

O Crowdfunding no Brasil de 2014¹

César Steffen²

Centro Universitário Ritter dos Reis – Porto Alegre - RS

Resumo

Este estudo analisa as plataformas Brasileiras de crowdfunding, de forma a observar as características, atividades e procedimentos. O Crowdfunding é um sistema de financiamento coletivo que permite que pessoas de toda a internet efetuem contribuições para viabilizar um projeto proposto em uma plataforma. O Brasil já conta com mais de 59 plataformas, com os mais variados objetivos e formas de atuação.

Palavras-chave:

Crowdfunding; meios digitais participativos; projetos; economia criativa; Brasil.

1 Introdução

Na era das redes digitais de interação e comunicação surge o *crowdfunding*, modalidade de financiamento coletivo onde usuários da rede são convidados, através de suas redes de relacionamento, a apoiar financeiramente projetos dos mais variados focos e objetivos.

Desde o apoio para projetos culturais e eventos, passando por ações sociais até microfinanciamento para pequenos empreendedores, o financiamento coletivo através das plataformas de *crowdfunding* abrange –ou pode abranger – uma infinidade de ações, que variam conforme o foco de interesse dos promotores da plataforma e os projetos que são aprovados para buscar o apoio das pessoas através da Internet.

Com esta realidade em foco, este artigo objetiva apresentar uma exploração e análise das plataformas de *crowdfunding* Brasileiras, observando suas características, formas de atuação e projetos nelas disponibilizados, traçando assim um panorama do financiamento coletivo no país. Busca-se traçar um quadro das ações e atividades das plataformas de

¹ Trabalho apresentado no GP Desenvolvimento Regional do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor do Mestrado em Design e do cursos de graduação em Publicidade e Propaganda e Tecnologia da Informação do UNIRITTER – Centro Universitário Ritter dos Reis – Porto Alegre, RS cesar@steffen.net.br

crowdfunding em atuação no país na atualidade, de forma a compreender suas características, formatos, estratégias.

Para cumprir tais objetivos, foi utilizada para a construção deste artigo a metodologia do estudo de caso descritivo, decisão sustentada não somente pela novidade representada pelo fenômeno do *crowdfunding* e pela amplitude e flexibilidade na análise ofertada por tal instrumento, mas principalmente por ofertar a possibilidade de descrever o contexto de surgimento e desenvolvimento desta novidade, e avaliar de que forma se apresenta, se comporta.

Assim, inicialmente será efetuada uma breve revisão bibliográfica sobre o tema do financiamento coletivo através das redes digitais, que será tratada no apenas no escopo de todo o trabalho apenas como *crowdfunding*. Desta forma, será construída a base teórico-conceitual necessária para caracterizar e compreender um fenômeno que ainda carece de estudos acadêmicos aprofundados.

No início do período da pesquisa que gera este artigo, no segundo semestre do ano de 2012, foi possível identificar sessenta e seis (66) plataformas de *crowdfunding*, sendo que dentre estas cinquenta e nove (59) apresentaram atividades efetivas, pois muitas ou não estavam mais disponíveis, ou sequer apresentavam qualquer projeto disponibilizado. Tendo estas cinquenta e nove em foco, foi possível, ao longo do segundo semestre do ano de 2013, observar os mais diversificados objetivos, abrangendo desde produção cultural, shows e espetáculos até financiamento de projetos sociais, de empresas startups e até mesmo apoio para animais carentes ou para o pagamento de dívidas de clubes de futebol.

Apresentou-se, assim, a necessidade de seleção de classificação destas plataformas. Assim, primeiramente as plataformas serão classificadas seguindo o modelos de recompensa propostos por NESTA (2012, p.13), para fins de observação e quantificação do modelo de operação.

Para compreensão, NESTA - organização de apoio a inovação e negócios sediada no Reino Unido, propõem quatro modelos de recompensa específicos, sendo estes de Doação, de Recompensa, de Concessão de Empréstimos e de Investimento. Tais modelos permitem

observar o tipo de benefício ofertado aos contribuintes dos projetos, elencando aquilo que pode ser compreendido como importante mecanismo de atração, atrás apenas do objeto do projeto proposto.

A seguir, será efetuada uma segunda classificação, conforme o objeto de atuação e os objetivos, declarados e identificados no site das respectivas plataformas, para fins da extração específica dos objetos de análise e descrição. A classificação será organizada, conforme pré-observação realizada via Internet no Brasil e nos exterior, em plataformas de:

- Projetos Culturais – como cultura, espetáculos, moda, fotografia, cinema e temas relacionados a estes;
- Projetos Sociais – apoio a causas sociais, como ONG's, reformas de associações culturais, incentivo a adoção de animais, etc.;
- Projetos Diversificados – que aceita projetos com diversificados focos, como desenvolvimento de produtos, quadrinhos, design de produtos, etc.,
- Empreendedorismo – caso de empreendedores tradicionais que precisem de apoio financeiro ou estratégico;
- Software – apoio ao desenvolvimento de sistemas;
- StartUp's – apoio ao desenvolvimento de empresas nascentes;
- Projetos gerais - que não se encaixam nos critérios anteriores, como a já citada plataforma para auxílio ao pagamento da dívida do Clube de Futebol Vasco da Gama.

Efetuada o levantamento e classificação, e levando em conta as limitações de espaço deste artigo, serão selecionadas para análise as duas (2) plataformas com maior quantidade de projetos ativos, passíveis de apoio ou já apoiados. No caso de serem encontradas plataformas com quantidades equivalentes de projetos, será selecionada a que tiver maior tempo de atividade.

Na observação, primeiramente serão descritos os objetivos de cada plataforma, conforme as informações constantes nos respectivos sites. Em seguida, observaremos os projetos disponíveis nos mesmos, uma vez que as plataformas são apenas intermediadores da relação entre empreendedores e apoiadores.

Desta forma, no tocante aos projetos, focaremos aos que constam nas páginas iniciais, não somente por tenderem a serem os mais recentes, mas também por estar em maior exposição no momento, logo com maior visibilidade.

2. Apresentando o *Crowdfunding*

O *crowdfunding*, ou financiamento coletivo, numa tradução livre adotada pelos Brasileiros, tem sua origem no *crowdsourcing*, uma forma de desenvolver soluções e resolver problemas de forma coletiva usando os recursos da Internet para aproximar pessoas que, fisicamente distantes, podem atuar em conjunto (GELFOND; FOTI, 2012). O desenvolvimento do sistema LINUX talvez seja um dos melhores exemplos de crowdsourcing aplicado ao desenvolvimento de soluções, mas este pode ser aplicado a qualquer situação ou problema.

Conforme Steinberg (2012, p.2), o *crowdfunding* é definido como o processo de utilizar as redes digitais para pedir doações ao público em geral, de forma a viabilizar novos empreendimentos. O termo *crowdfunding* surge da fusão da expressão “*crowd*”, grupo, multidão, e “*funding*”, financiamento.

Na raiz da expressão vemos uma forma de financiamento que se origina na multidão, num grande grupo que se une para financiar algo. Fruto das era das redes digitais de interação e da “inteligência coletiva” que possibilita a aproximação e interação entre pessoas com um objetivo ou causa comum, que podem agir em sinergia (LÉVY, 2007), o *crowdfunding* surge e se desenvolve como uma forma de captação de recursos para projeto em várias áreas (COCATE; PERNISA JÚNIOR, 2012).

Nas plataformas de *crowdfunding*, pessoas ou grupos interessados em desenvolver determinados projetos propõem e divulgam tais projetos, buscando através da rede o apoio financeiro para a viabilização deste projeto num determinado espaço de tempo (BELLEFLAMME et all, 2011). Se alcançado o valor solicitado no prazo previsto, o projeto recebe o apoio e pode ser executado. Se não, os apoiadores recebem os valores de volta.

Uma característica marcante dos projetos de *crowdfunding* é que os contribuintes recebem retorno do apoio, mas este retorno nunca é financeiro, e pode variar conforme o valor doado e as características da proposta (RONCOLATO, 2011). Ingressos gratuitos, citação de nomes nos créditos ou exemplares são alguns dos possíveis – e observados – formatos de recompensa.

O tema chegou às manchetes em 2008, com o financiamento da campanha do então candidato à presidência norte-americana Barack Obama (MANGOLD, FAULDS, 2009). Já no ano seguinte, 2009, notamos a primeira experiência de financiamento de projetos com outros focos, com o surgimento do site norte-americano Kickstarter, onde artistas, produtores culturais e pessoas de áreas variadas podiam apresentar um projeto para financiamento. As condições básicas exigiam que o projeto tivesse um valor preciso para realização, um prazo de execução, e recompensas não financeiras para os doadores na rede.

Nestes pontos reside a essência do processo de *crowdfunding*. Os projetos necessitam ter um foco específico, devem ser realizados por pessoas com experiência e capacidade de construir o que propõe, obrigatoriamente precisam ter prazos de execução com início e fim, também oferecer recompensas não financeiras para as pessoas que doarem recursos (BELLEFLAMME et al, 2011) e, acima de tudo, devem ser capazes de atrair a atenção e apoio na rede, de forma a transformar esta atenção em recursos doados.

In accordance with empirical observations, we assume that the nature of these community benefits varies with the form of *crowdfunding*: community benefits are tied to the consumption experience under a pre-ordering mechanism, and to the investment experience under a prot-sharing mechanism. (BELLEFLAMME et al, 2011, p. 5)

Importante esclarecer que a recompensa não financeira aos apoiadores se sustenta na ideia de que a doação deve ser em prol do projeto, da ideia e sua execução, e não em troca de lucro ou qualquer outro objetivo financeiro. Conforme relatório de pesquisa publicado por NESTA (2012, p.13) existem quatro tipos distintos de modelos de recompensa em *crowdfunding*:

- Modelo de Doação: voltado mais especificamente para a arrecadação de dinheiro para projetos com fins sociais e de caridade, modelo onde os apoiadores doam porque desejam e não esperam algo em troca;

- Modelo de Recompensa: mais comum, mais presente nas plataformas atuais, este modelo tem como fundamento a oferta de recompensas não-financeiras em troca de doações, e normalmente a recompensa é proporcional ao capital ofertado como apoio;
- Modelo de Concessão de Empréstimos: neste modelo, pessoas que tenham interesse em obter empréstimo são colocadas em contato com pessoas podem conceder tais empréstimos, sem a interferência de bancos ou instituições financeiras.
- Modelo de Investimento: surgida após a falência de vários plataformas de investimentos após a crise de 1008 nos Estados Unidos, este modelo tem foco no investimento em capital próprio ou partilha de receitas em empresas ou projetos, sendo uma excelente forma para o financiar startups, pois os investidores tem participação nos lucros.

Assim, a Internet acelera e simplifica o processo de encontrar grupos de financiadores potenciais, que podem usar o *crowdfunding* para ingressar nas atividades mais inesperadas de nossa cultura, como a música e o cinema (HOWE, 2009:222).

A partir da experiência do Kickstarter, que já mobilizou mais de 100 milhões de dólares em projetos e doações, várias outras plataformas surgem, com foco bastante variado, como teatro, exposições, e até mesmo shows de artistas consagrados, que são viabilizados com a compra antecipada de ingressos na Internet, como o Brasileiro “Showzasso”. A primeira experiência Brasileira que se tem conhecimento é o “Vakinha”, que iniciou focando a aquisição coletiva de presentes, mas atualmente aceita também projetos de cunho social.

3. As plataformas de *crowdfunding* Brasileiras

Como já referido no comentário metodológico, ao longo dos anos de 2012 e 2013 foi efetuada uma exploração nas plataformas de *crowdfunding* Brasileiras, para fins de classificação através da verificação de seu foco e modelo de atuação, conforme NESTA (2012) (tabela 1).

Tabela 1 – Distribuição das plataformas conforme modelo de recompensa	
MODELO	QUANTIDADE
Doação	8
Recompensa	39
Concessão de Empréstimos	4
Investimento	8
Total	59

Fonte: gerado pelo autor.

Observa-se que o modelo predominante de *crowdfunding* no Brasil, a ponto de somar mais que todos os demais juntos, é o modelo de recompensa, ou seja, aquele em que os doadores recebem contrapartidas dos executores do projeto, seja com citação no nomes, ingressos, exemplares exclusivos, e diversas outras formas.

Tendo em vista a necessidade de seleção para análise (tabela 2), e levando em conta o primeiro critério, referente a quantidade de projetos, conforme citado no comentário metodológico, foram selecionadas as plataformas “catarse.me” e “idea.me”. Serão focados nos objetivos destas plataformas, no formato e processo de submissão e apoio, bem como na observação e caracterização geral dos projetos disponibilizados.

TABELA 2 – Distribuição das Plataformas de <i>Crowdfunding</i> em operação no Brasil	
TIPO	QUANTIDADE
Projetos Culturais	18
Projetos Sociais	10
Projetos Diversificados	9
Empreendedorismo	3
Software	2
StartUp's	1
Outras	16
Total	59

Fonte: gerado pelo autor.

3.1 Catarse.me – a maior comunidade de *crowdfunding* do Brasil

O CATARSE, autodenominado “a maior comunidade de *crowdfunding* do Brasil”, foi criado em 2011 por um grupo de pessoas de estados como São Paulo, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul que administram o site como “um espaço de trocas entre indivíduos que, juntos, viabilizam a realização de projetos criativos”.

Através do Catarse, pessoas com ideais nas mais variadas áreas, podem apresentar seus projetos para análise e apoio financeiro de todas as pessoas da Internet, cuja única tarefa será fazer um cadastro e efetuar a doação com cartão de crédito. O processo se inicia com o envio do projeto pelo proponente, que passa por uma curadoria cujo objetivo é, primeiramente, filtrar os projetos, para depois auxiliar o proponente a aumentar as chances de aprovação e sucesso da proposta.

Todos os projetos passam, obrigatoriamente, pela curadoria, de forma a filtrar projetos ainda em fase embrionária ou com riscos na execução. Conforme os critérios gerais, citados na plataforma, o projeto deve ser “criativo e finito”, trazer “benefícios coletivos”, prever “recompensas não financeiras” aos apoiadores, “não ser um projeto tipo financie minha vida ou caridade” e ter obrigatoriamente um “vídeo de apresentação” (figura 1).



Figura 1 - Como funciona o Catarse. Fonte: http://catarse.me/pt/guidelines_start [07/2013]

Isto feito, ou seja, cumpridas estas exigências e passada a etapa de curadoria, o projeto passa a ficar disponível no site da plataforma para receber apoios, com prazo para finalizar. Se atingidos os valores necessários, o proponente recebe os valores para a realização do projeto. Se não atingir a meta de captação necessária, os doadores ou recebem os valores de volta ou podem doar para outro projeto.

Todos os projetos devem ter algum tipo de recompensa prevista, ou seja, o realizador deve dar uma contrapartida aos apoiadores, seja através de citação nos créditos, exemplares ou

convites, ou outra forma que garanta aos internautas que contribuíram financeiramente para a realização e concretização da ideia uma forma de retorno sobre os valores dispendidos.

O processo de inserção do projeto e criação de textos, imagens e vídeos de divulgação é responsabilidade do proponente, a quem cabe gerar os documentos necessários, fazer o projeto circular na mídia e em redes sociais, bem como implementar em caso de obter todo o apoio pedido.

Este é um ponto curioso do sistema do Catarse: não há, aparentemente, nenhum tipo de controle sobre a realização do projeto e seus custos, ou seja, não fica claro de que maneira a plataforma, que intermedia uma operação financeira, consegue acompanhar os gastos e dar garantia da realização do projeto. Aparentemente o sistema de *crowdfunding* do Catarse funciona no “fio do bigode”, na confiança dentro da comunidade de apoiadores e realizadores.

Remunerado em treze por cento (13%) do total arrecadado, para fins de manutenção do processo financeiro, que opera totalmente através de cartão de crédito, o site em março de 2013, momento do registro das telas e captura dos dados, já ter mais de 55 mil apoiadores, ter recebido mais de 72 mil apoios, ou seja, doações, arrecadando mais de 6 milhões de reais de cerca de 127 mil usuários (figura 2).

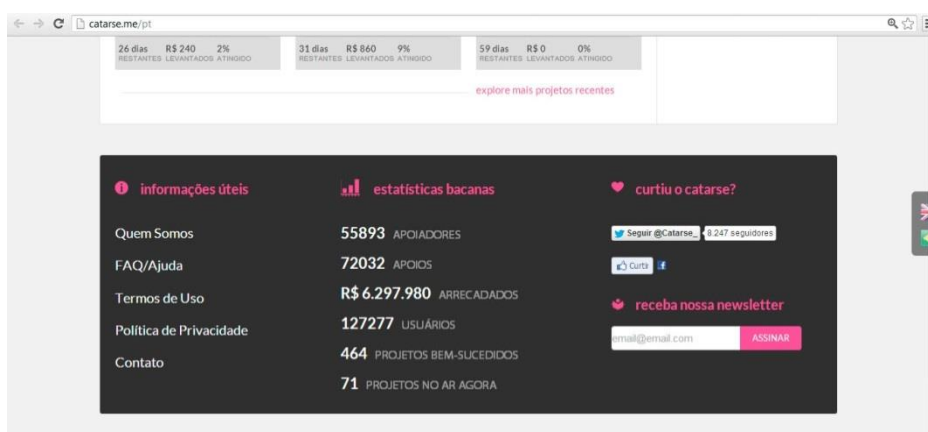


Figura 2 - Estatísticas da Catarse. Fonte: <http://catarse.me/pt> [07/2013]

Nota-se que não há apoio gerencial ou estrutural para o projeto por parte do Catarse. O proponente do projeto recebe a consultoria inicial da curadoria para avaliação e melhorias e, depois de passado o prazo recebe, ou não, os valores para realização. A execução do projeto

fica totalmente a cargo do proponente, que deve organizar também as recompensas conforme prometidas no projeto proposto.

Uma observação realizada especificamente no mês de dezembro do ano de 2013, mostrou que a maioria dos projetos ficava na área cultural, abrangendo desde a produção e montagem de filmes em curta-metragem até a gravação e produção de CD's de bandas.

Como já referimos, não fica claro como é feito o processo de acompanhamento da execução do projeto financiado, ou seja, que recursos, limites, cobranças ou penalidades o proponente de um projeto que recebeu todos os recursos terá. O apoio gerencial à execução não existe, nem mesmo espaço físico ou qualquer outra forma de ajuda a não ser um sistema de indicação que aproveita do potencial as redes sociais como forma de captação. Da mesma forma, não localizamos qualquer página que mostre os resultados dos projetos que receberam apoio.

3.2 Idea.me – a maior plataforma de *crowdfunding* da américa latina

“Idea.me” é uma plataforma de financiamento coletivo de projetos que abrange toda a América Latina, onde “artistas, designers, inventores e empreendedores” (figura 3) podem apresentar seus projetos para financiamento pela rede, sendo a única exigência a maioria legal devido aos trâmites financeiros.

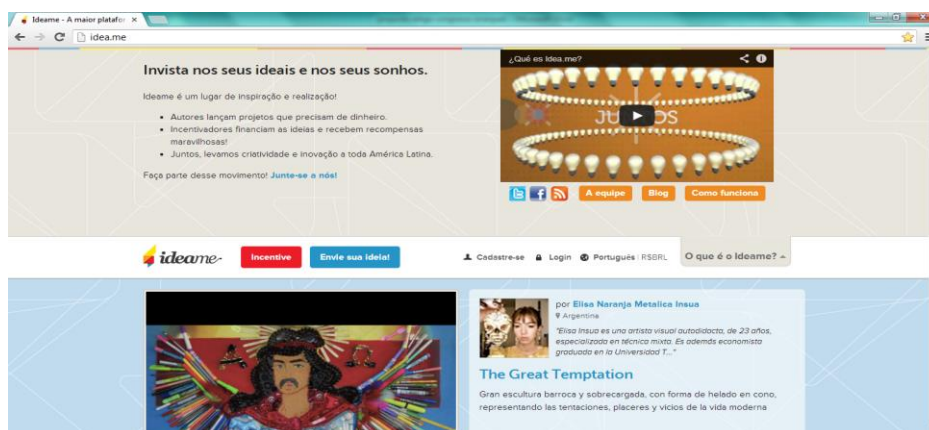


Figura 3 – O que é o idea.me? Fonte: <http://www.idea.me> [07/2013]

Assim como o Catarse (e demais plataformas observadas), o autor da proposta é totalmente responsável pela inserção e divulgação do seu projeto. Entretanto, ao contrário do anterior,

não há dicas ou limitações quanto a duração ou caracterização do projeto, nem mesmo consultoria. O projeto passa por avaliação e é inserido no site dentro do prazo e com os valores solicitados pelo proponente. A página inicial do site destaca um projeto a cada dia, aparentemente de forma aleatória, ou seja, sem um conceito ou mesmo sem levar em conta prazo, valores ou percentual atingidos (figura 4).



Figura 4 – Como funciona o “Ideame”. Fonte: <http://www.idea.me> [07/2013]

Observando os projetos disponíveis, vemos que a maioria tem foco em projetos de cunho ecológico – como a alpargata biodegradável - ou culturais – como o “*great temptation*”, em destaque na capa na semana em que efetuamos as visitas.

Os projetos são oriundos de toda a América Latina, e da mesma forma podem receber recursos de todos os países da América Latina. A plataforma oferta a possibilidade de filtragem dos projetos conforme o país, mas de início são apresentados todos juntos, aparentemente numa forma de mostrar uma proposta de integração do continente.

O “Idea.me” se mostra como um ambiente de incentivo e apoio a ideias de cunho cultural e social, sem a necessidade de maior impacto ou mesmo sem foco no empreendedor ou no empreendedorismo, e da mesma forma sem nenhum tipo de apoio gerencial ou controle sobre os resultados além da filtragem dos projetos.

4. Considerações Finais

Esta exploração do ambiente de financiamento coletivo disponível na Internet Brasileira permitiu observar que o *crowdfunding* é uma realidade forte, presente e em rápido

crescimento. Com novas plataformas e recursos surgindo a cada dia, mas também outras deixando de operar, se mostra como uma forma nova e alternativa de captação de recursos para novos e pequenos empreendimentos, fora do sistema tradicional de financiamento público ou bancário, minimizando assim riscos econômicos, e até mesmo facilitando o desenvolvimento de projetos por um público não necessariamente atendido pelo sistema tradicional, ou que não deseja estar sujeito as amarras e riscos inerentes a operações ofertadas no sistema tradicional.

Foi possível observar também que a maioria absoluta das plataformas de *crowdfunding* tem foco em projetos pequenos e estanques, ou seja, com começo meio e fim determinado, que ofertam oportunidades a seus empreendedores. Não foi possível observar claramente os critérios de seleção além das informações constantes nos sites das plataformas, nem mesmo os formatos e critérios de acompanhamento e verificação das atividades e resultados obtidos.

Assim, nota-se, nas plataformas observadas, que o *crowdfunding* oferta novas formatos de apoio e incentivo a iniciativas empreendedoras nos mais variados ramos e com os mais diversificados focos. Trata-se, sim, de uma forma de incentivo e apoio típica, nativa dos tempos de comunicação e interação sem fronteiras da Internet, cujos efeitos ainda estão começando a se fazer notar, mas que mostra potencial para mudar a relação entre produtores e consumidores em curto espaço de tempo.

REFERÊNCIAS

ANGUERA, Maria Teresa. **Metodología de la observación en las Ciencias Humanas**, 1985

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa, Edições 70, 1977.

BOURDIEU, Pierre. **O poder Simbólico**. Rio de Janeiro, Bertrand, 2000

LUHMANN, Niklas. **La realidad de los médios de masas**. Anthropos Editorial: México : Universidad Iberoamericana, 2000

LÉVY, Piérre. **A inteligência coletiva**. São Paulo: Loyola, 2007.

MOURA, Mônica; GUSMÃO, Cláudio. **O Design no trânsito entre a criação e a tecnologia**. Design, Arte e tecnologia – vol. 4. São Paulo: Rosari, 2008, p. 6

STRUNCK, G. **Viver de Design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2000, p. 15

THOMPSON, John B. **A mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia**. Vozes, 1998.

VIGOSTSKY, Lev. **Construção do Pensamento e da Linguagem**. SP, Martins Fontes, 2001.

Artigos

BELLEFLAMME, Paul.; LAMBERT, Thomas; SCHWIENBACHER, Armin. *Crowdfunding*: Tapping the Right Crowd. **Corporate Finance**: 1-38, 2013.

GELFOND, Stuart H.; FOTI, Anthony D. US\$500 and a click: investing the “*crowdfunding*” way. **Journal of Investment Compliance**, Vol. 13 Iss: 4, pp.9 – 13, 2012.

COCATE, Flávia Medeiros; PERNISA JÚNIOR, Carlos. *Crowdfunding*: estudo sobre o fenômeno virtual. **Líbero** – São Paulo – v. 15, n. 29, p. 135-144, jun. de 2012.

IDSA (2014). **What is Industrial Design?** Disponível em: <http://www.idsa.org/what-is-industrial-design>>. Acesso em 28 de fevereiro de 2014

MANGOLD, W. Glynn, FAULDS, David J.. **Social media: The new hybrid element of the promotion mix**. *Business Horizons* 42(4): 357-365, 2009.

MONAT, André. DE CAMPOS, Jorge Lúcio. LIMA, Ricardo Cunha. **Metaconhecimento: um esboço para o design e seu conhecimento próprio**. In: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em: http://www.bocc.uff.br/_listas/tematica.php?codtema=33. Acesso em 28 de fevereiro de 2014

NESTA (2012). **Working the Crowd: a short guide to *crowdfunding* and how it can work for you.** Disponível em http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/working_the_crowd.pdf. Acesso em 28 de fevereiro de 2014.

RONCOLATO, Murilo. **Além das compras coletivas.** O Estado de S. Paulo, São Paulo, 13 de junho de 2011. Link - Caderno L2, p.2.