Paul G. Schervish und John J. Havens

Zur Erklärung der U-förmigen Kurve

In einem früheren Artikel zeigten wir, daß in einer Gesamtpopulation von Haushalten unter Einbeziehung von Nicht-Spendern diejenigen Haushalten mit niedrigem Einkommen weniger am Spendenverhalten teilnehmen und einen geringeren Durchschnittsanteil ihres Haushaltseinkommens spenden als Haushalte mit höherem Einkommen. Im vorliegenden Artikel untersuchen wir die relative Freigebigkeit derjenigen Untergruppen von Haushalten, die für Wohltätigkeitszwecke spenden. Wir benutzen für unsere Untersuchung Daten, die 1990 in einer nationalen Erhebung über Spenden und Freiwilligenarbeit in den USA durch die Gallup-Organisation durchgeführt wurde. Im ersten Abschnitt besprechen wir die Faktoren, die die Aufwärtskurve der Gesamtpopulation aller Haushalte auszeichnen, sowie die U-förmige Kurve, die die Untergruppe der Spenderhaushalte beschreibt. Im zweiten Abschnitt zeigen wir, daß ein wesentlicher Teil der Krümmung in der U-förmigen Beziehung auf religiösen Spenden beruht. Im dritten Abschnitt zeigen wir, daß das Spendenaufkommen der 7%-Kategorie hoher Spender die Krümmung verstärkt, während das Spendenaufkommen der 93% Normalspender die Krümmung abschwächt. Im vierten Abschnitt verbinden wir die vorausgegangenen zwei Untersuchungen, indem wir nach Mustern religiösen und nicht-religiösen Spendens für Normalspender und hohe Spender suchen. Wir gelangen zu der Schlußfolgerung, daß das Einkommen kein zuverlässiger Indikator dafür ist, wer großzügig oder egoistisch im Hinblick auf philanthropische Spenden handelt.

Resumenes[c]

David Deacon, Natalie Fenton y Beth Walker

Comunicando filantropía: los medios de comunicación y el sector benéfico voluntario en Gran Bretaña

Bien se trate de buscar recursos o de realizar su labor, las organizaciones benéficas y voluntarias siempre han tenido necesidad de hacer pública su existencia. Sin embargo, debido a los importantes cambios que está experimentando el sector en Gran Bretaña, tanto en el papel que ha de desempeñar, como en la forma de obtener fondos, la cuestión de la publicidad ha adquirido una especial trascendencia. Este artículo trata de dichos cambios y proporciona los resultados preliminares de una investigación a gran escala, realizada con el fin de conocer las actitudes de los medios de comunicación y del público en general, para con las actividades de las organizaciones benéficas y voluntarias. Examina la forma en que los principales medios de comunicación informan acerca de la actividad de las organizaciones benéficas voluntarias y cómo estos enfoques dependen de las percepciones que los profesionales de los medios informativos tengan de los diversos tipos de trabajos benéficos voluntarios y de los juicios de valor que emitan sobre los mismos.

https://doi.org/10.1007/BF02354002 Published online by Cambridge University Press

Roger A. Lohmann

Los bienes comunales en el mundo budista y la cuestión de un tercer sector en Asia

Los investigadores del tercer sector apenas si se han dedicado a estudiar la cuestión de actividades análogas o afines en Asia. Este artículo examina una serie de creencias y prácticas religiosas budistas en Asia, utilizando como concepto comparativo los bienes comunales. Examinando fuentes publicadas en inglés, podemos ver claramente la evidencia de la existencia en Asia desde tiempos remotos de diversas actividades semejantes a las del tercer sector. Existe constancia en pueblos y aldeas de China, Japón y Korea, de códigos donde se recogen prácticas benéficas y asociaciones comunales. Además, el budismo asiático siempre ha estado asociado a un buen número de actividades benéficas y filantrópicas: unas creencias que fomentan el intercambio de regalos (dharma y dana), la veneración de ciertos líderes filantropistas, un modelo distintivo de organización comunal (sangha), un modelo japonés de campañas para reunir fondos (kanjin), y una larga tradición de asambleas budistas internacionales, son ejemplos que podemos citar de entre la serie de bienes comunales indígenas que pueden hallarse en el contexto asiático con anterioridad a cualquier influencia occidental perceptible.

Adalbert Evers

Parte de una asistencia social mixta: el tercer sector como área intermedia entre la economía de mercado, el estado y la sociedad

Este artículo presenta un marco concepcional que analiza el tercer sector como parte de un sistema de asistencia social mixto, constituido por el mercado, el estado y el sector familiar privado. Desde esta perspectiva, el tercer sector aparece como una dimensión del espacio público en las sociedades civiles: un área intermedia más que un sector bien definido. Las organizaciones del tercer sector se entienden como organizaciones polivalentes cuyos cometidos sociales y políticos pueden ser tan importantes como los económicos; se las representa como híbridas, entremezclando recursos y razones fundamentales de diversos sectores. Dada la política actual de una 'asistencia social pluralista', es lógico que se hagan resaltar más las mezclas 'sinergéticas' de recursos y razones fundamentales, que las meras cuestiones de procesos de sustitución entre los diversos sectores de provisión. La última sección trata de las posibles características distintivas de una tal política con respecto a los enfoques 'pluralistas' que intentan salvaguardar las jerarquías convencionales dentro del marco de una economía mixta de asistencia social.

Robert M. Jenkins

La política y el desarrollo del sector sin ánimo de lucro en Hungría

Uno de los desarrollos más importantes en la Hungría postcomunista ha sido el auge que ha experimentado el sector benéfico voluntario o sin ánimo de lucro. Bajo el régimen comunista, las asociaciones benéficas voluntarias estaban

https://doi.org/10.1007/BF02354002 Published online by Cambridge University Press

controladas y las organizaciones independientes fueron en gran parte suprimidas. Durante la década de los 80 surgieron grupos de defensa y asociaciones independientes que supusieron un reto para el monopolio comunista en cuanto a organización se refiere. Tales retos contribuyeron materialmente a sentar las bases para la creación de un sector no lucrativo en la era postcomunista, proporcionando modelos de organización y activistas con una gran experiencia. Tras la creación de un nuevo marco legal en 1989 y 1990, el crecimiento del sector sin ánimo de lucro se desbordó. En la Hungría democrática han surgido dos tipos de organizaciones sin ánimo de lucro: las asociaciones predominan en el ámbito de actividades que precisan de socios, mientras que las fundaciones desarrollan su labor en áreas que dependen de colectas para reunir fondos. El Gobierno de Foro Democrático húngaro, en su intento de dar forma al sector no lucrativo para que alcanzara sus objetivos, tuvo que hacer frente a presiones políticas por parte de los profesionales de dicho sector. El resultado fue los inicios de un contrato para un régimen de servicios y un incremento en la organización de intereses dentro del propio sector no lucrativo.

Paul G. Schervish y John J. Havens

Explicando la curva en forma de U

En un estudio anterior demostramos que de la población total por familias, incluidas las no donantes, las familias con unos ingresos más bajos participan menos y contribuyen por término medio con porcentajes más bajos de sus ingresos, que aquéllas con unos ingresos más elevados. En este estudio analizamos la generosidad relativa de ese subgrupo de familias que contribuyen a las causas benéficas. Nuestro estudio está basado en la información recogida en la encuesta nacional sobre 'Donaciones y Obras Benéficas Voluntarias en los Estados Unidos', realizada en 1990 por la organización Gallup para el sector independiente. En la primera sección revisamos los factores que diferencian a la curva de pendiente ascendente, que representa a todas las familias, de la curva en forma de U, que describe únicamente a las familias que contribuyen. En la segunda sección demostramos que una proporción considerable de la relación en la curvatura en forma de U se obtiene mediante donativos religiosos. En la tercera sección mostramos cómo los donativos del 7 por ciento de los grandes donantes aumentan la curvatura, mientras que los del 93 por ciento de los donantes normales la atenuan. En la cuarta sección combinamos los dos análisis anteriores, examinando los modelos de donativos religiosos y no religiosos para ambos tipos de donantes. Sacamos la conclusión de que los ingresos no son una indicación fiable de quién es generoso o egoista con respecto a los donativos filantrópicos.

Notes

[a] French translations by Mary Zulke.
[b] German translations by Friedel Anheier.
[c] Spanish translations by Elena Immambâcous.

https://doi.org/10.1007/BF02354002 Published online by Cambridge University Press