

# PARTICIPAÇÃO CIDADÃ HOJE: O ENGAJAMENTO EM QUATRO CANTOS DO MUNDO

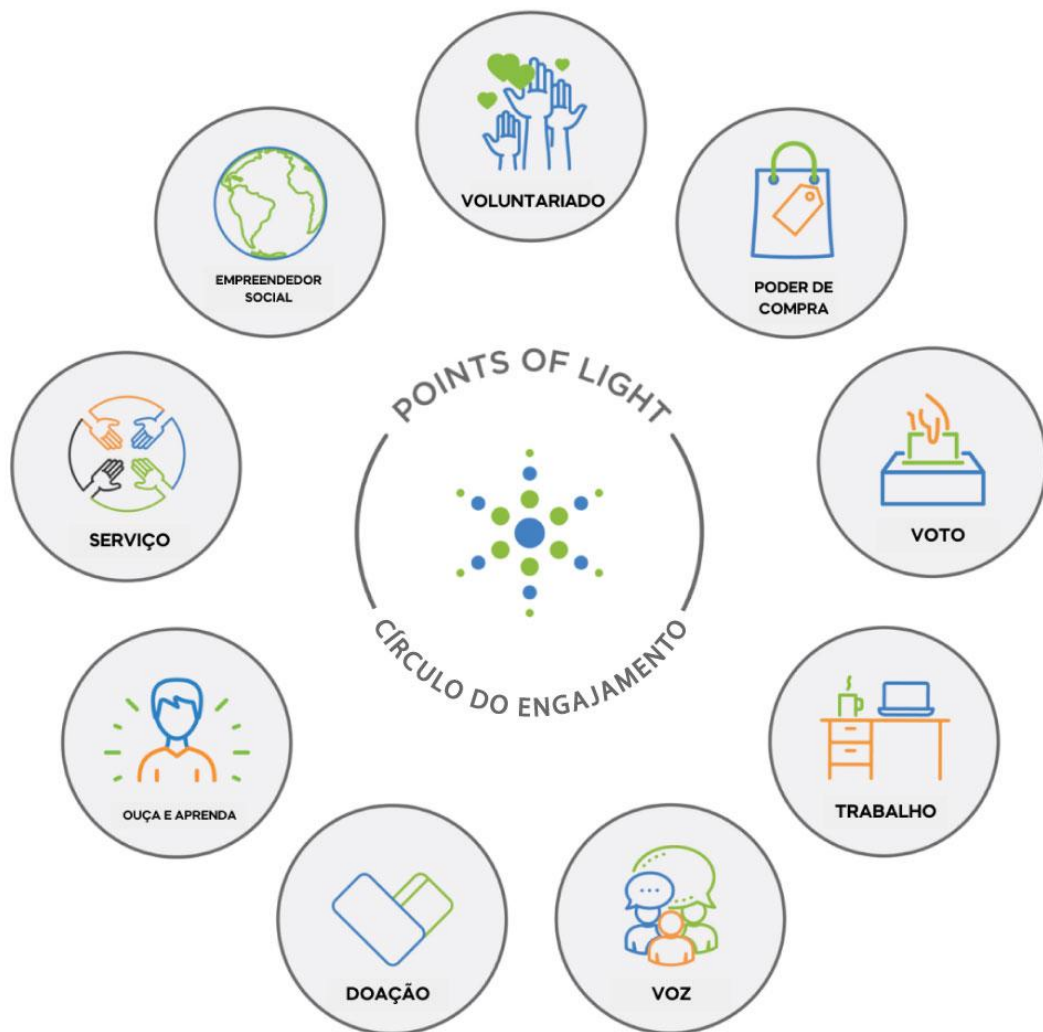


ATADOS



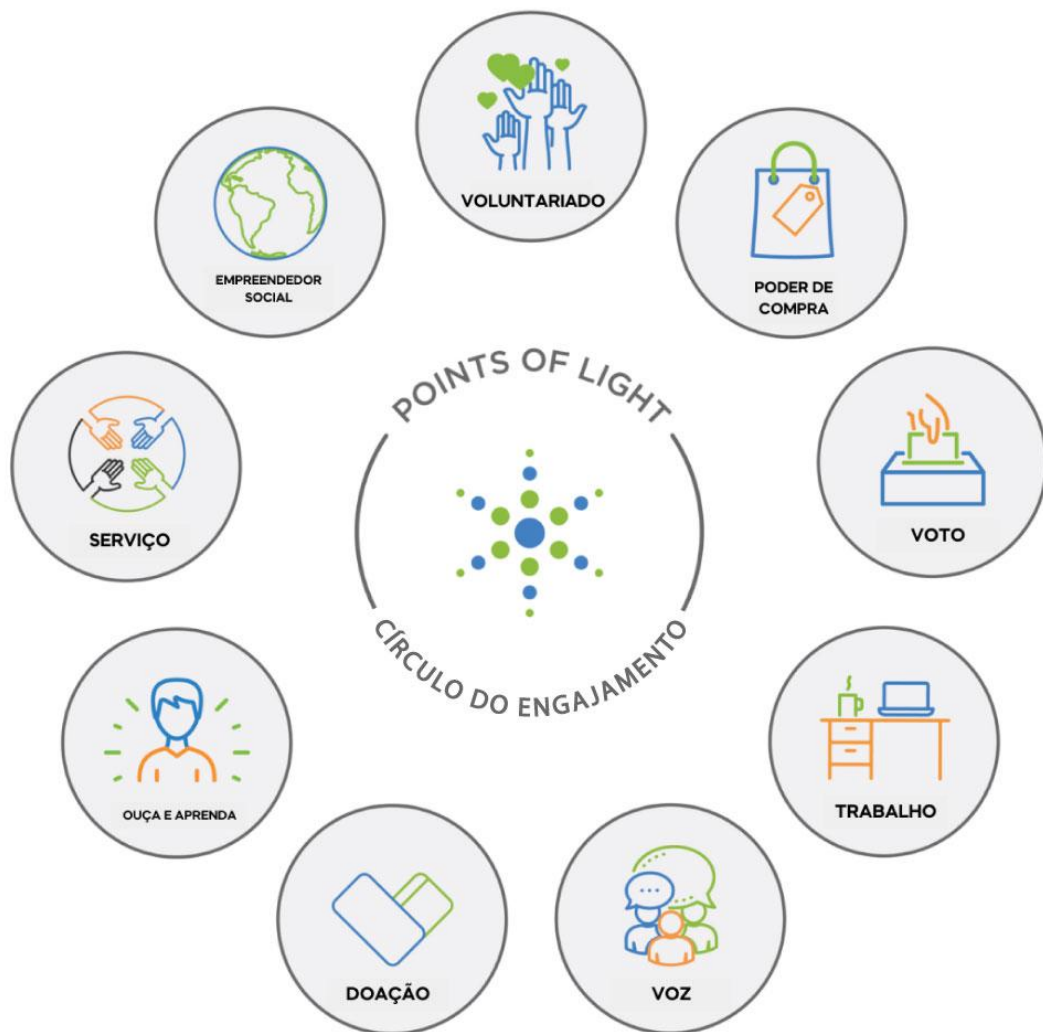
POINTS OF LIGHT





---

O Círculo do Engajamento é um diagrama criado pela Points of Light, com base em anos de pesquisas. Ele mostra as principais formas como uma pessoa pode expressar seu desejo de mudança e sua posição sobre questões sociais. Saiba mais [aqui](#).



---

Esta pesquisa mostra como e porque atitudes dentro das categorias citadas no Círculo de Engajamento são percebidas como as mais influentes hoje. Além disso, evidencia quais ações têm menos envolvimento agora, mas podem criar oportunidades de crescimento amanhã.

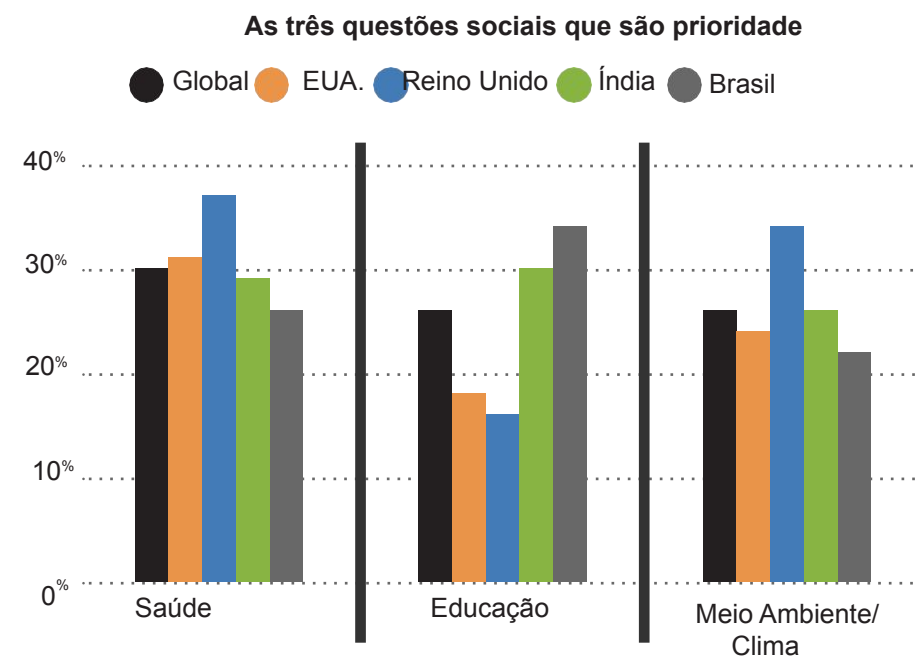
Realizada em janeiro deste ano, ela foi conduzida em quatro países: Estados Unidos (1500 entrevistados); Reino Unido (1000 entrevistados), Índia (2000 entrevistados) e Brasil (1500 entrevistados).

# CONCLUSÕES

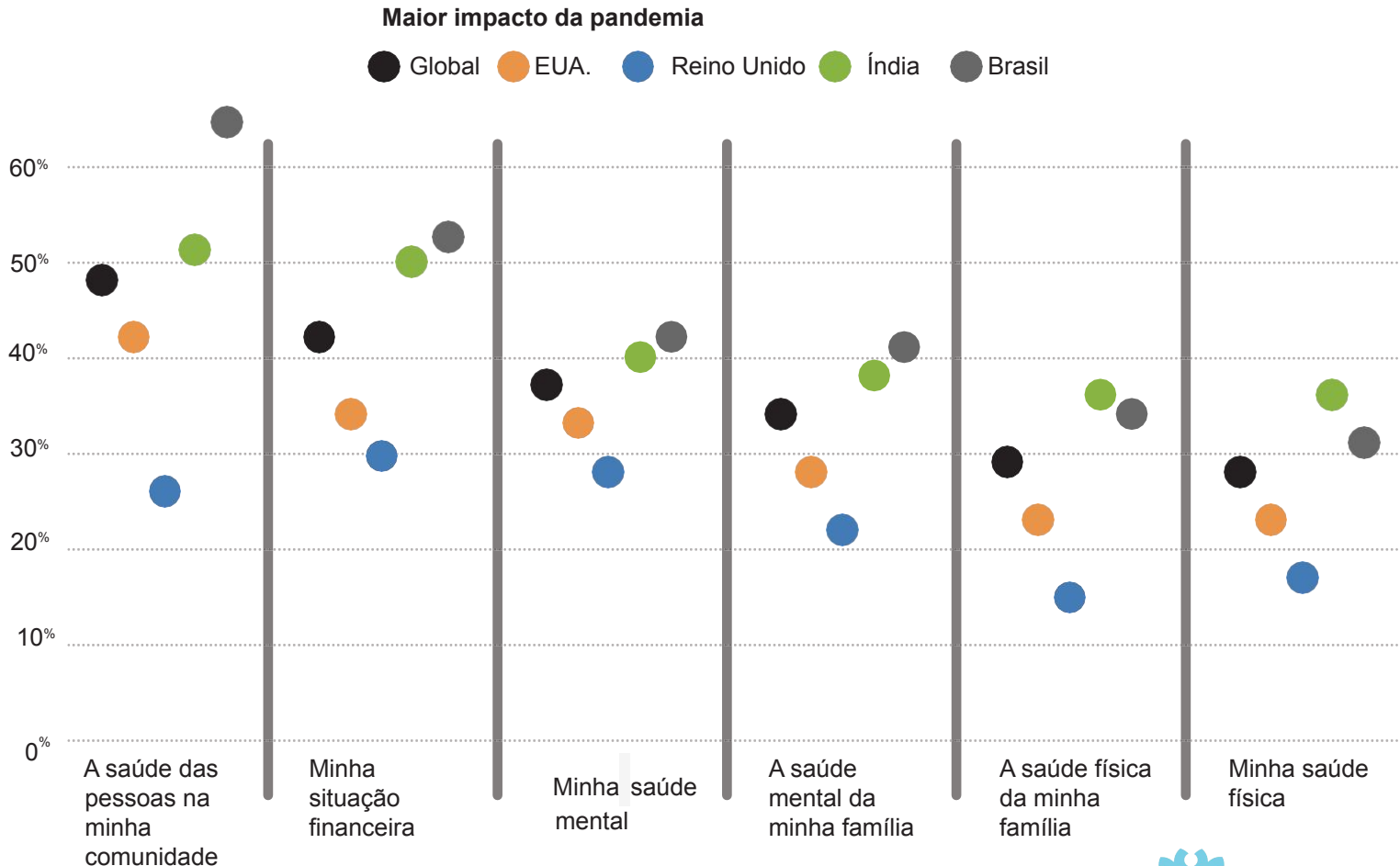
1. As mesmas questões sociais relacionadas à pandemia impactam pessoas das quatro áreas pesquisadas.
2. A maioria dos indivíduos consideram os temas educação, meio ambiente e saúde como prioridades.
3. As três atitudes que se sobressaíram foram o uso da voz, o aprendizado e o voluntariado.
4. O voluntariado é visto como uma das atividades mais importantes.
5. Há altas expectativas de que as empresas contribuam para a transformação social.

# 1) AS MESMAS QUESTÕES SOCIAIS RELACIONADAS À PANDEMIA IMPACTAM PESSOAS DOS QUATRO PAÍSES PESQUISADOS

As três questões sociais que são prioridade: saúde, educação e meio ambiente/clima.



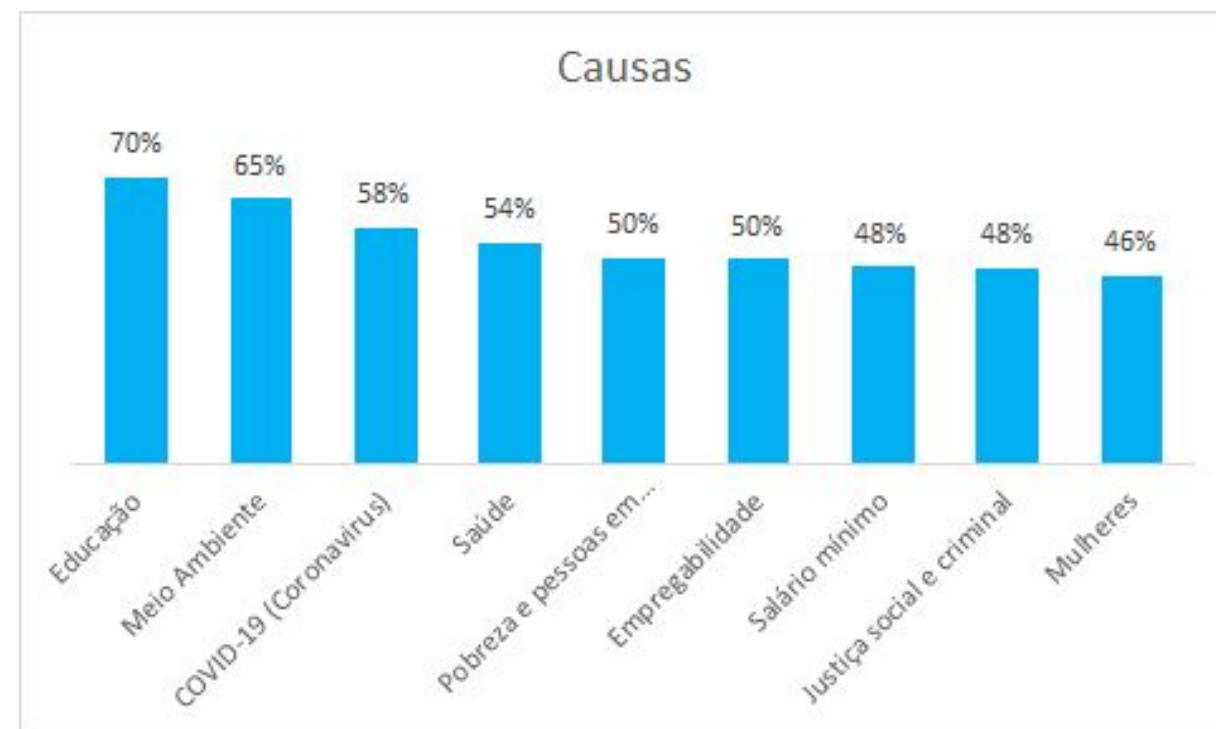
Quase metade dos entrevistados disse que o maior impacto do COVID-19 foi na saúde de outras pessoas. Mais de 40% disseram que a pandemia afetou sua situação financeira.



## NO BRASIL, EDUCAÇÃO É A CAUSA QUE MAIS MOBILIZA

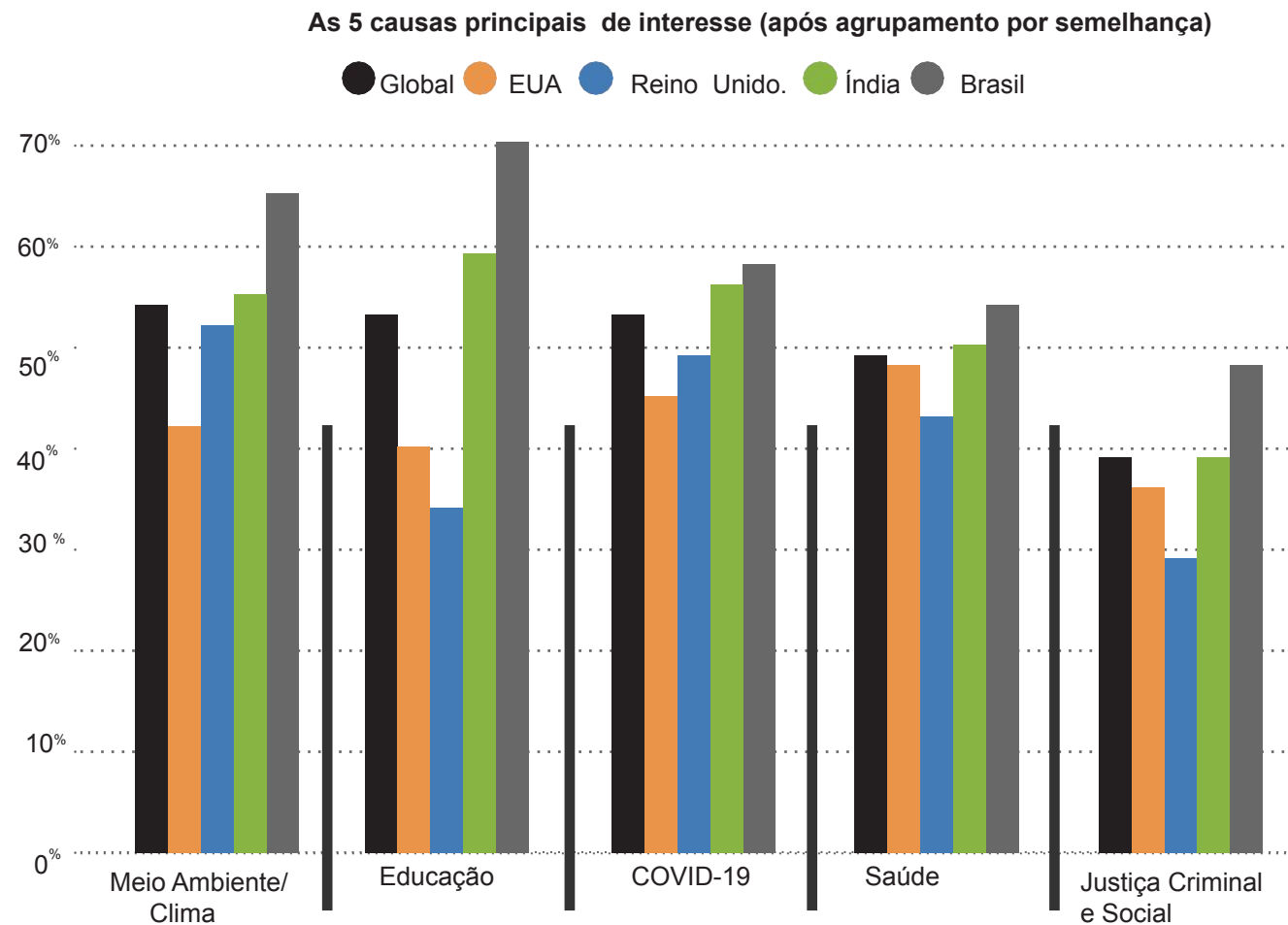
Ainda mais importante para brasileiros que vivem em locais urbanos ou com mais anos de educação formal.

Assim como nos outros países, meio ambiente e saúde vêm em seguida. No caso de saúde, a preocupação principal é com saúde mental e assistência social.



## 2) A MAIORIA DOS INDIVÍDUOS CONSIDERA OS TEMAS EDUCAÇÃO, MEIO AMBIENTE E SAÚDE COMO PRIORIDADES

A educação era de maior interesse na Índia e no Brasil. Já meio ambiente/clima no Reino Unido e saúde nos EUA.





### 3) AS TRÊS ATITUDES QUE SE SOBRESSAÍRAM FORAM O USO DA VOZ, O APRENDIZADO E O VOLUNTARIADO



A Índia se destacou no uso das redes sociais para todas as questões. Os EUA e o Reino Unido fizeram menor uso desse recurso do que o Brasil e a Índia.



Tirar um tempo para aprender sobre um problema continuou a ser popular. A Índia se destacou nessa atitude, não importa qual fosse a causa, por uma ampla margem.

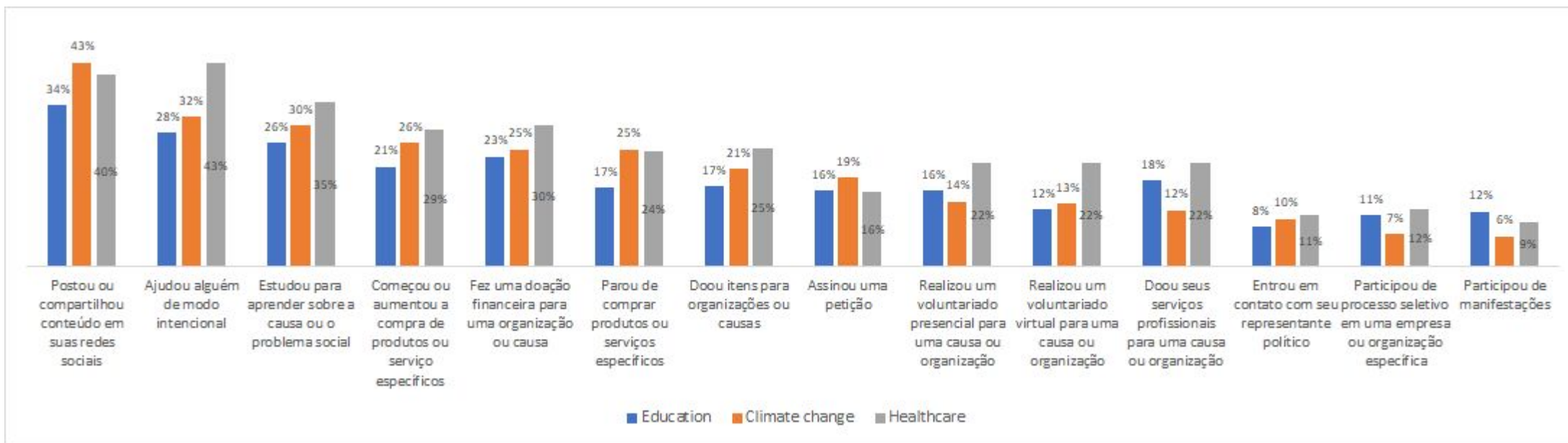
***Considera:** Quando os entrevistados procuram aprender sobre um problema, eles estão se voltando para organizações sem fins lucrativos e causas para obter informações – e estão recebendo as informações de que precisam?*



Ajudar intencionalmente outra pessoa estava entre as principais atitudes, sendo mais observada entre causas relacionadas à pobreza, falta de moradia ou à saúde mental, por exemplo.

# NO BRASIL

## Pessoas se engajam de diversas formas, mas redes sociais e voluntariado são os principais



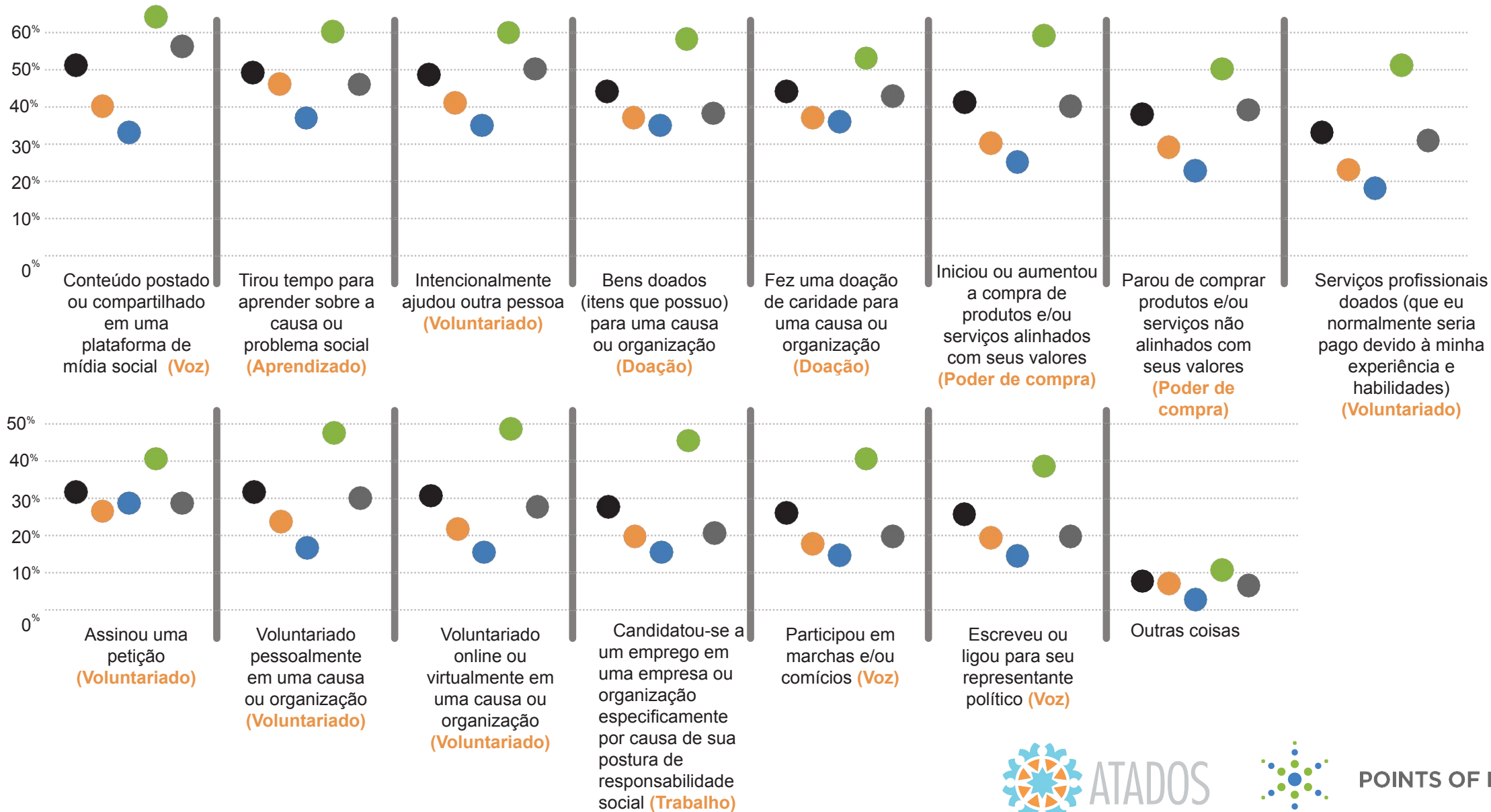
---

### **Nos 30 dias anteriores à pesquisa:**

- O interesse e as ações relacionadas à saúde mental foram mais baixos nos EUA e no Reino Unido.
  - Não importa qual a ação, a Índia foi consistentemente mais engajada do que outros países; o Reino Unido foi, na maioria das vezes, o menos engajado.
-

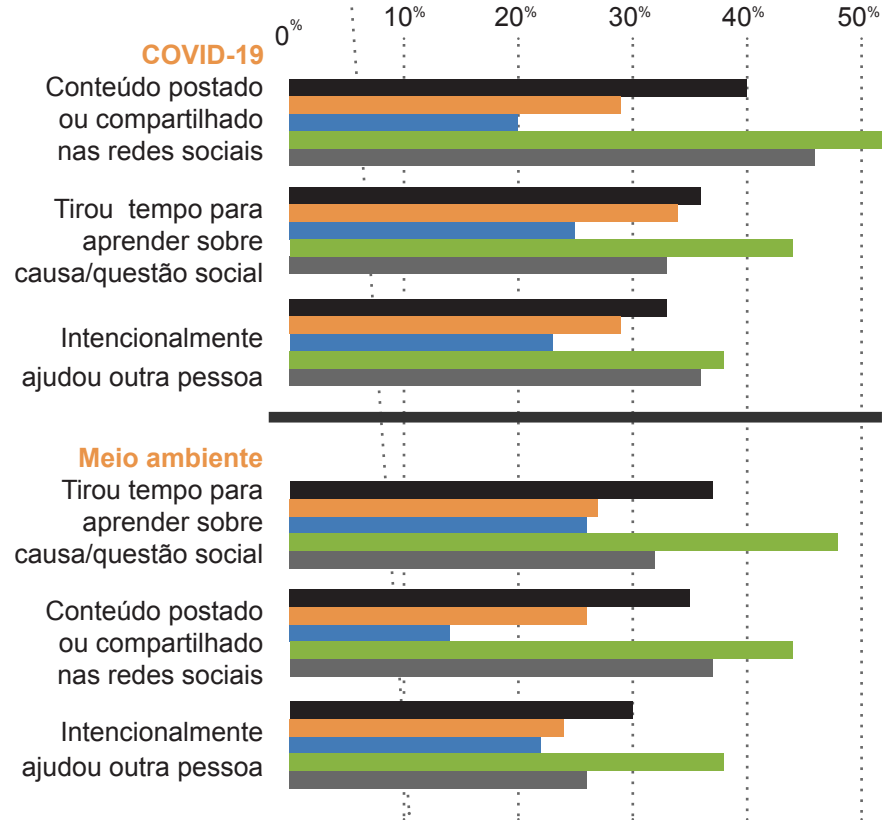
### Atitudes tomadas em apoio a qualquer problema/causa - últimos 30 dias

● Global ● EUA ● Reino Unido ● Índia ● Brasil



**As cinco causas principais de interesse e atitudes associadas ao Círculo de Engajamento — Últimos 30 Dias**

● Global ● EUA ● Reino Unido ● Índia ● Brasil



**Mudanças climáticas**  
Tirou tempo para aprender sobre causa/questão social

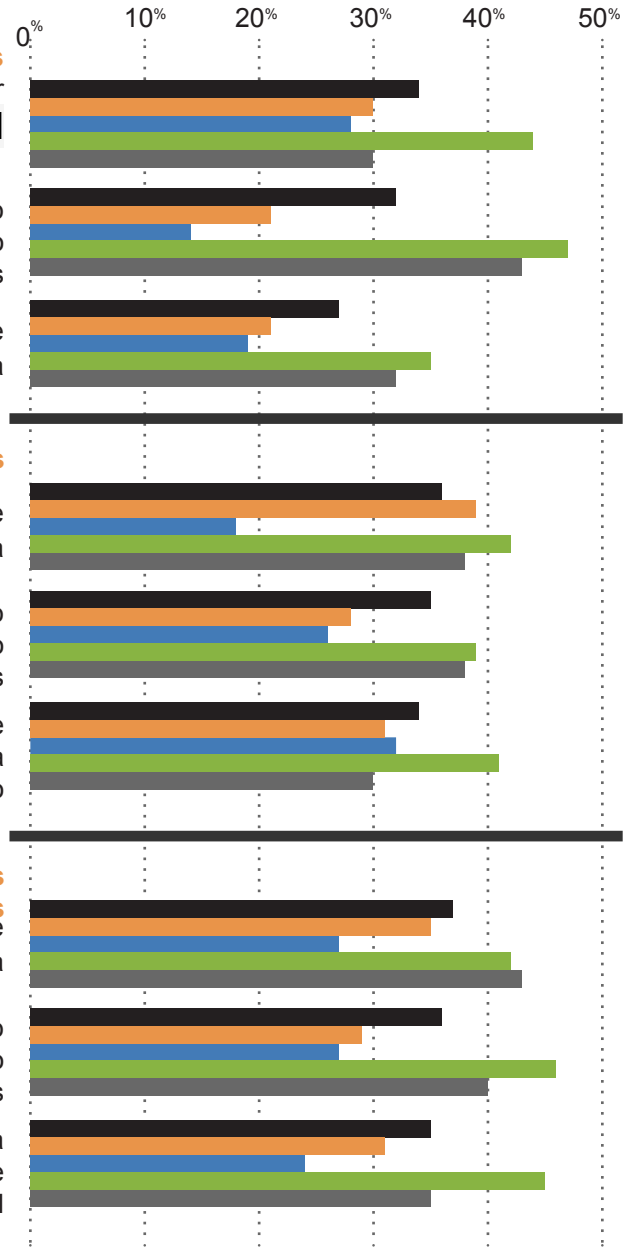
Conteúdo postado ou compartilhado nas redes sociais  
Intencionalmente ajudou outra pessoa

**Pobreza e pessoas desabrigadas**

Intencionalmente ajudou outra pessoa  
Conteúdo postado ou compartilhado nas redes sociais  
Bens doados que possuo para uma causa/organização

**Saúde mental e serviços sociais**

Intencionalmente ajudou outra pessoa  
Conteúdo postado ou compartilhado nas redes sociais  
Tirou tempo para aprender sobre causa/questão social



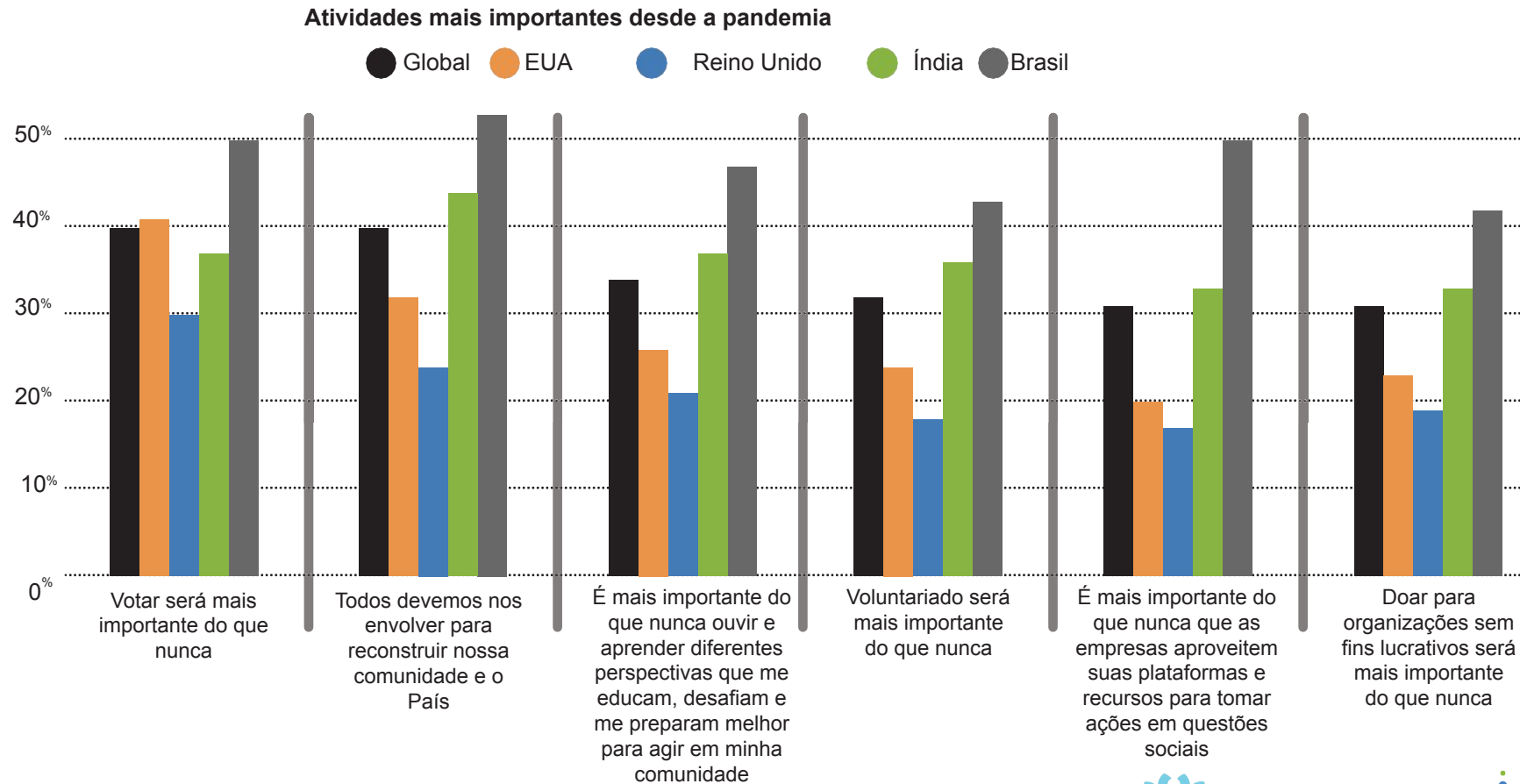
POINTS OF LIGHT



ATADOS

# VOTAR AINDA É IMPORTANTE.

Para brasileiros, todos devemos nos envolver para reconstruir nossa comunidade e o País. Além disso, votar é mais importante do que nunca.

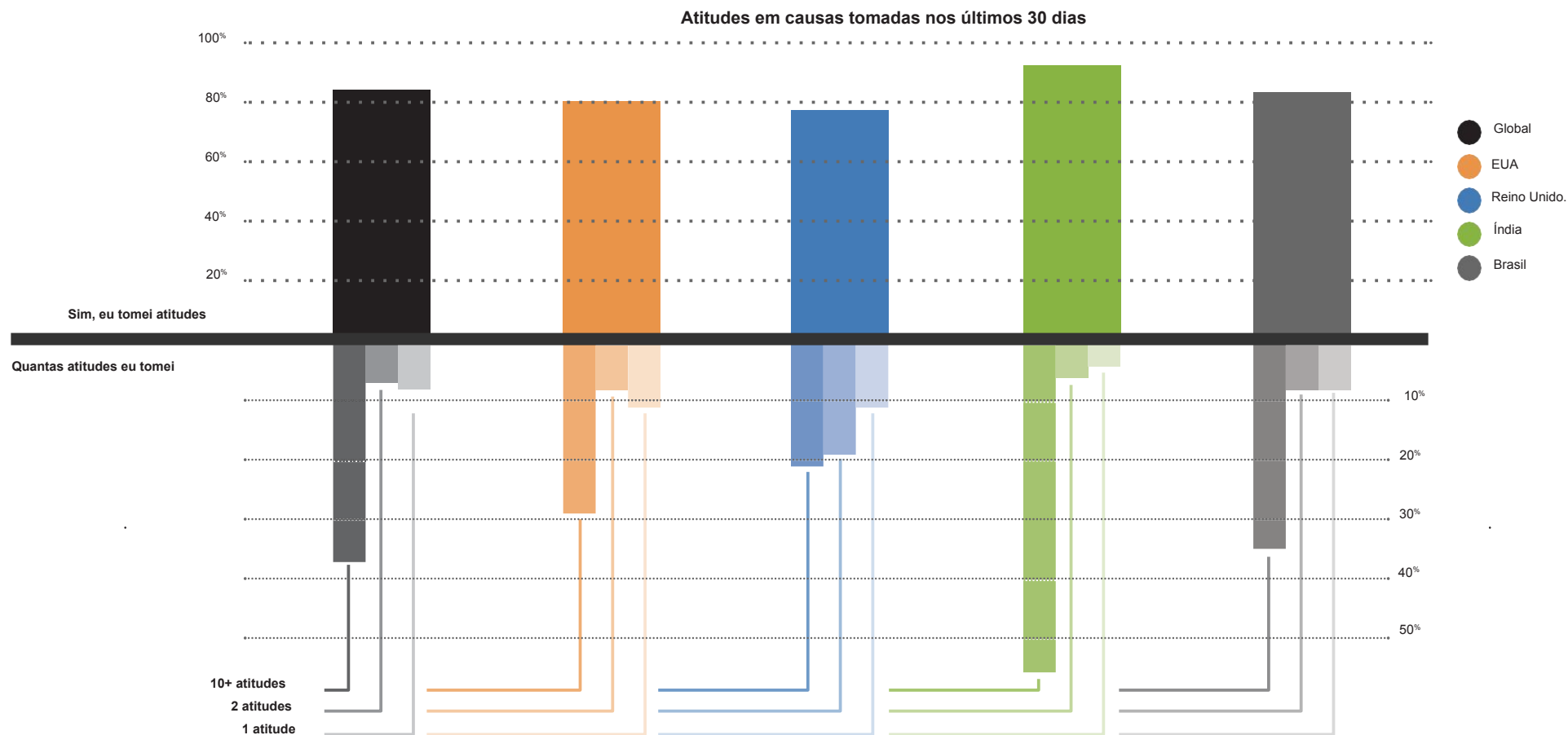


# A atuação em comunidade, incluindo as empresas, é um aspecto importante no pós-pandemia para os brasileiros

Afirmações	% de pessoas que concordam
Todos devem estar envolvidos para reconstruir as comunidades e o país como um todo	81%
É mais importante do que nunca que as empresas usem suas plataformas e recursos para tomar ações em questões sociais	79%
É mais importante do que nunca ouvir e aprender de diferentes perspectivas que educam, desafiam e nos preparam para tomar a ação	79%
Voluntariado será mais importante do que nunca	76%
Programas nacionais de voluntariado serão mais importantes do que nunca	74%
Votação será mais importante do que nunca	74%
Doação às ONGs será mais importante do que nunca	74%
É mais importante do que nunca que meus valores se alinhem às minhas decisões de compra	67%
Meu apoio às questões sociais que considero importantes por meio do contato e acompanhamento dos governantes nos quais votei será mais importante do que nunca	65%
A pandemia terá um resultado a longo prazo, impactando positivamente em como as pessoas lidam umas com as outras, bem como na vontade de se envolver e fazer a diferença no mundo	63%

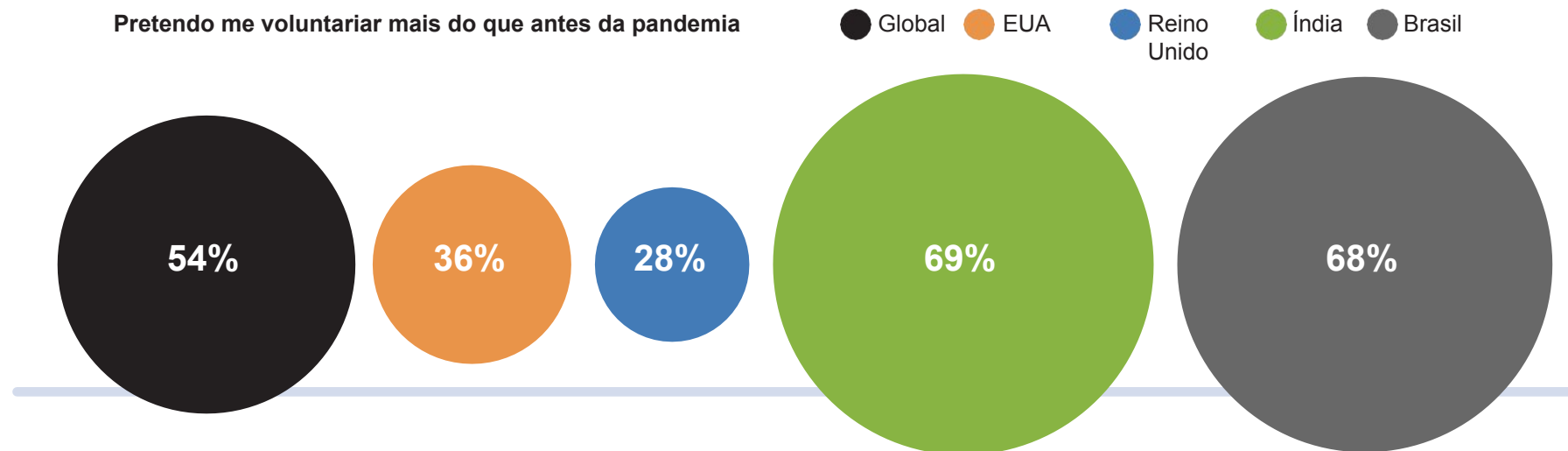
# ATITUDES PROMOVEM MAIS ATITUDES

Quando os entrevistados em qualquer país apoiavam uma questão social, muitos tendiam a tomar 10 ou mais atitudes em vez de apenas uma ou duas.





## 4) O VOLUNTARIADO AINDA É IMPORTANTE.



O voluntariado foi classificado em terceiro ou quarto lugar por todos os países como uma atividade importante.

Os EUA e o Reino Unido tiveram as porcentagens mais baixas de entrevistados que consideraram o voluntariado importante.

## OS VOLUNTÁRIOS CONTINUARÃO A SER VOLUNTÁRIOS.

As pessoas que se voluntariaram nos últimos 30 dias são as mesmas que pretendem se voluntariar nos próximos 30 dias.

Destes, a grande maioria pretende fazê-lo virtualmente.

**Pretendo ser voluntário on-line  
e/ou virtualmente durante o  
próximo mês**

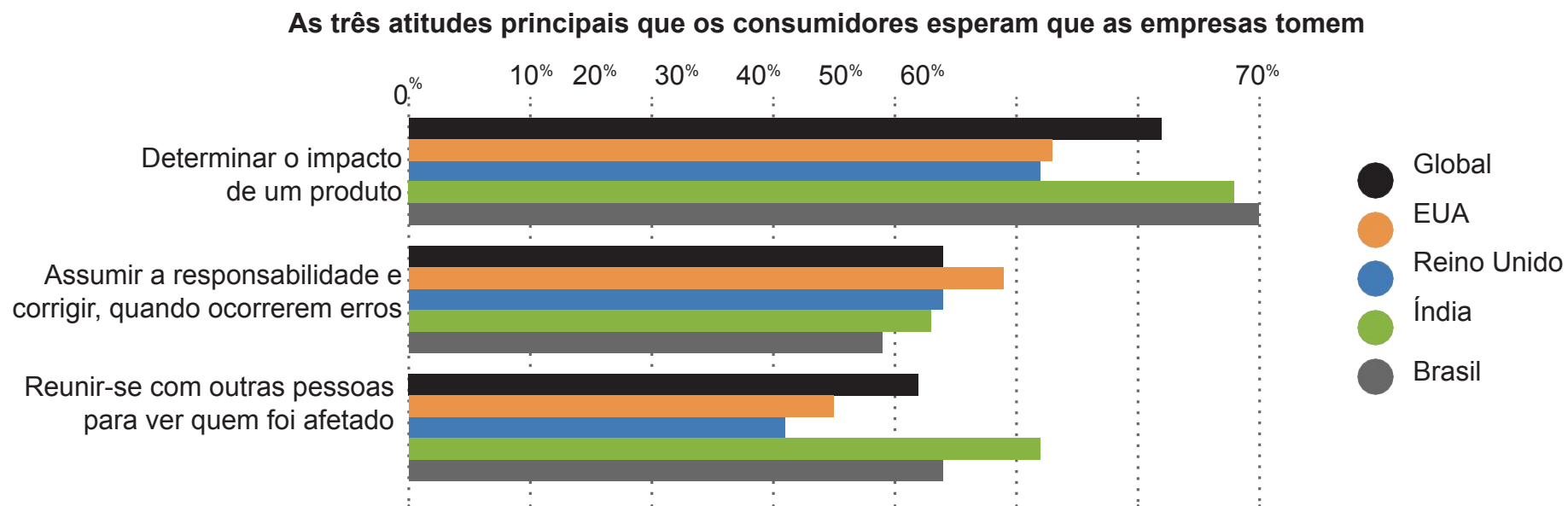
Global	38%
EUA	24%
Reino Unido	16%
Índia	59%
Brasil	38%

**O voluntariado virtual será a principal  
maneira de como eu vou me voluntariar  
durante o próximo mês**

Global	74%
EUA	65%
Reino Unido	65%
Índia	81%
Brasil	68%

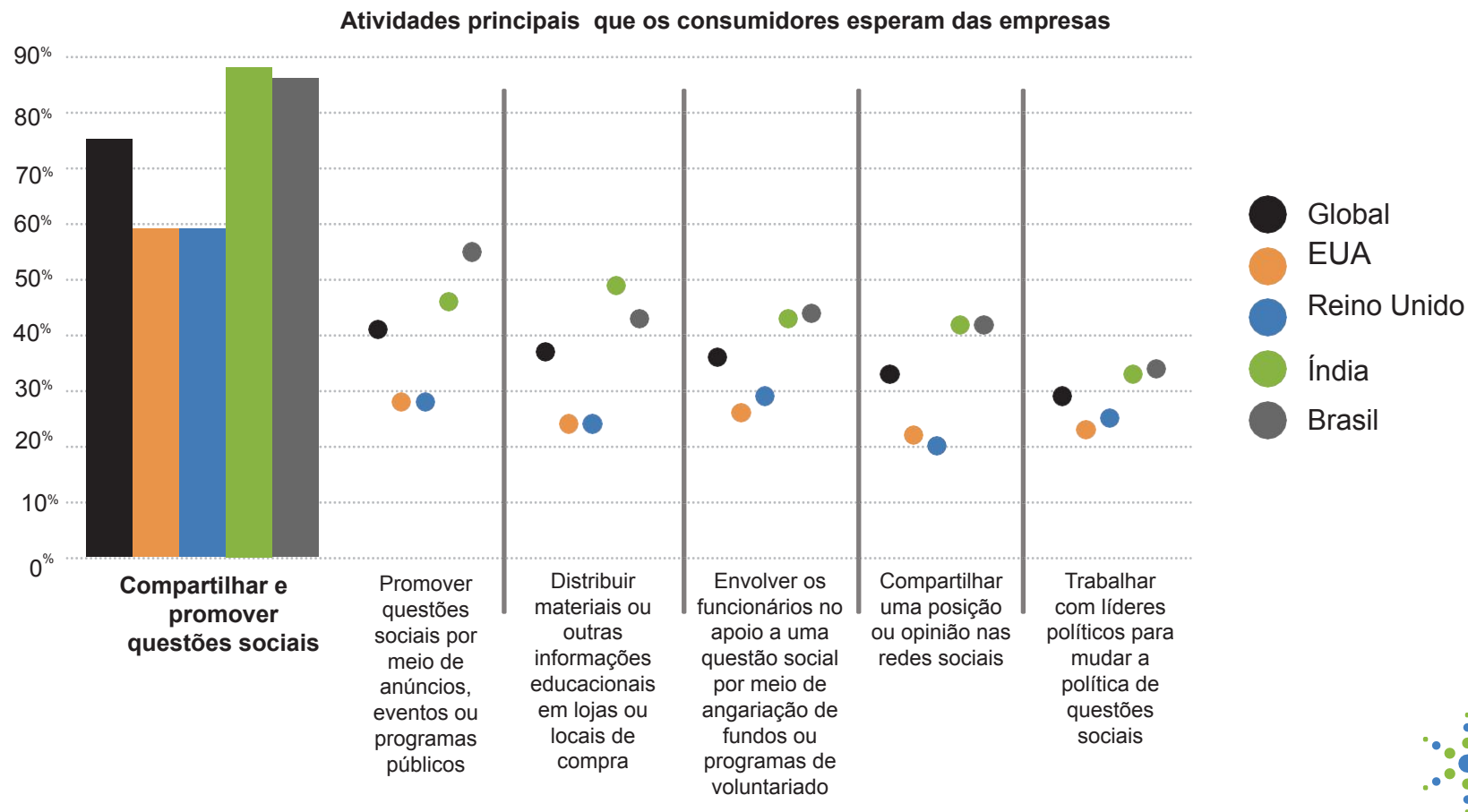
## 5) HÁ ALTAS EXPECTATIVAS DE QUE AS EMPRESAS CONTRIBUAM PARA A TRANSFORMAÇÃO SOCIAL

Globalmente, mais de 80% dos entrevistados esperam que as empresas resolvam os problemas sociais em seus países.



# OS ENTREVISTADOS ESPERAM QUE AS EMPRESAS PROMOVAM QUESTÕES SOCIAIS ATRAVÉS DE PUBLICIDADE E DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAIS NAS LOJAS

A Índia e o Brasil têm expectativas muito mais fortes do que os EUA e o Reino Unido de que as empresas pedirão aos consumidores que ajam.

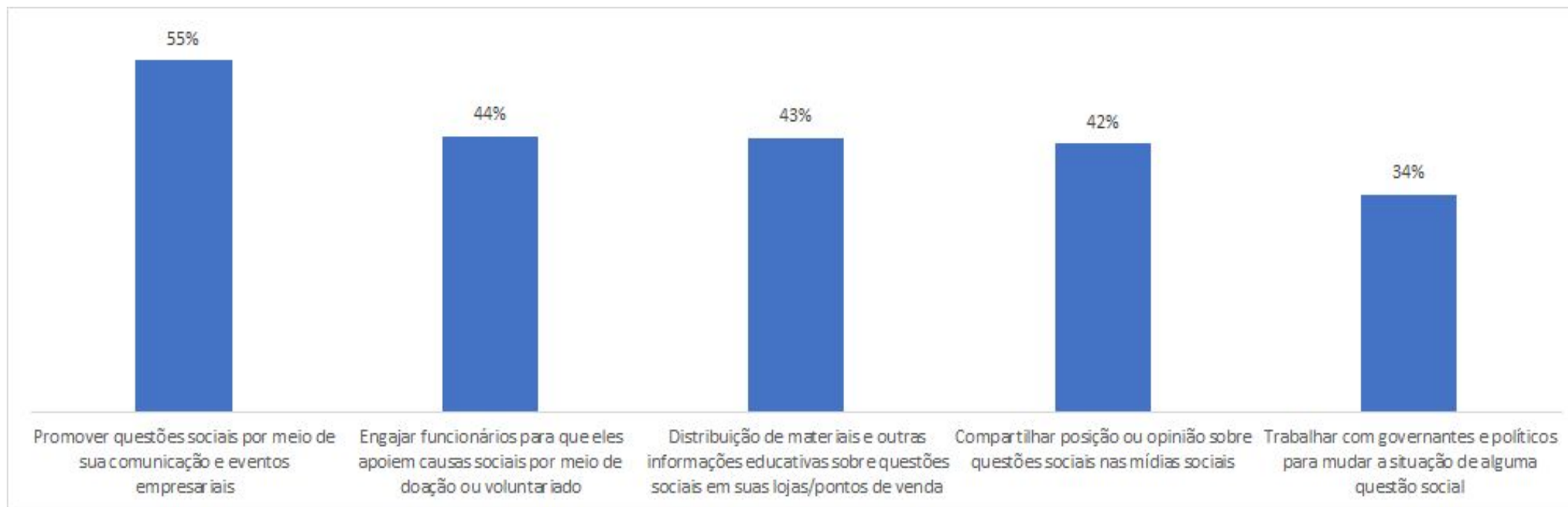


POINTS OF LIGHT

**Brasileiros demonstram ser mais exigentes em relação às empresas, principalmente quanto à promoção de questões sociais em sua comunicação e no engajamento de seus funcionários**

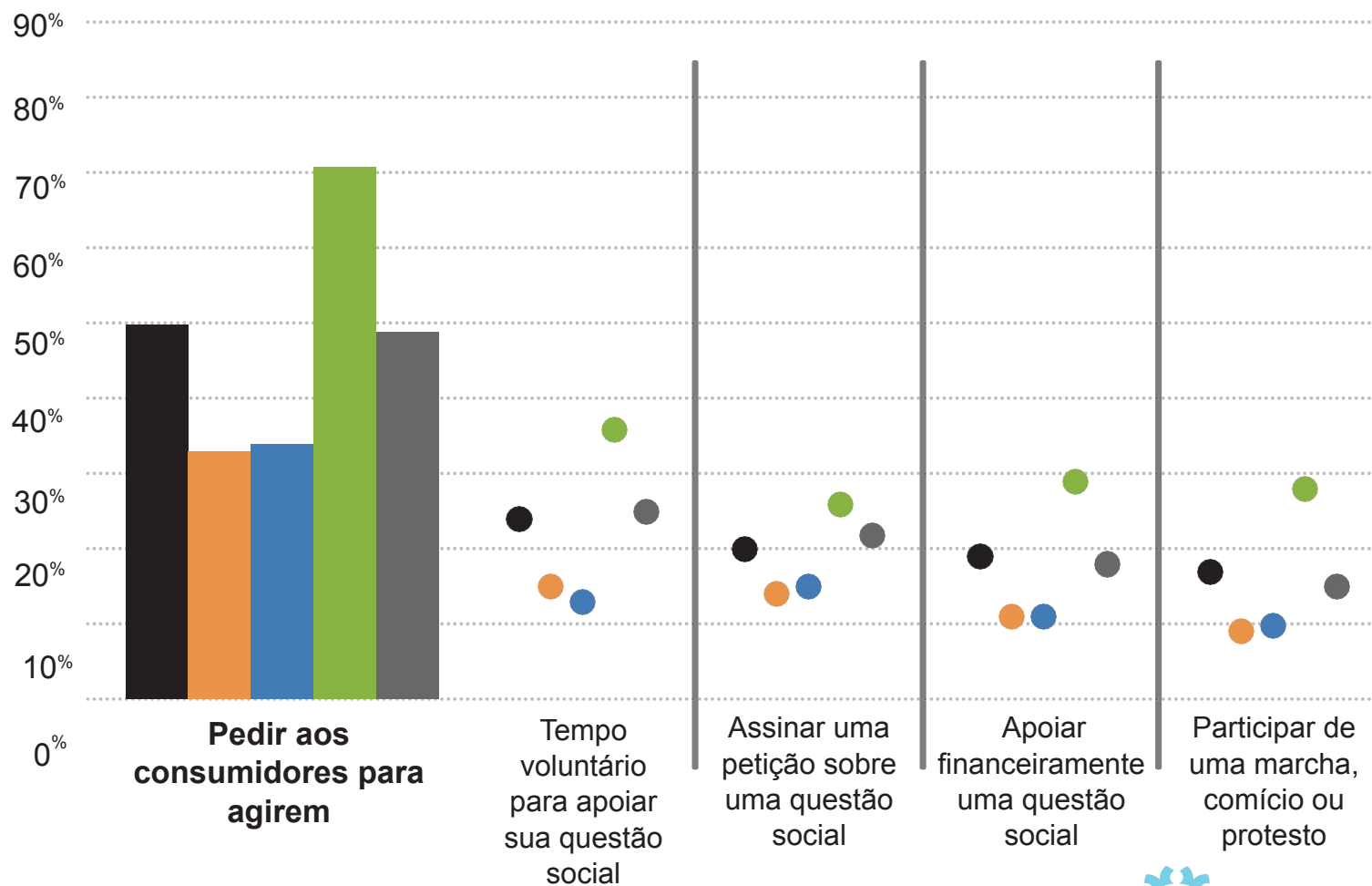
**Expectativa é maior ainda entre pessoas com maior renda mensal e mais anos de educação formal**

**55% acreditam que as empresas deveriam promover questões sociais por meio de sua comunicação**



## Atividades principais que os consumidores esperam das empresas

● Global ● EUA ● Reino Unido ● Índia ● Brasil



# CUIDADO COM O TETO DE VIDRO...

Os entrevistados disseram que mediriam a sinceridade de uma empresa em suas ações sociais pela maneira como ela trata seus próprios funcionários.

Atividades principais que ajudam os consumidores a confiar nos esforços de questões sociais de uma empresa.

● Global ● EUA ● Reino Unido ● Índia ● Brasil

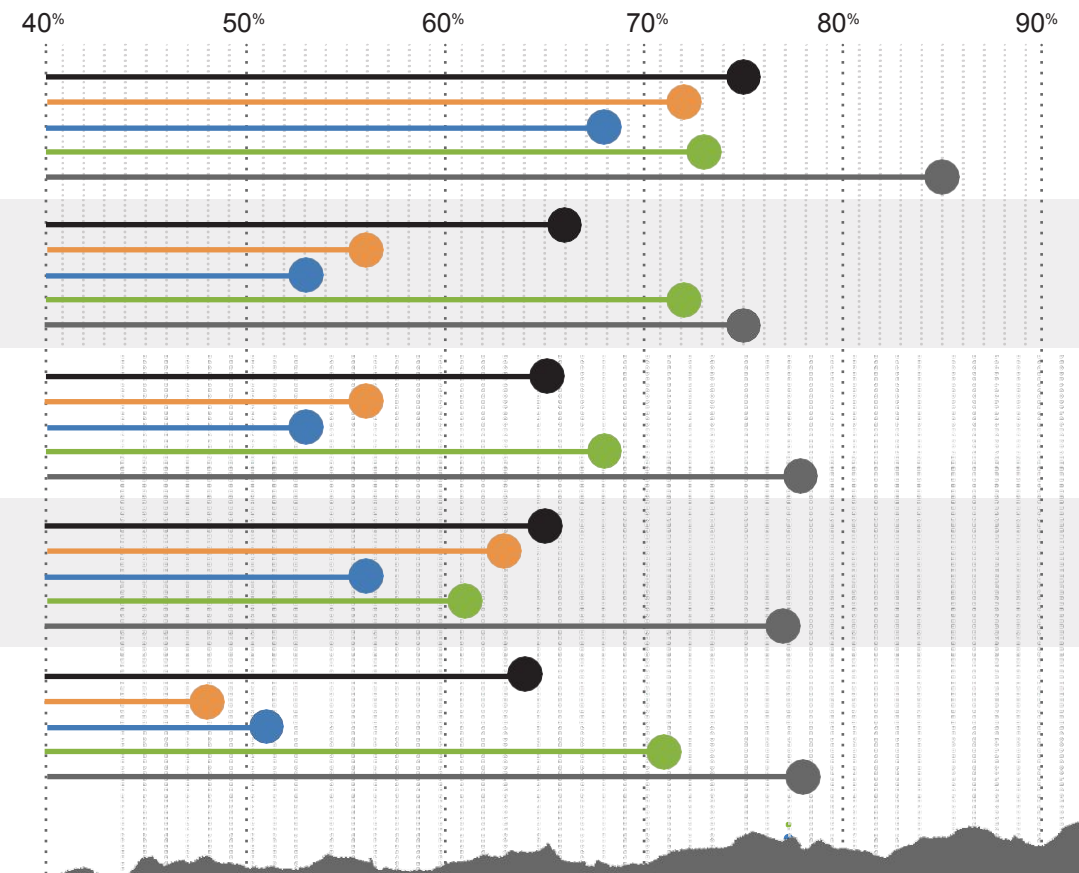
A empresa trata bem os funcionários, oferece remuneração justa e bons benefícios, incluindo licença médica e parental remuneradas

A empresa faz contribuições financeiras para apoiar os esforços dos funcionários

Executivos participarem de atividades voluntárias ao lado de todos os funcionários

Os funcionários têm a opção de participar

A empresa se envolve com um problema ou causa



## CONCLUSÕES:

**Para as empresas**, este relatório é um apelo global para aproveitar uma oportunidade: a chance de influenciar e promover mudanças significativas mantendo o foco em suas próprias mensagens, ações, políticas e impacto.

**Causas, organizações sem fins lucrativos e ONGs** devem considerar como podem incorporar a escuta e o aprendizado em suas ofertas de programas, facilitar que os apoiadores usem sua voz para amplificar a mensagem e a missão da organização. Além disso, devem divulgar os caminhos não financeiros disponíveis para apoiar sua causa.

**Indivíduos** já envolvidos devem considerar quem eles poderiam encorajar a se juntar a eles, pois as pessoas que desejam mudanças estão prontas para serem estimuladas. Usar o Círculo de Engajamento para empurrá-los em novas direções pode ajudá-los a perceber seu poder.



ATADOS



POINTS OF LIGHT



# PARTICIPAÇÃO CIDADÃ HOJE:

## O ENGAJAMENTO EM QUATRO CANTOS DO MUNDO



ATADOS



POINTS OF LIGHT

