento por categoria	7. Fontes de financiamento (receitas) e/ou Despesas por categoria e/ou com a separação com restrição ou sem restrição	Foram agrupados os itens 19 e 20 e a inclusão da separação de fontes de financiamento (receitas) e/ou despesas nomeados com ou sem
	20. Despesas por categoria		

	que pode ser encontrado na Demonstração do Resultado do Exercício e/ou notas explicativas	restrição, que pode ser encontrado na DRE e/ou notas explicativas, que é um indicativo do ITG 2002 R1/2015	
21. Lista dos principais colaboradores	8. Lista dos principais colaboradores	Sem alteração	
22. Composição do conselho de administração	9. Composição do conselho de administração e/ou consultivo e/ou diretor e/ou assembleia geral	Acrescido de e/ou consultivo e/ou diretor e/ou assembleia geral, que as ONGs podem se organizar de formas diversas	
23. Composição da liderança	10. Composição da liderança (gestores) e/ou apresentação de organograma	Inclusão da apresentação de um organograma como alternativa	
24. Estatuto e / ou carta de determinação	11. Estatuto e / ou carta de resolução/decisão	Sem alteração, mas no lugar de carta de determinação foi descrito como carta de resolução/decisão, nome mais usual no Brasil	
	12. Publicação de parcerias e acordos de cooperação, seja financeiro ou de qualquer outra natureza	Inclusão desses itens baseado na ITG 2002(R1) /2015, nos requisitos requeridos pelo Ministério Público e Tribunal de contas como parte da prestação de contas, além de sugestões de empresas especializadas prestadoras de serviços de consultoria para ONGs, além do requisitos para certificação do Selo DOAR no Brasil	
	13. Inventário Patrimonial que pode ser considerado lista de imobilizado e/ou estoque nas notas explicativas		
	14. Balanço Patrimonial		
	15. Demonstração do Resultado do Exercício		
	16. Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido		
	17. Demonstração de Fluxo de Caixa		
	18. Notas explicativas		
	18. Notas explicativas		
Responsabilidade pública	25. Contato para informações gerais / formulário de <i>feedback</i>	19. Contato para informações gerais / formulário de <i>feedback</i>	Sem alteração
	26. Declaração de missão	20. Declaração de missão	Sem alteração
	27. Descrição dos programas / atividades	21. Descrição dos programas / atividades (que pode estar contido no Relatório de Atividades Anual)	Sem alteração, inclusão de atividades e que pode estar contida no Relatório de Atividades Anual
	28. Notícias/ arquivo de comunicados de imprensa	22. Notícias e /ou arquivo de comunicados/boletins de imprensa e/ou <i>newsletter</i> e/ou calendário de eventos	Inclusão de boletins de imprensa e/ou <i>newsletter</i> e/ou calendário de eventos

	29. Classificações das agências especializadas (por exemplo, <i>Better Business Bureau</i> , <i>Charity Navigator</i> , etc.)		Excluído porque no Brasil não há agências de classificação gratuitas
Responsabilidade com fornecedor	30. Política de compras		Não foram considerados por não se relacionarem à <i>accountability</i> ascendente e sim para as próprias ONGs como setor (interna e horizontal), vinculando valores à estratégia e desempenho
	31. Declaração sobre diversidade de fornecedores		
	32. Fornecedores locais		
	33. Seleção de fornecedores sobre direitos humanos		

Fonte: Adaptado de Tremblay-Boire, J. & Prakash, A (2015). *Accountability.org: Online Disclosures by U.S. Nonprofits*. **VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations** 26: 693.

APÊNDICE B - INSTRUMENTO EXPERIMENTAL

Sequência:

1º) Termo de consentimento livre e esclarecido - TCLE (antes de cada um dos 4 casos – igual para todos os 4 casos) que deve ter a concordância do participante para dar prosseguimento na pesquisa, com a informação do *e-mail* (obrigatório) e nome completo (opcional).

2º) Casos experimentais e de controle a serem distribuídos aos participantes, ou seja, 4 casos diferentes que devem ser respondidos por pelo menos 20 participantes para cada caso, totalizando no mínimo 80 participantes no total.

3º) Questões do instrumento de pesquisa (igual para todos os 4 casos).

1º) TCLE (igual para todos os 4 casos)

Prezado participante,

Convido-o(a) a participar voluntariamente desse estudo sobre a **“ACCOUNTABILITY COMO ESTRATÉGIA LEGITIMADORA: UM ESTUDO EM ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS BRASILEIRAS”**. O objetivo dessa pesquisa é verificar se a *accountability* horizontal (selos de aprovação) e a *accountability* ascendente (informações financeiras, não financeiras, medidas de desempenho, de resultado e eficácia das atividades/projetos das ONGs) são informações de prestação de contas suficientes para que a sociedade se sinta à vontade para ajudarem essas instituições com doações, principalmente.

Sabe-se do papel importante das ONGs no processo de erradicar a pobreza, a desigualdade e a injustiça e que elas têm crescido em número e em visibilidade em todo o mundo, mas também têm aumentado o caráter controverso das práticas associadas a elas, como as crescentes denúncias públicas de negócios ilícitos, conflito de interesses, gestão danosa e falta de transparência, que afetaram a confiança na legitimidade de sua atuação, sendo-lhes exigida mais transparência e clareza na *accountability*.

A pesquisa é uma simulação de possibilidade de doação e não a afetiva doação, nem mesmo um compromisso futuro. A legislação brasileira não permite que se tenha qualquer compensação financeira pela participação em pesquisas. Como será feito de forma online, você poderá responder no seu tempo e onde quiser com acesso à internet. O tempo estimado de resposta ao questionário é em torno de 10 minutos. Não existem respostas certas ou erradas e não será julgado ou avaliado com base em suas respostas.

O preenchimento do questionário não representará qualquer risco de ordem física para o respondente. Entende-se que pode ser gerado algum desconforto emocional como aborrecimento, constrangimentos ou cansaço quando o pesquisado estiver respondendo à pesquisa. Destaca-se que, o instrumento poderá evocar memórias e mobilizar sentimentos nem sempre agradáveis nos participantes.

Garanto o anonimato, sigilo, privacidade e confidencialidade das respostas, sem o risco de que seus dados individuais sejam identificados. Para tanto, será resguardado o nome (opcional) e e-mail (obrigatório) de cada participante. Suas informações individuais serão codificadas e analisadas em conjunto com as de outros participantes, sem ligação com seus dados individuais.

Em quaisquer das situações descritas acima ou outras situações desconfortáveis, o respondente poderá deixar de responder ao questionário, sem qualquer prejuízo ou constrangimento, para isso, basta cessar o preenchimento que corresponde ao não envio de qualquer resposta. Assim, em qualquer etapa da pesquisa você terá o direito de se retirar do estudo. A sua decisão em não participar da pesquisa em nada afetará a sua relação com os pesquisadores integrantes da pesquisa ou com as instituições envolvidas na pesquisa.

Os resultados agregados desta pesquisa poderão ser publicados em eventos ou revistas científicas, indicando apenas os resultados obtidos como um todo, sem revelar seu nome, instituição ou qualquer informação relacionada à sua privacidade. **Caso o participante se sinta prejudicado, por qualquer motivo ao participar da pesquisa ou mesmo haja quebra de sigilo das respostas apresentadas, mesmo que involuntária e não intencional, o participante poderá pedir reparação conforme legislação brasileira vigente.**

Caso você tenha alguma consideração ou dúvida sobre os aspectos éticos da pesquisa, poderá entrar em contato com a **coordenadora responsável** pela pesquisa ou até mesmo com o Programa de Pós-Graduação em Contabilidade da Universidade Federal de Santa Catarina (PPGC/UFSC) pelo e-mail: ppgc@contato.ufsc.br ou endereço: Campus Universitário, Trindade, Centro Socioeconômico, Bloco G, 3º andar, Sala 2, Florianópolis/SC.

Coordenadora responsável: Glenda de Almeida Soprane, aluna de Doutorado do PPGC/UFSC; e-mail: glensopra@yahoo.com.br; Telefone: (67) 98168-9608 (horário para contato: das 16 hrs às 22 hrs). Endereço: Unidade 2 da UFGD, Rod. Dourados-Itahum, Km 12 - Cidade Universitária, Dourados – MS, Prédio da FACE (Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia), 2º andar, gabinete 27.

Convém apontar que essa pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD), que é um colegiado interdisciplinar e independente, criado para defender os interesses dos participantes da pesquisa em sua integridade e dignidade e para contribuir no desenvolvimento da pesquisa dentro de padrões éticos. O contato do CEP/UFGD é pelo telefone (67) 3410-2853, e-mail: cep@ufgd.edu.br e endereço: Prédio da Reitoria, Unidade I, Sala 501, Rua João Rosa Góes, 1761, Vila Progresso, Dourados/MS.

OBS: a maioria das questões são de resposta obrigatória () para se finalizar o questionário. Essa obrigatoriedade é necessária para que se possa analisar os resultados em plenitude, por isso peço sua gentileza e compreensão em responder todas as perguntas obrigatórias. Você receberá as suas respostas no seu e-mail, inclusive esse termo de consentimento livre e esclarecido. Se for de sua preferência, poderá receber os resultados finais dessa pesquisa em seu e-mail.*

1. E-mail* (Este formulário está coletando automaticamente os e-mails de todos os participantes – obrigatório)

-
2. Nome completo (opcional)
-

3. Diante desses esclarecimentos, assinale uma das duas alternativas a seguir: *

() Diante da leitura e dos esclarecimentos adicionais, eu declaro minha ciência com relação aos procedimentos do estudo acima descritos e minha disposição de participar voluntariamente.

() Não concordo em participar (Neste caso, encerre sua participação neste estudo).

3º) Questões do instrumento de pesquisa (igual para todos os 4 casos)

Vamos às questões!!! Gostaria de solicitar a não voltar às informações sobre a ONG. Confie no que já foi visto e lido por você para responder às questões.

1) Qual sua renda mensal individual (salário mínimo em maio/2023: R\$1.320,00):

- a) até 2 salários mínimos
- b) entre 2 e 3 salários mínimos
- c) entre 3 e 5 salários mínimos
- d) acima de 5 salários mínimos

2) Você tem a oportunidade de decidir, se quer doar e quanto doar para nossa instituição.

Se decidir por doar, percentualmente, em relação à sua renda mensal individual, você está disposto a doar quanto?

Fique à vontade para decidir a partir das informações vistas por você e considere uma única doação hoje. Então o que decidiu, quanto está disposto a doar?

- a) até 1% b) entre 1 e 5% c) entre 5 e 10% d) entre 10 e 20%
- e) entre 20 e 30% f) acima de 30% g) Não estou disposto a doar nenhum valor para

essa ONG.

3) Independentemente do valor indicado para doação, **numa escala de 0% a 100%**, qual a possibilidade de você **realizar futuras doações** para essa ONG?

- a) 20% b) 40% c) 60% d) 80% e) 100% f) Não realizarei futuras doações para essa ONG.

4) Qual a sua idade (em anos completos): _____ anos

5) Com qual gênero você se identifica:

() feminino () masculino () outro

6) Curso na pós-graduação:

a) Mestrado acadêmico b) Mestrado profissional c) Doutorado acadêmico d)
Doutorado profissional

7) Qual a área do Curso: _____

8) Etapa que está cursando (ano): _____

9) Qual Universidade/Faculdade está cursando (pode ser a sigla)?

10) Você já conhecia a ONG, ou mesmo já havia ouvido falar?

() sim () não

11) A informação sobre os selos de aprovação que a ONG recebeu, fizeram diferença na sua decisão de doação?

a) () sim b) () não c) () não lembro dos selos de aprovação (“não vi”/“não prestei atenção”)

12) As informações financeiras, não financeiras, medidas de desempenho, de resultado e eficácia das atividades/projetos divulgadas pela ONG, fizeram diferença na sua decisão de doação?

a) () sim b) () não c) () não lembro (“não vi”/“não prestei atenção”)

13) Indique os três fatores mais importantes que influenciaram a sua escolha do percentual do seu salário a ser doado para a ONG (se não realizaram a doação, indicar uma justificativa).

14) Você fez alguma **doação** para uma **ONG no último ano**?

a) () sim b) () não c) () não lembro

15) Se sua resposta for **sim, qual o valor doado** (aproximadamente), ou se não for doação em valor, mas de outra forma, como horas de voluntariado ou objetos (cestas básicas, roupas, cobertores,), descreva aqui.

Para finalizar, gostaria de entender seu perfil altruísta, de acordo com Rushton, Crisjohn e Fekken (1980), que criaram a *Self-Report Altruism* (SRA), adaptada por Manzur e Olavarrieta (2021).

16) Eu doeie dinheiro para uma instituição de caridade

(1) nunca (2) raramente (3) às vezes (4) frequentemente (5) sempre

17) Eu doeie bens ou roupas para uma instituição de caridade

(1) nunca (2) raramente (3) às vezes (4) frequentemente (5) sempre

18) Fiz trabalho voluntário para uma instituição de caridade

(1) nunca (2) raramente (3) às vezes (4) frequentemente (5) sempre

19) Eu ajudeie a carregar os pertences de um estranho

(1) nunca (2) raramente (3) às vezes (4) frequentemente (5) sempre

20) Eu fiz a mudança de casa para alguém que não conhecia

(1) nunca (2) raramente (3) às vezes (4) frequentemente (5) sempre

21) Eu ajudei um conhecido a mudar de casa

(1) nunca (2) raramente (3) às vezes (4) frequentemente (5) sempre

22) Eu deixei um vizinho que não conhecia bem pegar emprestado um item de algum valor pra mim

(1) nunca (2) raramente (3) às vezes (4) frequentemente (5) sempre

23) Eu me ofereci para ajudar um deficiente ou um idoso estranho a atravessar a rua

(1) nunca (2) raramente (3) às vezes (4) frequentemente (5) sempre

24) Eu ofereci meu lugar a um estranho que estava de pé

(1) nunca (2) raramente (3) às vezes (4) frequentemente (5) sempre

2º) Casos experimentais e de controle (4 casos diferentes)

- Caso 1 (A+1): ONG que divulga a *accountability* horizontal e ascendente;

Para participar acesse: <https://forms.gle/74ivhRNHNZggqyk1z5>

A partir desse momento você terá informações sobre uma Organização Não Governamental (ONG) e, posteriormente, perguntas referentes à possibilidade de doação e outras questões para serem respondidas a partir das informações disponibilizadas sobre a instituição.

Prezado Doador,

O **Instituto C**, fundado em 2011, é uma organização social sem fins lucrativos, que **atua na cidade de São Paulo, junto a famílias que tenham crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social**, para que construam sua autonomia, tendo consciência sobre seus direitos e deveres e, **podendo assim, oferecer um ambiente saudável para o pleno desenvolvimento de suas crianças e adolescentes.**

Atuamos especificamente na proteção social básica e buscamos **fortalecer os vínculos familiares e prevenir situações de risco** por meio do desenvolvimento das potencialidades de cada uma das famílias.

Para continuar este importante trabalho, precisamos da sua ajuda! **Com sua doação, podemos continuar** a ajudar crianças, adolescentes e suas famílias.

Conheça nossa missão, visão e valores institucionais:



MISSÃO__ Estimular famílias com crianças e adolescentes em risco social a alcançar o pleno exercício de sua autonomia e cidadania.

VISÃO__ Garantir que todas as famílias conheçam e acessem os seus direitos para assegurar o pleno desenvolvimento de suas crianças e adolescentes.

VALORES__

- Valorização da infância:** acreditamos que nessa fase o desenvolvimento físico, intelectual e psicossocial da criança e do adolescente é fundamental para se tornarem adultos capazes de conduzir sua vida com autonomia;
- Importância da família:** consideramos a família um dos principais agentes para garantir os direitos básicos e a construção de vínculos afetivos duradouros para o desenvolvimento pleno da criança e do adolescente;
- Compartilhamento de conhecimento:** disponibilizamos informação para que famílias possam promover o desenvolvimento de todo o potencial da criança e do adolescente;
- Transparência e gestão responsável:** agimos com clareza e objetividade na condução da instituição, prestamos contas à sociedade, parceiros e doadores sobre a gestão dos recursos captados e resultados das nossas ações;
- Trabalho voluntário:** valorizamos a participação ativa da sociedade civil no dia a dia da instituição, trazendo novas ideias que nos auxiliem a cumprir a nossa missão.

Queremos a partir de 2023 chegar a outros lugares da cidade de São Paulo, para que cada vez mais famílias vulneráveis possam conquistar a sua autonomia por meio daquilo que é a nossa marca: o conhecimento, a escuta atenta e a construção de pontes.

Conheça nossos projetos:

Plano de Ação Familiar

Realizado na nossa sede, em Santa Cecília, atende famílias de crianças e adolescentes (0 a 17 anos) que apresentem alguma doença grave ou crônica e que vivam em situação de vulnerabilidade social.

Com o objetivo de auxiliar as famílias na superação das dificuldades e construção da autonomia, o PAF é inspirado na metodologia do Instituto Dara e oferece mensalmente atendimento multidisciplinar focado nas necessidades e possibilidades de cada família nas áreas de renda, serviço social, educação, nutrição e psicologia; rodas de conversa; doação de alimentos e remédios que o SUS não fornece; encaminhamentos para benefícios sociais e oportunidades.



Educação em Rede

Realizado no nosso polo de atendimento na comunidade Minas Gás, atende famílias com crianças e adolescentes de 7 a 17 anos que apresentem alguma queixa escolar e vivam em situação de vulnerabilidade social.

Com o objetivo de potencializar o desenvolvimento escolar de crianças e adolescentes, o Educação em Rede oferece aulas de reforço escolar e terapia em grupo para as crianças, atendimento psicológico e social para suas famílias e distribuição de cestas básicas.

Primeira Infância

Também realizado no nosso polo de atendimento na comunidade Minas Gás, o projeto atende mulheres que cuidam de crianças na primeira infância (0 a 6 anos).

Com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento integral das crianças na primeira infância, o projeto oferece em parceria com a escola Manduí, curso de capacitação em berçarista para as mulheres e mães, com atividades práticas que envolvem as crianças, atendimento psicológico, social e distribuição de cestas básicas.



Em 2022, nós fomos eleitos, pelo 6º ano consecutivo, uma das 100 melhores ONGs do Brasil. Somos uma das 10 organizações que receberam esse reconhecimento desde o início do prêmio! O ranking elaborado pelo Instituto Doar leva em conta quesitos relacionados a gestão, transparência e planejamento.



Uma importante conquista no ano de 2021 foi o Selo Doar A+, um certificado do Instituto Doar que tem como objetivo incentivar, legitimar e destacar o profissionalismo e transparência das organizações da sociedade civil brasileiras.



Além das Certificações Estaduais e Municipais.

Certificações Estaduais

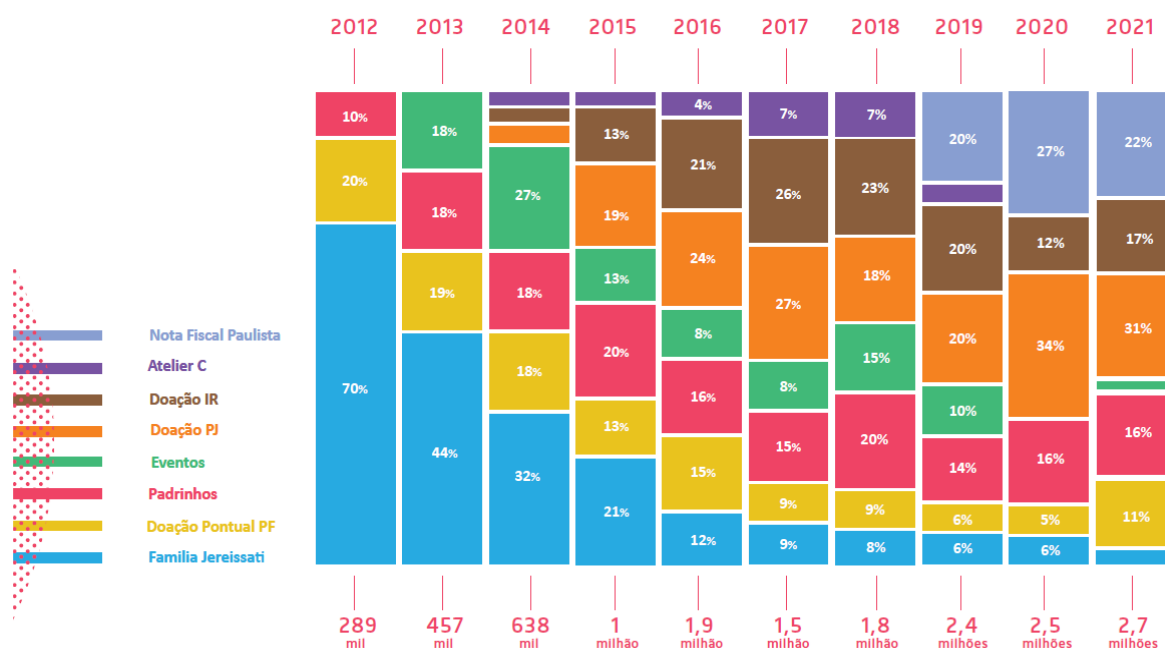
- _ Isenção do ITCMD
- _ Certificado de Regularidade Cadastral de Entidade
- _ Entidade Promotora de Direitos Humanos
- _ Registro no Conselho Estadual dos Direitos da Criança e do Adolescente
- _ Registro na Secretaria de Desenvolvimento Social

Certificações Municipais

- _ Registro no Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente
- _ Registro no Conselho Municipal de Assistência Social
- _ Utilidade Pública Municipal da cidade de São Paulo
- _ Cadastro Único de Entidades do Terceiro Setor

Para seu conhecimento, apontamos a evolução ao longo dos últimos anos, dos recursos anuais auferidos pelo Instituto C, por categoria:

RECEITA ANUAL



Além da aplicação dos recursos nos anos de 2020 e 2021:

Custo e despesas por natureza

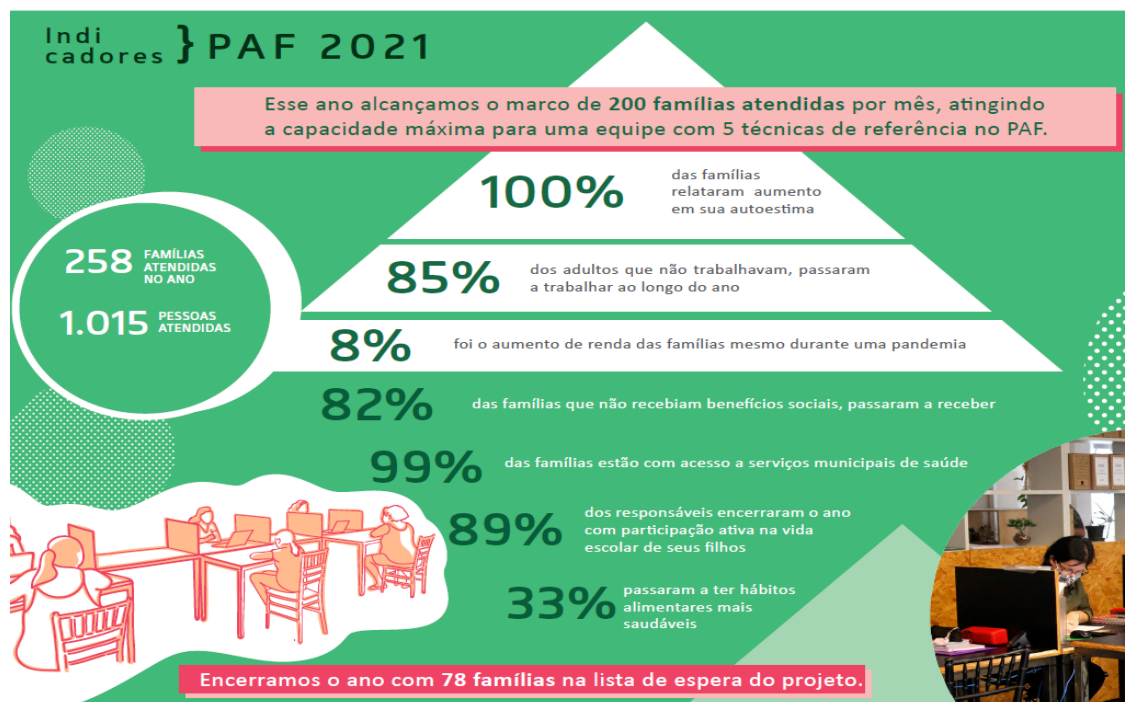
	Custo		Despesa	
	2021	2020	2021	2020
Despesas com salários e encargos	770.338	723.687	342.867	225.519
Atendimento às famílias	556.443	443.796	-	-
Depreciação	-	-	9.371	18.792
Serviços de terceiros	26.479	-	617.374	396.786
Despesas com aluguel	20.995	9.182	164.982	146.952
Despesas com projeto atelier	-	226	-	-
Utilidades (água, luz e telefone)	59.148	2.107	53.466	6.874
Outras	112.265	68.118	38.885	33.000
	2.680.373	1.247.116	1.226.945	827.923

Complementarmente trazemos o **Balanco Patrimonial de 2020 e 2021** (em reais) auditado pela Audisa Auditores Associados:

ATIVO	2020	2021	PASSIVO	2020	2021
Circulante			Circulante		
Caixa e equivalentes de caixa - sem restrição	1.363.760	1.419.873	Contas a pagar	600	600
Caixa e equivalentes de caixa - com restrição	54.956	48.156	Obrigações Trabalhistas	44.604	71.573
Contas a receber	250.173	1.291.309	Serviços a prestar	70.000	1.115.451
Tributos a recuperar	5.592	5.592	Total não circulante	115.204	1.187.624
Outros ativos		1.583	Patrimônio Líquido		
Total circulante	1.674.481	2.766.513	Patrimônio Social	1.295.003	1.691.573
Não Circulante			Superávit (déficit)	396.570	36.212
Intangível	-	-		1.691.573	1.727.785
Imobilizado	132.296	148.896			
Total não circulante	132.296	148.896			
Total do ativo	1.806.777	2.915.409	Total do passivo e do patrimônio social	1.806.777	2.915.409

Conheça os principais resultados/indicadores dos nossos projetos, fruto da aplicação dos recursos recebidos:

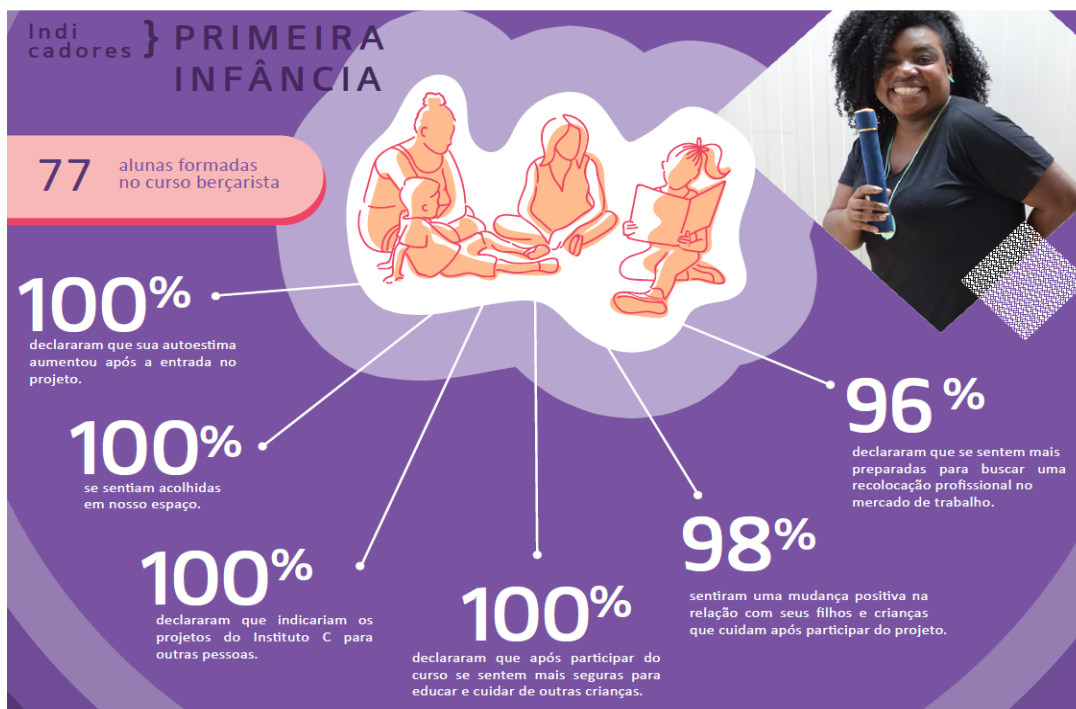
PAF - Plano de Ação Familiar



Educação em Rede



Primeira Infância



É um prazer contar com você nessa jornada!

Um abraço,

Vera Oliveira, diretora executiva do Instituto C

- Caso 2 (A+2): ONG que NÃO divulga a *accountability* horizontal e divulga a ascendente;

Para participar acesse: <https://forms.gle/xgBvN33kJBrrwkS26>

A partir desse momento você terá informações sobre uma Organização Não Governamental (ONG) e, posteriormente, perguntas referentes à possibilidade de doação e outras questões para serem respondidas a partir das informações disponibilizadas sobre a instituição.

Prezado Doador,

O **Instituto C**, fundado em 2011, é uma organização social sem fins lucrativos, que **atua na cidade de São Paulo, junto a famílias que tenham crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social**, para que construam sua autonomia, tendo consciência sobre seus direitos e deveres e, **podendo assim, oferecer um ambiente saudável para o pleno desenvolvimento de suas crianças e adolescentes.**

Atuamos especificamente na proteção social básica e buscamos **fortalecer os vínculos familiares e prevenir situações de risco** por meio do desenvolvimento das potencialidades de cada uma das famílias.

Para continuar este importante trabalho, precisamos da sua ajuda! **Com sua doação, podemos continuar** a ajudar crianças, adolescentes e suas famílias.

Conheça nossa missão, visão e valores institucionais:

missão __	Estimular famílias com crianças e adolescentes em risco social a alcançar o pleno exercício de sua autonomia e cidadania.
visão __	Garantir que todas as famílias conheçam e acessem os seus direitos para assegurar o pleno desenvolvimento de suas crianças e adolescentes.
VALORES __	<p>Valorização da infância: acreditamos que nessa fase o desenvolvimento físico, intelectual e psicossocial da criança e do adolescente é fundamental para se tornarem adultos capazes de conduzir sua vida com autonomia;</p> <p>Importância da família: consideramos a família um dos principais agentes para garantir os direitos básicos e a construção de vínculos afetivos duradouros para o desenvolvimento pleno da criança e do adolescente;</p> <p>Compartilhamento de conhecimento: disponibilizamos informação para que famílias possam promover o desenvolvimento de todo o potencial da criança e do adolescente;</p> <p>Transparência e gestão responsável: agimos com clareza e objetividade na condução da instituição, prestamos contas à sociedade, parceiros e doadores sobre a gestão dos recursos captados e resultados das nossas ações;</p> <p>Trabalho voluntário: valorizamos a participação ativa da sociedade civil no dia a dia da instituição, trazendo novas ideias que nos auxiliem a cumprir a nossa missão.</p>



Queremos a partir de 2023 chegar a outros lugares da cidade de São Paulo, para que cada vez mais famílias vulneráveis possam conquistar a sua autonomia por meio daquilo que é a nossa marca: o conhecimento, a escuta atenta e a construção de pontes.

Conheça nossos projetos:

Plano de Ação Familiar

Realizado na nossa sede, em Santa Cecília, atende famílias de crianças e adolescentes (0 a 17 anos) que apresentem alguma doença grave ou crônica e que vivam em situação de vulnerabilidade social.

Com o objetivo de auxiliar as famílias na superação das dificuldades e construção da autonomia, o PAF é inspirado na metodologia do Instituto Dara e oferece mensalmente atendimento multidisciplinar focado nas necessidades e possibilidades de cada família nas áreas de renda, serviço social, educação, nutrição e psicologia; rodas de conversa; doação de alimentos e remédios que o SUS não fornece; encaminhamentos para benefícios sociais e oportunidades.



Educação em Rede

Realizado no nosso polo de atendimento na comunidade Minas Gás, atende famílias com crianças e adolescentes de 7 a 17 anos que apresentem alguma queixa escolar e vivam em situação de vulnerabilidade social.

Com o objetivo de potencializar o desenvolvimento escolar de crianças e adolescentes, o Educação em Rede oferece aulas de reforço escolar e terapia em grupo para as crianças, atendimento psicológico e social para suas famílias e distribuição de cestas básicas.

Primeira Infância

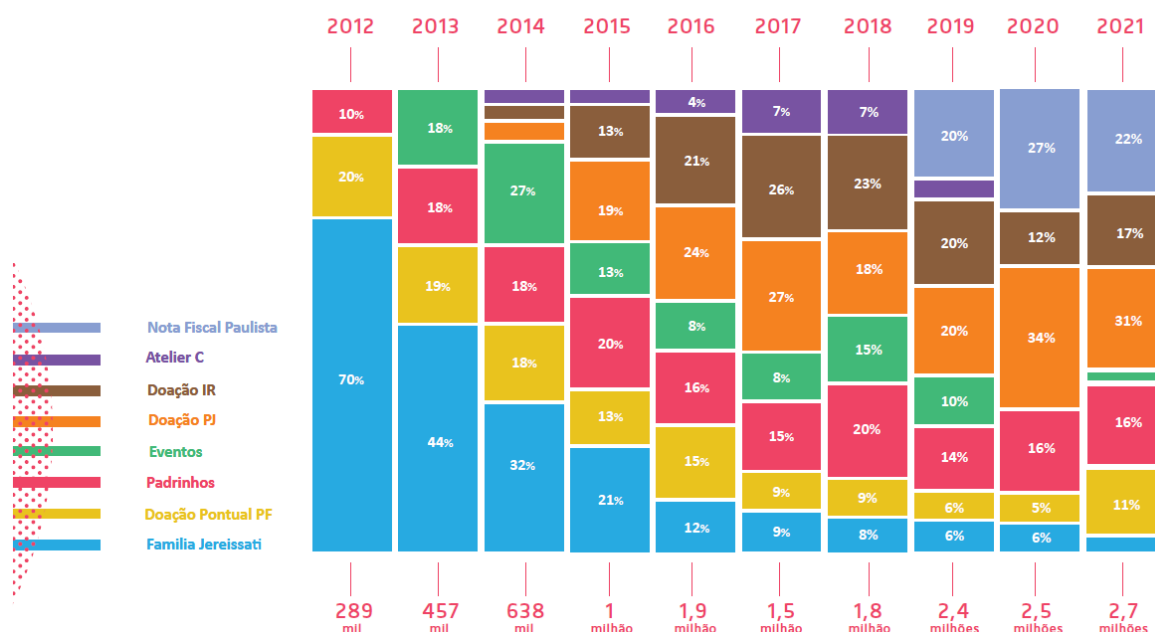
Também realizado no nosso polo de atendimento na comunidade Minas Gás, o projeto atende mulheres que cuidam de crianças na primeira infância (0 a 6 anos).

Com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento integral das crianças na primeira infância, o projeto oferece em parceria com a escola Manduí, curso de capacitação em berçarista para as mulheres e mães, com atividades práticas que envolvem as crianças, atendimento psicológico, social e distribuição de cestas básicas.



Para seu conhecimento, apontamos a evolução ao longo dos últimos anos, dos recursos anuais auferidos pelo Instituto C, por categoria:

RECEITA ANUAL



Além da aplicação dos recursos nos anos de 2020 e 2021:

Custo e despesas por natureza

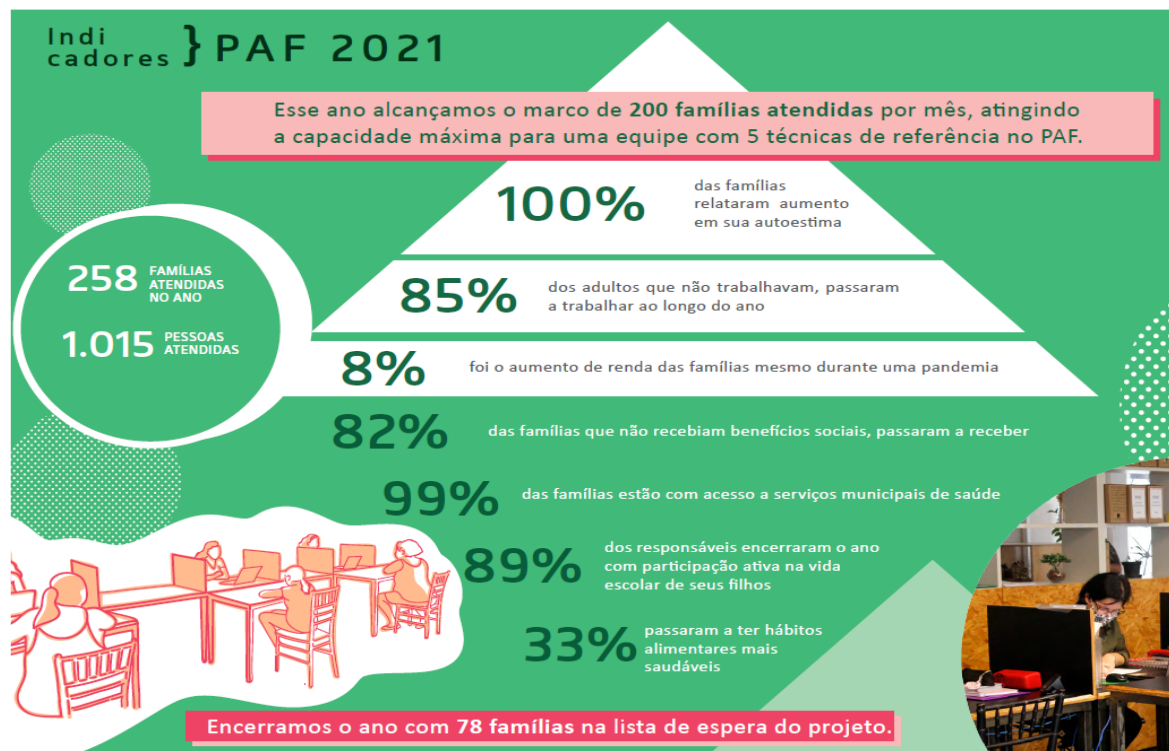
	Custo		Despesa	
	2021	2020	2021	2020
Despesas com salários e encargos	770.338	723.687	342.867	225.519
Atendimento às famílias	556.443	443.796	-	-
Depreciação	-	-	9.371	18.792
Serviços de terceiros	26.479	-	617.374	396.786
Despesas com aluguel	20.995	9.182	164.982	146.952
Despesas com projeto atelier	-	226	-	-
Utilidades (água, luz e telefone)	59.148	2.107	53.466	6.874
Outras	112.265	68.118	38.885	33.000
Total	2.680.373	1.247.116	1.226.945	827.923

Complementarmente trazemos o **Balanco Patrimonial de 2020 e 2021** (em reais) auditado pela Audisa Auditores Associados:

ATIVO	2020	2021	PASSIVO	2020	2021
Circulante			Circulante		
Caixa e equivalentes de caixa - sem restrição	1.363.760	1.419.873	Contas a pagar	600	600
Caixa e equivalentes de caixa - com restrição	54.956	48.156	Obrigações Trabalhistas	44.604	71.573
Contas a receber	250.173	1.291.309	Serviços a prestar	70.000	1.115.451
Tributos a recuperar	5.592	5.592	Total não circulante	115.204	1.187.624
Outros ativos		1.583	Patrimônio Líquido		
Total circulante	1.674.481	2.766.513	Patrimônio Social	1.295.003	1.691.573
Não Circulante			Superávit (déficit)	396.570	36.212
Intangível	-	-		1.691.573	1.727.785
Imobilizado	132.296	148.896			
Total não circulante	132.296	148.896			
Total do ativo	1.806.777	2.915.409	Total do passivo e do patrimônio social	1.806.777	2.915.409

Conheça os principais resultados/indicadores dos nossos projetos, fruto da aplicação dos recursos recebidos:

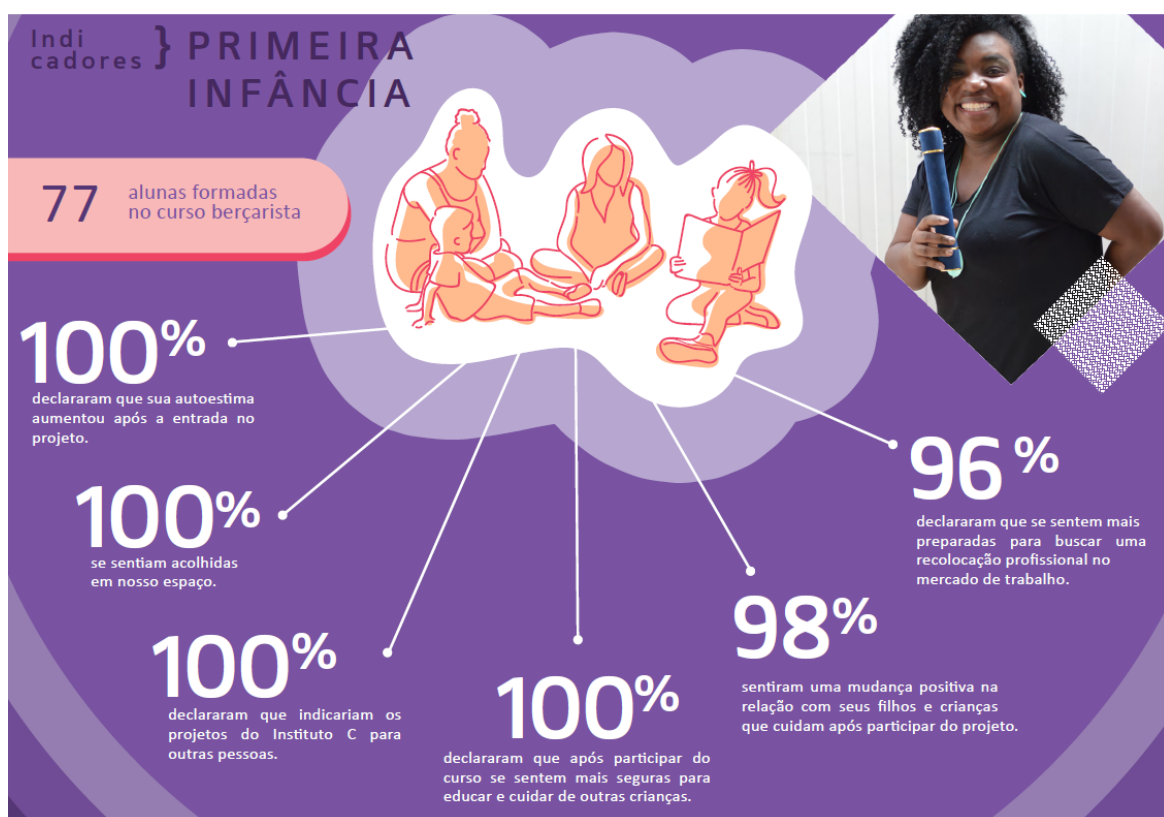
PAF - Plano de Ação Familiar



Educação em Rede



Primeira Infância



É um prazer contar com você nessa jornada!

Um abraço,

Vera Oliveira, diretora executiva do Instituto C

- Caso 3 (B+1): ONG que divulga a *accountability* horizontal e NÃO divulga a ascendente;

Para participar acesse: <https://forms.gle/qgwQ8YcRF4JRk1JD7>

A partir desse momento você terá informações sobre uma Organização Não Governamental (ONG) e, posteriormente, perguntas referentes à possibilidade de doação e outras questões para serem respondidas a partir das informações disponibilizadas sobre a instituição.

Prezado Doador,

O **Instituto C**, fundado em 2011, é uma organização social sem fins lucrativos, que **atua na cidade de São Paulo, junto a famílias que tenham crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social**, para que construam sua autonomia, tendo consciência sobre seus direitos e deveres e, **podendo assim, oferecer um ambiente saudável para o pleno desenvolvimento de suas crianças e adolescentes.**

Atuamos especificamente na proteção social básica e buscamos **fortalecer os vínculos familiares e prevenir situações de risco** por meio do desenvolvimento das potencialidades de cada uma das famílias.

Para continuar este importante trabalho, precisamos da sua ajuda! **Com sua doação, podemos continuar** a ajudar crianças, adolescentes e suas famílias.

Conheça nossa missão, visão e valores institucionais:

MISSÃO

Estimular famílias com crianças e adolescentes em risco social a alcançar o pleno exercício de sua autonomia e cidadania.

VISÃO

Garantir que todas as famílias conheçam e acessem os seus direitos para assegurar o pleno desenvolvimento de suas crianças e adolescentes.

VALORES

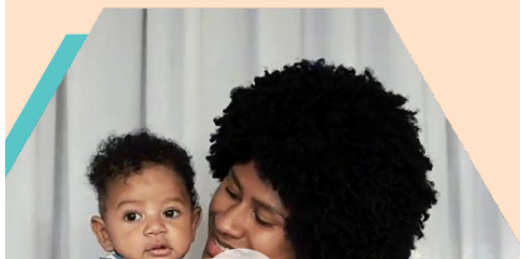
Valorização da infância: acreditamos que nessa fase o desenvolvimento físico, intelectual e psicossocial da criança e do adolescente é fundamental para se tornarem adultos capazes de conduzir sua vida com autonomia;

Importância da família: consideramos a família um dos principais agentes para garantir os direitos básicos e a construção de vínculos afetivos duradouros para o desenvolvimento pleno da criança e do adolescente;

Compartilhamento de conhecimento: disponibilizamos informação para que famílias possam promover o desenvolvimento de todo o potencial da criança e do adolescente;

Transparência e gestão responsável: agimos com clareza e objetividade na condução da instituição, prestamos contas à sociedade, parceiros e doadores sobre a gestão dos recursos captados e resultados das nossas ações;

Trabalho voluntário: valorizamos a participação ativa da sociedade civil no dia a dia da instituição, trazendo novas ideias que nos auxiliem a cumprir a nossa missão.



Queremos a partir de 2023 chegar a outros lugares da cidade de São Paulo, para que cada vez mais famílias vulneráveis possam conquistar a sua autonomia por meio daquilo que é a nossa marca: o conhecimento, a escuta atenta e a construção de pontes.

Conheça nossos projetos:

Plano de Ação Familiar

Realizado na nossa sede, em Santa Cecília, atende famílias de crianças e adolescentes (0 a 17 anos) que apresentem alguma doença grave ou crônica e que vivam em situação de vulnerabilidade social.

Com o objetivo de auxiliar as famílias na superação das dificuldades e construção da autonomia, o PAF é inspirado na metodologia do Instituto Dara e oferece mensalmente atendimento multidisciplinar focado nas necessidades e possibilidades de cada família nas áreas de renda, serviço social, educação, nutrição e psicologia; rodas de conversa; doação de alimentos e remédios que o SUS não fornece; encaminhamentos para benefícios sociais e oportunidades.



Educação em Rede

Realizado no nosso polo de atendimento na comunidade Minas Gás, atende famílias com crianças e adolescentes de 7 a 17 anos que apresentem alguma queixa escolar e vivam em situação de vulnerabilidade social.

Com o objetivo de potencializar o desenvolvimento escolar de crianças e adolescentes, o Educação em Rede oferece aulas de reforço escolar e terapia em grupo para as crianças, atendimento psicológico e social para suas famílias e distribuição de cestas básicas.

Primeira Infância

Também realizado no nosso polo de atendimento na comunidade Minas Gás, o projeto atende mulheres que cuidam de crianças na primeira infância (0 a 6 anos).

Com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento integral das crianças na primeira infância, o projeto oferece em parceria com a escola Manduí, curso de capacitação em berçarista para as mulheres e mães, com atividades práticas que envolvem as crianças, atendimento psicológico, social e distribuição de cestas básicas.



Em 2022, nós fomos eleitos, pelo 6º ano consecutivo, uma das 100 melhores ONGs do Brasil. Somos uma das 10 organizações que receberam esse reconhecimento desde o início do prêmio! O ranking elaborado pelo Instituto Doar leva em conta quesitos relacionados a gestão, transparência e planejamento.



Uma importante conquista no ano de 2021 foi o Selo Doar A+, um certificado do Instituto Doar que tem como objetivo incentivar, legitimar e destacar o profissionalismo e transparência das organizações da sociedade civil brasileiras.



Além das Certificações Estaduais e Municipais.

Certificações Estaduais

- _Isenção do ITCMD
- _Certificado de Regularidade Cadastral de Entidade
- _Entidade Promotora de Direitos Humanos
- _Registro no Conselho Estadual dos Direitos da Criança e do Adolescente
- _Registro na Secretaria de Desenvolvimento Social

Certificações Municipais

- _Registro no Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente
- _Registro no Conselho Municipal de Assistência Social
- _Utilidade Pública Municipal da cidade de São Paulo
- _Cadastro Único de Entidades do Terceiro Setor

É um prazer contar com você nessa jornada!

Um abraço,

Vera Oliveira, diretora executiva do Instituto C

- Caso 4 (B+2): grupo de controle, que NÃO divulga a accountability horizontal e NÃO divulga a ascendente.

Para participar acesse: <https://forms.gle/aVP4BmRUt4muxwow6>

A partir desse momento você terá informações sobre uma Organização Não Governamental (ONG) e, posteriormente, perguntas referentes à possibilidade de doação e outras questões para serem respondidas a partir das informações disponibilizadas sobre a instituição.

Prezado Doador,

O **Instituto C**, fundado em 2011, é uma organização social sem fins lucrativos, que **atua na cidade de São Paulo, junto a famílias que tenham crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social**, para que construam sua autonomia, tendo consciência sobre seus

direitos e deveres e, **podendo assim, oferecer um ambiente saudável para o pleno desenvolvimento de suas crianças e adolescentes.**

Atuamos especificamente na proteção social básica e buscamos **fortalecer os vínculos familiares e prevenir situações de risco** por meio do desenvolvimento das potencialidades de cada uma das famílias.

Para continuar este importante trabalho, precisamos da sua ajuda! **Com sua doação, podemos continuar** a ajudar crianças, adolescentes e suas famílias.

Conheça nossa missão, visão e valores institucionais:

An infographic with a light orange background and a yellow triangle on the right side. It features a photo of a woman with dark curly hair holding a young child. The text is organized into three sections: 'missão', 'visão', and 'valores'.

missão_ Estimular famílias com crianças e adolescentes em risco social a alcançar o pleno exercício de sua autonomia e cidadania.

visão_ Garantir que todas as famílias conheçam e acessem os seus direitos para assegurar o pleno desenvolvimento de suas crianças e adolescentes.

valores_

- Valorização da infância:** acreditamos que nessa fase o desenvolvimento físico, intelectual e psicossocial da criança e do adolescente é fundamental para se tornarem adultos capazes de conduzir sua vida com autonomia;
- Importância da família:** consideramos a família um dos principais agentes para garantir os direitos básicos e a construção de vínculos afetivos duradouros para o desenvolvimento pleno da criança e do adolescente;
- Compartilhamento de conhecimento:** disponibilizamos informação para que famílias possam promover o desenvolvimento de todo o potencial da criança e do adolescente;
- Transparência e gestão responsável:** agimos com clareza e objetividade na condução da instituição, prestamos contas à sociedade, parceiros e doadores sobre a gestão dos recursos captados e resultados das nossas ações;
- Trabalho voluntário:** valorizamos a participação ativa da sociedade civil no dia a dia da instituição, trazendo novas ideias que nos auxiliem a cumprir a nossa missão.

Queremos a partir de 2023 chegar a outros lugares da cidade de São Paulo, para que cada vez mais famílias vulneráveis possam conquistar a sua autonomia por meio daquilo que é a nossa marca: o conhecimento, a escuta atenta e a construção de pontes.

Conheça nossos projetos:

Plano de Ação Familiar

Realizado na nossa sede, em Santa Cecília, atende famílias de crianças e adolescentes (0 a 17 anos) que apresentem alguma doença grave ou crônica e que vivam em situação de vulnerabilidade social.

Com o objetivo de auxiliar as famílias na superação das dificuldades e construção da autonomia, o PAF é inspirado na metodologia do Instituto Dara e oferece mensalmente atendimento multidisciplinar focado nas necessidades e possibilidades de cada família nas áreas de renda, serviço social, educação, nutrição e psicologia; rodas de conversa; doação de alimentos e remédios que o SUS não fornece; encaminhamentos para benefícios sociais e oportunidades.



Educação em Rede

Realizado no nosso polo de atendimento na comunidade Minas Gás, atende famílias com crianças e adolescentes de 7 a 17 anos que apresentem alguma queixa escolar e vivam em situação de vulnerabilidade social.

Com o objetivo de potencializar o desenvolvimento escolar de crianças e adolescentes, o Educação em Rede oferece aulas de reforço escolar e terapia em grupo para as crianças, atendimento psicológico e social para suas famílias e distribuição de cestas básicas.

Primeira Infância

Também realizado no nosso polo de atendimento na comunidade Minas Gás, o projeto atende mulheres que cuidam de crianças na primeira infância (0 a 6 anos).

Com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento integral das crianças na primeira infância, o projeto oferece em parceria com a escola Manduí, curso de capacitação em berçarista para as mulheres e mães, com atividades práticas que envolvem as crianças, atendimento psicológico, social e distribuição de cestas básicas.



É um prazer contar com você nessa jornada!

Um abraço,

Vera Oliveira, diretora executiva do Instituto C