

Crowdfunding ou Financiamento Coletivo no Brasil: Possibilidades para o desenvolvimento de projetos na área da Educação

Milena Alves Mourao Pereira
Mestranda em Cultura e Sociedade (UFMA)
milenamouraop@gmail.com

Klautenys Dellene Guedes Cutrim
Doutorado Linguística e Língua Portuguesa (UNESP)
Docente do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade
kdguedes@yahoo.com.br

Sannyia Fernanda Nunes Rodrigues
Mestre e Doutora em Multimídia em Educação (Universidade de Aveiro)
Docente do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade
rodriguessannyia@gmail.com

RESUMO

O presente artigo visa explorar o universo do modelo de *crowdfunding*, uma ferramenta que possibilita arrecadar recursos de uma maneira inovadora. Pretende-se, então, investigar as potencialidades do *crowdfunding* para o financiamento de projetos na área da Educação. O principal objetivo é inferir sobre o modelo como alternativa ou complemento de recursos, bem como identificar que tipo de projetos tem sido desenvolvido a partir de tais plataformas que permitem a conexão de pessoas e recursos. Para esse efeito, contextualiza-se sobre as tecnologias e a rede, o funcionamento do sistema e os exemplos de projetos que tiveram êxito em suas propostas. Reflete-se sobre a dinâmica do sistema, considerando duas plataformas brasileiras que possuem diversas iniciativas na área delimitada.

Palavras-Chave: Tecnologias; Colaboração; *Crowdfunding*; Projetos; Educação

Abstract

This article aims to explore the universe of the crowdfunding model, a tool that allows to raise resources in an innovative way. It is intended, then, to investigate the potential of crowdfunding for the project of projects in Education. The main objective is to infer about the model as an alternative or complement of resources, as well as identified what kind of projects has been developed from the platforms that allow the connection of people and resources. For this purpose, it is contextualized on the technologies and the network, the system's operation and the examples of projects that have success in their proposals. It reflects on a dynamic of the system, considering two Brazilian platforms that are several initiatives in the delimited area.

Keywords: Technologies; Collaboration; Crowdfunding; Projects; Education

Introdução

A revolução da informação e da comunicação tornou-se um fator fundamental para a produção de conhecimento, sendo ainda o principal motivo para o desenvolvimento na sociedade pós-industrial. Nesse sentido, a economia começa a estar baseada num bem que é inesgotável. Atualmente, o mundo passa por conflitos que movimentam crises, havendo a necessidade de adaptações, sobretudo na passagem da valorização de bens tangíveis para os bens intangíveis, tendo como essência desse processo a própria cultura. De acordo com Cocco e Vilarim (2009, p. 148), essa nova fase do capitalismo considera a “valorização de elementos cognitivos da produção e consumo”.

Nesse cenário, o presente estudo irá conceber o modelo de *crowdfunding* como uma alternativa para a produção de projetos, usufruindo do ciberespaço e das plataformas *online*, que atuam conectando indivíduos com interesses em comum, tanto para a produção de um bem quanto por uma causa social. Portanto, a intenção é compreender a potencialidade desse modelo para o financiamento de projetos, sobretudo quanto à exploração de propostas na área educacional, delimitando o espaço nacional e refletindo sobre os seus desafios e benefícios.

A questão que norteará o presente estudo é: **Qual a potencialidade do *crowdfunding* no cenário nacional para a viabilização de projetos educacionais?** Como forma de ilustrar o debate sobre a dinâmica da produção de projetos pelo financiamento coletivo, a questão concebe esse sistema como atividade estratégica ainda carente de investigação, especialmente quanto à sua dinâmica inovadora na produção de iniciativas para educação. Perpassar por tal dinamicidade implica pensar sobre as tecnologias, as redes e os ambientes colaborativos *online*, pois estes são capazes de impactar positivamente o aprendizado.

Tecnologia e Redes de Colaboração: o uso do *Crowdfunding*

As tecnologias da informação e da comunicação suscitam inovações e seu poder criativo torna o mundo cada vez mais conectado. Possibilitam ainda o conhecimento

Universidade Federal do Rio de Janeiro – Escola de Comunicação
Laboratório de Pesquisa em Tecnologias da Informação e da Comunicação – LATEC/UFRJ

a aprendizagem, aliados à velocidade e à praticidade das mídias, refletindo em toda a conjuntura social dessa nova era.

Para compreender essa formação, Primo (2008) observa que nesse contexto surge a principal metáfora da época: a rede. Nela, “tudo se interconecta: as pessoas, os espaços, as tecnologias” (PRIMO, 2008, p. 61). Já para Castells (2001, p. 7), “a rede é um conjunto de nós interconectados”, sendo a forma organizacional na era da Informação, tendo a internet como base tecnológica.

As redes têm vantagens extraordinárias como ferramentas de organização em virtude de sua flexibilidade e adaptabilidade inerentes, características essenciais para se sobreviver e prosperar num ambiente em rápida mutação. (CASTELLS, 2001, p.7).

O desenvolvimento, bem como a expansão das instituições modernas, tem relação direta com a intensidade e aumento “da mediação da experiência que essas formas de comunicação propiciaram”. (GIDDENS, 2002, p. 29). No que se refere ao sinal eletrônico, Castells (2001) aponta que a internet é uma rede de comunicação global, mas seu uso e sua realidade em evolução são produtos da ação humana sob as condições específicas da história diferencial.

Na sociedade da informação e/ou do conhecimento em que estamos inseridos, surgem novos paradigmas que facilitam novos ambientes. Nas palavras de Toffler (1995, p. 142), “essa nova civilização traz consigo novos estilos de família; maneiras diferentes de trabalhar, amar e viver; uma nova economia; novos conflitos políticos; e acima de tudo uma consciência modificada”.

Nessa dinâmica de refletir constantemente sobre novas formas de viver e aperfeiçoar, tal consciência é explicada por Giddens (2002, p. 26), utilizando do significado de reflexividade institucional, que seria “o uso regularizado de conhecimento sobre as circunstâncias da vida social como elemento constitutivo de sua organização e transformação”.

Crowdfunding ou Financiamento Coletivo

O financiamento coletivo ou - *crowdfunding*, é um modelo virtual de angariação de recursos que tem como objetivo viabilizar a criação e realização de projetos por meio da contribuição ou investimentos de pessoas interessadas por tal ideia. O

sistema tem se destacado por seu molde democrático, ao aceitar diversas naturezas de campanha seja “para gravar CDs de música, criar obras de arte, fazer exposições, realizar a pré-venda de produtos e serviços, desenvolver um game ou uma nova tecnologia, e assim por diante” (PASCOAL, 2014). Além disso, outra característica importante desse sistema:

Funciona como uma rota alternativa para todos que possuem ideias criativas e elaboram projetos artísticos, tecnológicos, acadêmicos, e adicionam o que seria uma maneira de driblar o empréstimo bancário ou o patrocínio das grandes produtoras, entre outras organizações. (PITONDO, 2014)

Assim como as redes, o *crowdfunding* é um processo antigo, mas que, com a engrenagem da Internet, adquiriu uma nova roupagem. Como exemplo, tem-se, em 1885, a Estátua da Liberdade nos Estados Unidos, que foi um presente da França para o país. Quando a escultura chegou em solo norte-americano, não possuía o pedestal para sua exibição. Na ocasião, Joseph Pulitzer teve a ideia de fazer uma chamada no jornal *New York World*, lançando uma campanha para a comunidade, pedindo contribuições de U\$ 1. Em troca, os apoiadores receberiam uma réplica em miniatura da estátua. (KAMARCK, 2013)

Podem ser encontradas, até mesmo, plataformas que realizam a mediação para a arrecadação de recursos, especialmente para assistência médica. (WOOLEY, 2017). Para ilustrar, outro exemplo concretizado pelo sistema corresponde à arrecadação de R\$ 7 milhões, em 48 horas, com o intuito de impedir o término da produção de uma fábrica de chocolate, que é tradicional na Nova Zelândia. (EXTRA, 2017). No próximo tópico será adentrado as informações acerca das plataformas que tais projetos são intermediados.

Plataformas *Catarse* e *Kickante*

A plataforma *Catarse* abarca diversas áreas temáticas para os projetos: arquitetura e urbanismo; esporte, artes, literatura, música, eventos, ciência e tecnologia; fotografia, pessoais, cinema e vídeo; gastronomia, quadrinhos, design e moda; jogos, socioambiental, jornalismo, teatro e dança; e educação. (CATARSE, 2017).

O site *Kickante* é outra plataforma que, diferentemente do *Catarse*, organiza as propostas a partir de três grandes áreas: a primeira chamada é a de causas, sendo que nessa categoria estão inseridas as propostas de Educação e outras, como Animais, Ativismo, Bem-estar e *Fit*, Crenças e Religião; entre outros, a segunda estão os projetos de cunho criativo, englobando: Vídeo, Teatro, Moda, Artes, Humor, Circo; etc., e por fim, a terceira temática estão as iniciativas de empreendedorismo, sendo as subáreas: Gastronomia, Inovação, Eventos, Esportes, Pequenos Negócios, Tecnologia, *Startup* e *Demo Day*. (KICKANTE, 2017).

Desde a fundação do *Catarse* existe o funcionamento da modalidade *tudo ou nada*. Isso significa que ou o proponente do projeto arrecada o valor preestabelecido na meta ou ele não recebe os recursos financeiros e não é bem-sucedido na sua campanha. Entretanto, a partir de 2015 houve o teste de uma nova modalidade chamada *flex*, com o intuito de ampliar o escopo de campanhas de cunho pessoal ou outras propostas que não se encaixem na primeira modalidade. (CATARSE, 2017).

A modalidade *tudo ou nada* significa que, ao final da campanha, só recebe o dinheiro se tiver atingido a meta de arrecadação, tendo o prazo máximo de 60 dias de exposição no *site*, sendo descontada a taxa administrativa de 13%. Já na modalidade *flex*, no final da campanha é repassado todo o dinheiro, mesmo que os projetos não tenham atingido a meta de arrecadação preestabelecida. Entretanto, nessa opção, o prazo poderá ser delimitado até 12 meses e possui a mesma taxa de cobrança que a primeira. Em contrapartida, o *site Kickante* estabelece 12% para as campanhas de modalidade *tudo ou nada* e para o *flex* 17% (KICKANTE, 2017).

Resumidamente, para a transferência dos valores na modalidade *tudo ou nada* ocorrer, deve-se atingir a meta, enquanto que na modalidade *flex* basta ter apenas um apoio. (CATARSE, 2017). Valendo informar que tanto a plataforma *Catarse* como a *Kickante* possui ambas as modalidades.

Metodologia

O presente estudo possui caráter exploratório, pois o sistema apresentado está enquadrado em uma situação onde há pouco conhecimento acumulado e sistematizado, especialmente no caráter de projetos educacionais, bem como descritivo pois expõe características de determinado fenômeno. (VERGARA, 2013).

Findado o conteúdo pertinente às plataformas de *crowdfunding*, nesta parte do estudo se justifica a escolha das plataformas (*Catarse* e *Kickante*), pois ambas plataformas possuem similaridade em seus processos. Importante esclarecer ainda que a construção do quadro condensativo com a descrição dos projetos contemplados, foi feito no intuito de conhecermos tanto as estratégias utilizadas nas campanhas, quanto o seu conteúdo, em que contexto estão inseridos, quem são os proponentes e que resultados ou produtos almejavam com seus projetos para a área educacional.

No que se refere ao critério da seleção dos projetos para desenvolver análise, é importante estabelecer que houvesse a escolha de projetos que já foram finalizados em seus prazos e que foram bem-sucedidas em suas propostas. A seguir, destaca-se um dicionário criado pelos autores deste artigo para melhor compreensão no decorrer da exposição e análise dos projetos:

| Dicionário do Crowdfunding | |
|-----------------------------------|---|
| Plataforma: | São as organizações que realizam a intermediação dos <i>sites</i> de financiamento coletivo. |
| Proponente ou Realizador: | Aquele que propõe o projeto para as plataformas |
| Campanhas: | São os projetos disponibilizados nas plataformas e que para completar sua missão, necessitam arrecadar os fundos necessários. |
| Causa: | Subtítulo encontrado do projeto ou significado maior da proposta |
| Meta: | O valor mínimo a ser arrecadado para a campanha ser bem-sucedida |
| Apoiador ou Investidor: | Aquele que apoia o projeto com determinada quantia e em troca, recebe alguma recompensa. |
| Projeto Bem-sucedido: | Alcançou ou ultrapassou a meta |

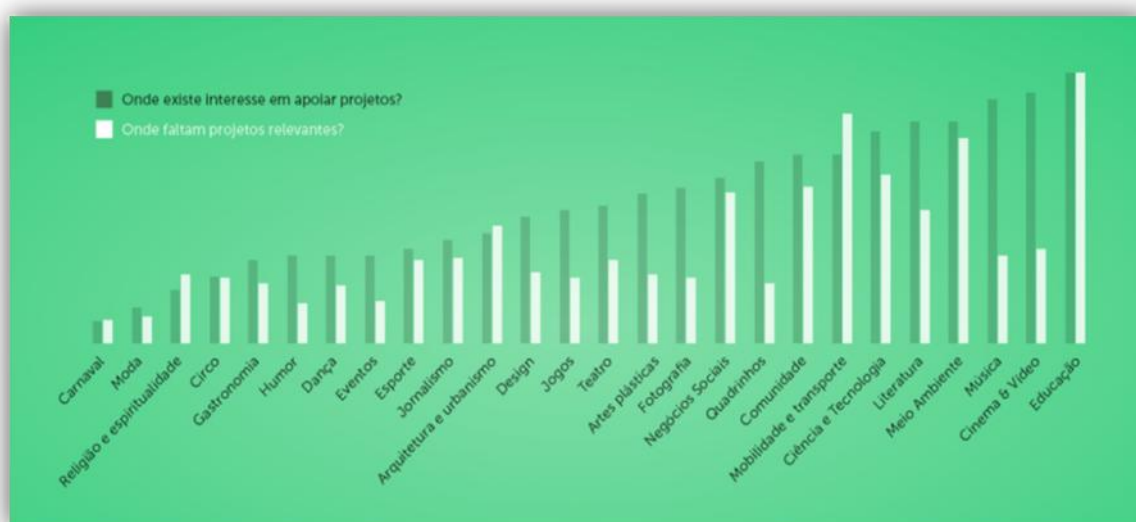
Fonte: Autoras

Serão analisadas as características dos projetos divulgados nos sites; recompensas estabelecidas, assim como investigar depoimentos em sites de notícias sobre a temática, vídeos, entrevistas com os fundadores que apresentem dados importantes para a questão central do trabalho. Para tanto, todos os projetos delineados para este estudo estão nas plataformas citadas e oferecem as principais informações para composição da análise.

4 O CROWDFUNDING: exposição e análise de projetos na área da Educação

A plataforma *Catarse*, em 2014, elaborou uma pesquisa denominada Retrato do Financiamento Coletivo no Brasil. Os respondentes da pesquisa são usuários frequentes da plataforma (45% conhecem o sistema há dois anos, tempo anterior à data da pesquisa) e fazem parte da comunidade que orbita o *Catarse*. Além disso, outra informação relevante sobre os respondentes é que cerca de 91% apoiaram, pelo menos, de uma a dez propostas. (CARUSO, 2014)

Figura 1: Retrato do Financiamento Coletivo



Fonte: <http://pesquisa.catarse.me/#/12>

Conforme apresentado na figura acima, a área da Educação se configura como a temática de maior interesse para apoio de projetos pelos entrevistados, sendo que cerca de 65% dos usuários estão dispostos a apoiar. Em contrapartida, também é a categoria que os entrevistados indicam a falta de projetos relevantes, com cerca de 36,3% dos votos.

Refletindo sobre as informações supracitadas, notamos que a área da Educação é vista com notoriedade para o desenvolvimento de projetos nessa modalidade de financiamento, sob a ótica do próprio investidor. Portanto, identifica-se a potencialidade da ferramenta na arrecadação de capital de projetos desse cunho. O valor que os apoiadores ensejam para uma variedade e disponibilidade de projetos nessa dimensão expressa a disposição por apoiar não apenas iniciativas em que

tenham o retorno de um bem material, seja um livro ou CD, por exemplo, mas também aquelas que se referem às causas sociais inseridas na categoria da Educação.

De acordo com o *site Porvir* (LOPES, 2016), o projeto de Educação com maior arrecadação na plataforma *Catarse* foi o “Mola Structural Kit”, com o objetivo de produzir um *kit* com molas para estudar o comportamento de estruturas da arquitetura. O valor arrecadado foi de R\$ 603.764,00. No *site Kickante*, o projeto com maior arrecadação foi o “Bel Pesce: Legado A menina do Vale” (R\$ 889.385, 37), que tinha como objetivo realizar palestras sobre empreendedorismo no circuito nacional.

Diego Reeberg (um dos fundadores do *Catarse*), ao conceder uma entrevista sobre tal informação, destaca que esse cenário se insere num entendimento que representa além de um desejo coletivo, pois os participantes veem a educação como um caminho para resolver grandes problemas da sociedade: “As pessoas olham para a educação com esse potencial de transformação. Na verdade, o financiamento coletivo reflete um pouco as coisas que estão acontecendo” (LOPES, 2016).

Entretanto, é importante destacar que, em outra reportagem, Diego Reeberg explica que essa “defasagem” em relação à procura e à oferta de projetos interessantes houve mudança: “Nos primeiros seis meses depois da pesquisa (realizada no ano de 2014), foi lançada a mesma quantidade de projetos que haviam sido lançadas nos três anos anteriores”. (CAINDO NO BRASIL, 2016). Outra característica importante sobre as informações discutidas é que se percebe a relevância dada pelos proponentes, o que gera o aumento do número de propostas nesse sistema em torno do desenvolvimento de projetos educativos. E tal aumento aconteceu em um cenário nacional onde houve cortes de bilhões para os investimentos no setor da Educação.

No blog da plataforma *Kickante*, algumas campanhas de educação de financiamento coletivo, tem sido frequentemente propostas: (PASCOAL, 2015)

- Recursos para a custear intercâmbios, mestrado, cursos, entre outros;
- Recursos para participar de competições estudantis e conferências internacionais;
- Apoio financeiro para a viabilização de pesquisas;

- Recursos financeiros para a compra de matérias e equipamentos para os projetos.

Denota-se a variedade de propostas para a viabilização de projetos no modelo de *crowdfunding*, desde o apoio financeiro a um curso no exterior até o financiamento de pesquisa científica, de iniciativas que visam a reforma predial de uma escola à impressão de uma ferramenta pedagógica e lúdica. Nota-se também a multiplicidade de perfis dos realizadores dos projetos, como jornalistas e estudantes, e organizações, como ONGs, editoras, associações e movimentos sociais. A tabela a seguir traz esses dados de forma detalhada:

2 - Tabela de Projetos Educacionais

| Plataforma | Proponente ou Realizador | Projeto | Causa | Meta | Valor Alcançado | Recompensas | Quantidade de Apoiadores | Produtos ou Resultados Almejados |
|------------|--------------------------|--|--|--------|-----------------|---|--------------------------|--|
| Catarse | Jornalista | Caindo no Brasil – Publicação do Livro | Uma viagem pelas práticas educativas inspiradoras do país | 27.800 | 31.805 | Agradecimentos Adesivo Revista Viração Harte do eBook Livro Impresso | 295 | Livro |
| Catarse | Movimento Social | Rede Emancipa | Ajude a aula inaugural da Rede Emancipa | 15.000 | 16.160 | Certificado Adesivo Revista Digital e Impressa Curso Visita Guiada | 177 | Revista Estrutura de Som e Luz |
| Catarse | Estudante | Projeto Alma | Colaborar com a mudança na educação brasileira. Mas não sozinho | 5.993 | 9.083 | Agradecimentos Crônica especial mente feita pelo autor Conversa exclusiva Pôster exclusivo Palestra Tatuagem Arte na escola | 77 | Curso no exterior |
| Kickante | Autor | A Ascensão das Universidades | Um clássico da historiografia medieval em edição nova e atualizada | 11.900 | 17.801 | Ebook Agradecimentos Edição Impressa Outros Livros Logomarca | 309 | Livro |
| Kickante | Grupo de Estudantes | Ciência Brasileira no MIT | Ajude a ciência brasileira | 19.000 | 47.852 | Agradecimentos Mascote criado pela equipe Cartão postal digital Placa de Petri + Video Exclusivo | 168 | Participação em competição internacional |
| Kickante | Designers | Imagina-me | Imaginação + Criatividade = Imagina-me | 9.000 | 10.476 | Agradecimento Imagina-me especial (Jogo lúdico) Desenho Palestra/workshop | 239 | Ferramenta Lúdica de Aprendizado |

Fonte: Dados *Catarse* e *Kickante*

É importante destacar algumas considerações sobre o quadro. Na terceira coluna há a relação do nome dos projetos; na quarta discrimina-se a causa da campanha, referindo-se à principal chamada encontrada (geralmente se escreve com poucas palavras o significado de toda a campanha, como no terceiro caso “Vivendo e aprendendo: realizando um sonho coletivo”); na quinta e na sexta coluna estão a descrição do valor financeiro arrecadado. Percebe-se que todos os projetos ultrapassaram a meta.

Adiante, as recompensas possibilitam uma maior proximidade com o público realizador e apoiador. Outrossim, em relação a esse tópico, é possível notar essa parte como algo estratégico para a arrecadação, pois os retornos do investimento feito ao apoiador possuem valores que podem simbolizar a essência do projeto.

Tendo os proponentes a liberdade de usar a criatividade, podemos observar nos exemplos apresentados desde agradecimentos nas redes sociais e por *e-mails*, até mesmo cartas escritas à mão por crianças que seriam o público-alvo do projeto. Para ilustrar, uma das recompensas do “Projeto Alma” seria uma crônica feita especialmente pelo realizador do projeto.

É importante ressaltar que nas próprias plataformas é possível visualizar a quantidade de apoiadores, assim como há uma aba para a descrição de novidades dos projetos. Dessa forma, os que investem podem acompanhar o avanço do projeto, bem como os comentários, efetivando, portanto, uma relação direta com o proponente. Sobre isso, Shirky (2010, p. 57) ressalta que os “[...] seres humanos valorizam, intrinsecamente, um sentido de conexão”.

O primeiro projeto do quadro “Caindo no Brasil” se refere à produção de um livro, tendo o propósito de materializar uma pesquisa feita pelo jornalista Caio Dib, que realizou um *tour* por diversas cidades brasileiras e conheceu iniciativas inspiradoras na Educação (CATARSE,2016). No segundo projeto da Rede Emancipa houve a transcrição de uma parte do vídeo da chamada da campanha:

Sonhos. Você certamente tem o seu. Os de milhares de jovens em todo os cantos do país é ingressar em uma universidade, muitos deles para ser a primeira geração da família a conquistar um diploma. Ao longo de 10 anos a Rede Emancipa ajudou a escrever 50.000 histórias de superação [...] Ninguém que se inscreve no Emancipa fica sem estudar, porque fazemos isso, porque acreditamos numa educação popular e emancipadora. A educação forma cidadãos. Cidadãos transformam o mundo. (EMANCIPA, 2016)

No aludido projeto, as impressões deixadas é que esse exemplo apresentado possui, além de uma história construída, um valor para a comunidade, já que sua missão é a educação popular para diversos jovens. Na descrição da página do projeto, é apresentado que o seu principal foco é “oferecer cursinhos populares pré-universitários

para atender à demanda represada dos estudantes de escolas públicas pelo acesso ao ensino superior em geral, e às universidades públicas em particular”.

Um dos objetivos dessa proposta no *crowdfunding* seria mobilizar as pessoas a investirem na produção da Revista Especial de 10 Anos da Rede Emancipa. Além disso, os recursos também seriam destinados à montagem da aula inaugural da turma de 2017, considerando nesse planejamento a produção de material de divulgação, cadeiras e estrutura de som. (CATARSE, 2017)

Percebe-se a utilização do financiamento coletivo para a viabilidade de pequenos projetos, como o plano de um estudante que tinha o sonho de ajudar a transformar realidade. Estamos falando do “Projeto Alma”, cujo objetivo era arrecadar recursos para realizar um curso no exterior (CATARSE, 2016). No vídeo da chamada, ele explica sobre sua proposta: “Pense nas suas maiores experiências, nos seus pensamentos mais verdadeiros, nos seus sonhos mais profundos. Eu chamo esse grupo de Alma. Eu acredito que é essa alma que define quem a gente realmente é”. (QUEIROZ, 2016).

Dentre as recompensas oferecidas aos apoiadores, destaca-se a troca de experiência e a publicação de um vídeo sobre o curso, o qual pretendia realizar, à medida que arrecadasse a quantia de R\$ 1.000,00. Um dado importante apresentado pelo cofundador do *Catarse*, Diego Reeberg, em entrevista, corresponde ao valor arrecado dos projetos: “[eles] não precisam de milhões de reais e milhares de pessoas. São comunidades, com 100 ou 200 pessoas, dispostas a financiar um projeto para tirar do papel”. (REVISTA PEGN, 2015).

No que diz respeito aos projetos da plataforma *Kickante*, neste primeiro caso ocorre algo peculiar, já que uma editora de livros recorre ao financiamento coletivo para difundir uma obra clássica da historiografia medieval. Realizando uma espécie de

venda direta do produto ao público que orbita a plataforma, a partir de uma tiragem inicial de 400 unidades, o público apoiador poderia ter uma edição em primeira mão do livro. Na descrição do projeto na plataforma, “a publicação faz parte de um projeto mais amplo de difusão de obras importantes para a recuperação e o saneamento do ambiente cultural brasileiro”. (KICKANTE, 2015).

O penúltimo projeto, chamado “Ciência brasileira no MIT”, teve como objetivo arrecadar recursos para as despesas de participação em uma Competição Internacional de Máquinas Geneticamente Modificadas, em Boston. Na página da campanha é apresentado que, em 2013, eles participaram da competição com a presença de diversas nacionalidades e levaram a medalha de bronze e o prêmio de melhor apresentação. No ano seguinte, participaram novamente e foram premiados com uma medalha de ouro. Porém, em 2015, não tiveram recursos e não puderam se fazer presentes. Por conta disso, em 2016, eles aderiram ao financiamento coletivo, motivados e engajados por tal causa, e arrecadaram os recursos necessários. (KICKANTE, 2016).

Na última campanha, em uma proposta diferente das demais, *designers* buscaram a modalidade para concretizar um projeto de uma ferramenta lúdica para crianças, jovens e adultos, cujo intuito era de estimular a criatividade e o desenvolvimento de habilidades artísticas. (KICKANTE, 2016). Nesse sentido, vale destacar que o *crowdfunding* vem sendo apontado, até mesmo, como uma modalidade em que se pode realizar o teste de produtos, receber *feedback* dos apoiadores (se uma proposta é interessante ou não) e efetivar o diálogo com o público consumidor antes que o produto saia das “prateleiras” (ADAMS, 2014)

CONCLUSÃO

A diversidade de projetos propostos nessas plataformas, financiadas pela multidão, ou seja, as diferentes naturezas dos empreendimentos refletem a própria diversidade dos interesses humanos, das necessidades, dos sonhos e dos símbolos da cultura contemporânea.

A solução para um problema pode vir de onde menos esperamos. A ideia de um aluno, a experiência de professores ou de algum grupo movido por fazer algo melhor se engajam no desenvolvimento de projetos com significados sociais. Esse, por
Universidade Federal do Rio de Janeiro – Escola de Comunicação
Laboratório de Pesquisa em Tecnologias da Informação e da Comunicação – LATEC/UFRJ

exemplo, foi o propósito do projeto “Caindo no Brasil”, ao revelar experiências inovadoras e significativas para a Educação, até então desconhecidas.

Toda essa dinâmica em torno do modelo de *crowdfunding* é percebida dentro do ciberespaço e fora dele ao envolver diversos atores, mas o potencial que existe a ser explorado não está somente na área educacional, mas em diversos âmbitos sociais, artísticos e até mercadológicos. Essas demonstrações implicam destacar que o modelo permite uma conexão direta com quem apoia, além de recompensas (como a aquisição de produtos inusitados) ao investir em algo significativo.

Neto (2017) destaca que quando se coloca a multidão para financiar uma ideia e todos passam a ter acesso a ela, os proprietários se transformam em participantes e ganham a possibilidade de que quem tem interesse em usufruir daquele objetivo possam fazê-lo, o que possivelmente por outros mecanismos não seria viável.

Algumas limitações foram encontradas para a produção da pesquisa. Entre elas, citam-se a falta de trabalhos sobre o tema, no que se refere aos projetos educacionais, e a urgência por novas pesquisas que abarquem o estudo desse fenômeno, pois o ambiente *online*, no qual esse tipo de financiamento está inserido, pode velozmente gerar informações novas. Observa-se que dados de alguns meses atrás podem dar uma dimensão totalmente diferente do passado, não tão distante, reflexo da própria dinamicidade tecnológica dos tempos atuais.

Para ocorrer a educação, é preciso pensar para além dos aspectos relacionados à aquisição de conhecimentos. A educação está em eterno processo de (re)construção de si, investindo constantemente em inovações e nos espaços sociais onde está inserida. Para isso, a assimilação de ferramentas tecnológicas torna-se imprescindível.

Agradecimentos

Fundação de Amparo à Pesquisa do Maranhão - FAPEMA

Referências

ADAMS, Carl. **Crowdfunding guidance and practice: Value added co-creation**. IPP Oxford, 2014. Disponível em: <http://ipp.oii.ox.ac.uk/sites/ipp/files/documents/IPP2014_Adams.pdf> Acesso em: 22 de junho de 2017

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia Internet: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade**. Zahar, 2003.

CAINDO NO BRASIL: **financiamento coletivo na Educação: comece hoje**. Disponível em: <<https://www.caindonobrasil.com.br/blog/financiamento-coletivo-na-educacao-comece-hoje?rq=crowdfunding>> Acesso em: 21 de junho de 2017

CATARSE 2017. **Termos de Uso**. Disponível em: <<https://www.catarse.me/pt/terms-of-use>> Acesso em: 20 jun. 2017

COCCO, Giuseppe; VILARIM, Gilvan. **O capitalismo cognitivo em debate**. Liinc em revista, v. n2 (set.2009). Rio de Janeiro, p.148-151. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/liinc/index.php/liinc>> Acesso: 14 de março de 2017

EXTRA: **Crowdfunding arrecada 7 milhões em 48 horas para salvar fábrica na Nova Zelândia**. Disponível em: <<https://extra.globo.com/noticias/mundo/crowdfunding-arrecada-7-milhoes-em-48h-para-salvar-fabrica-na-nova-zelandia-21455346.html>> Acesso em: 20 de junho de 2017

FARINACCIO, Rafael. **Sony aposta crowdfunding para kit de programação para crianças**. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/sony/117990-sony-aposta-crowdfunding-bancar-kit-programacao-para-criancas.html>> Acesso em: 21 de junho de 2017

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Zahar, 2002.

KARMAK, Justin. **Kickstarter Before Kickstarter**. Disponível em: <<https://www.kickstarter.com/blog/kickstarter-before-kickstarter>> Acesso em: 22 de junho de 2017

KICKANTE. 2017. **Taxa administrativa**. Disponível em: <<https://www.kickante.com.br/bau-de-ideias/como-funciona-crowdfunding/taxas>> Acesso em: 21 de junho de 2017

LOPES, Marina. Financiamento coletivo ajuda viabilizar projetos de educação. Disponível em: <<http://porvir.org/financiamento-coletivo-ajuda-viabilizar-projetos-de-educacao/>> Acesso em: 21/06/2017

NETO, Rodolfo Denk. Honnet, **economia e crowdfunding: uma saída ou mais uma ilusão?**. Argumentos-Revista de Filosofia, v. 8, n. 16, 2017.

PITONDO, Jimmy. **Crowdfunding: a vaquinha da modernidade**. Cultura Digital Sociedade e Política. 2014. Disponível: <<http://blog.pucsp.br/cultdigsocpol/2014/06/01/crowdfunding-a-vaquinha-da-modernidade/>> Acesso em: 20 de junho de 2017

PASCOAL, Candice: **Crowdfunding para educação: dicas e exemplos**: Disponível em: <<https://blog.kickante.com.br/crowdfunding-para-educacao-dicas-e-exemplos/>> Acesso em: 10 de junho de 2017

PRIMO, Alex. Fases do desenvolvimento tecnológico e suas implicações nas formas de ser, conhecer, comunicar e produzir em sociedade. **Além das redes de colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias no poder**. Salvador: EDUFBA, p. 51-68, 2008.

QUEIROZ, Bruno. **Projeto Alma - Catarse**. Youtube, 15 jan 2016. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=4JkfIRRisKE>>. Acesso em: 17 de junho de 2017

REVISTAPEGN: **Sites de financiamento coletivo arrecadam em meio à crise**: Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Startups/noticia/2015/09/sites-de-financiamento-coletivo-arrecadam-mais-em-meio-crise.html>> Acesso em: 12 de junho de 2017

RUIVO, João; MESQUITA, Helena. **Educação e formação na sociedade do conhecimento**. Revista de Pedagogia de la Universidad de Salamanca, p. 201-214, 2010.

SILVA, Suelen de Aguiar. Desvelando a Netnografia: um guia teórico e prático. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 38, n. 2, p. 339-342, 2015.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

TOFFLER, Alvin. **A terceira onda**. Rio de Janeiro. Editora Record, 1980.

WOOLEY, Suzanne. **Crise da saúde nos EUA e mina de ouro para crowdfunding**. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/bloomberg/2017/06/12/crise-da-saude-nos-eua-e-mina-de-ouro-para-crowdfunding.htm>> Acesso em: 22 de junho de 2017

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 14. ed. São Paulo: Atlas,

REFERÊNCIA DOS PROJETOS

CATARSE. **Caindo no brasil**. Disponível em: <<https://www.catarse.me/caidonobrasil>>. Acesso em: 20 de junho de 2017

_____. **Emancipa muda vidas:** Disponível em: <
https://www.catarse.me/o_emancipa_muda_vidas_bd58> Acesso em: 20 de junho de 2017

_____. **Projeto Alma.** Disponível em: < <https://www.catarse.me/alma>> Acesso em: 21 de junho de 2017

KICKANTE. **Ascensão das universidades.** Disponível em: <
<https://www.kickante.com.br/campanhas/ascensao-das-universidades-c-h-haskins>>
Acesso em: 22 de junho de 2017

_____. **Ciência brasileira no MIT.** Disponível em: <
<https://www.kickante.com.br/campanhas/ciencia-brasileira-no-mit>> Acesso em: 22 de junho de 2017

_____. **Imaginação-criatividade-imagina-me.** Disponível em: <
<https://www.kickante.com.br/campanhas/imaginacao-criatividade-imagina-me>> Acesso em: 22 de junho de 2017

Sobre as Autoras

| | |
|---|---|
|  | <p>Milena Alves Mourão Pereira Mestranda em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal do Maranhão, concentrado suas pesquisas em Projetos Culturais, Empreendedorismo, e tecnologias. Possui graduação em Administração de Empresas pela Universidade Estadual do Maranhão (2014) e E-mail: milenamouraop@gmail.com</p> |
|  | <p>Klautenys Dellene Guedes Cutrim Possui graduação em Turismo pela Universidade Federal do Maranhão (1992), mestrado em História pela Universidade Federal de Pernambuco (2001) e doutorado em Linguística e Língua Portuguesa pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho(2011) . Atualmente é professora doutora da Universidade Federal do Maranhão. Tem experiência na área de Turismo e Cultura com ênfase nas áreas: Planejamento turístico, patrimônio cultural e políticas públicas de preservação. Email: kdgedes@yahoo.com.br</p> |



Sannyia Fernanda Nunes Rodrigues

Graduada em Pedagogia e especialista em Coordenação Pedagógica a UFMA. Mestre e Doutora em Multimédia em Educação pela Universidade de Aveiro, Portugal (reconhecido pela UFRJ). É atualmente aluna de pós-doutorado pela UFMA, desenvolvendo investigação na área da Interdisciplinaridade no Programa de Pós-graduação em Cultura e Sociedade. Atualmente leciona na pós-graduação do PGCult, como professora permanente, ministrando a disciplina Comunicação, Tecnologia e Sociedade e Ética, Política e Educação.

E-mail: rodriguessannyia@gmail.com

Revista EducaOnline Volume 11, Nº 2, Maio/Agosto de 2017. Edição temática II Simpósio Nacional de Tecnologias Digitais na Educação (II-SNTDE).

ISSN: 1983-2664. Este artigo foi submetido para avaliação em 25/07/2017 e aprovado para publicação em 20/08/2017.