

Sistemas de Informação em Crowdfunding

Higor Freitas
Sistemas de Informação
Universidade de São Paulo
São Paulo, Brasil
higor.freitas@usp.br

João Kuroki
Sistemas de Informação
Universidade de São Paulo
São Paulo, Brasil
joaohkc@usp.br

Resumo—Este documento é um estudo da disciplina Fundamentos de Sistemas de Informação (SI), com o objetivo de analisar a relação entre os processos de gestão de Crowdfundings e a teoria de SI, assim como seus impactos na sociedade. Esta análise ocorrerá por meio da identificação de suas características descritivas, aspectos de sua usabilidade e de exemplos pertinentes.

Termos de Índice—Sistemas de Informação, Crowdfunding, Organizações, Aspectos Sociais

I. INTRODUÇÃO

Com os avanços tecnológicos disponíveis hoje em dia, diversas atividades vêm se tornando cada vez mais simples de serem realizadas. Este fenômeno pode ser observado na facilidade de comprar produtos online, solicitar viagens de carro por meio de aplicativos ou até mesmo utilizar serviços bancários digitais. Além disso, o financiamento de ideias também foi impulsionado com a criação dos chamados Crowdfundings ou Financiamentos coletivos, que representaram uma mudança significativa na forma como projetos e iniciativas são financiados e apoiados pela sociedade.

Um Crowdfunding pode ser definido como um meio de arrecadação de dinheiro em plataformas online com o objetivo de produzir expressões artísticas independentes ou projetos de menor orçamento através de doações de um público engajado que acompanha seu desenvolvimento voluntariamente. [1] Essa fomentação de recursos só foi viabilizada através de uma série de fatores tecnológicos, como a massificação de redes sociais e a facilidade na produção de conteúdo, que possibilitaram uma maior divulgação de ideias e consequentemente uma maior influência à diferentes públicos. [2]

Por consequência, esse formato de captação também fica fortemente fundamentado em diversas infraestruturas de sistemas da informação, seja para estruturar os mecanismos financeiros da plataforma ou na divulgação aos criadores de projetos e ao público que os mantém, sendo considerado no artigo "Decision support systems in crowdfunding: A fuzzy cognitive maps (FCM) approach" pelos doutores Cinta e Tomás, o fator crítico de sucesso de um crowdfunding [3]. Portanto, o objetivo deste artigo analisar e explicitar as relações que o Crowdfunding possui com as teorias da disciplina de sistemas de informação, destacando sua aplicabilidade dentro de organizações, seus módulos de movimentação das informações, o impacto social causado por esses sistemas assim como as implicações para a inovação. Além disso, busca-se compreender como as

tecnologias da informação são fundamentais para o funcionamento eficaz dos Crowdfundings, explorando seu papel na captação de recursos, na interação entre os participantes e na disseminação de ideias e projetos e ao final, pretende-se oferecer uma conclusão.

II. CROWDFUNDING E ORGANIZAÇÕES

A. Organizações Usuárias de Crowdfunding

As organizações que adotam o crowdfunding são compostas por dois componentes distintos: entidades que englobam empresas, startups, indivíduos e grupos artísticos e educacionais, que buscam apoio monetário para alcançar um objetivo, sejam estes a conclusão de projetos, o pagamento de despesas médicas, a realização de pesquisas, eventos ou o estabelecimento de novos produtos e empresas; e membros de uma vasta audiência que, de forma voluntária, decidem financiar os objetivos propostos em troca de produtos, serviços, participações societárias, reconhecimento ou até mesmo, sem expectativa de retribuição. Por não se enquadrarem em uma estrutura organizacional típica, tais organizações são classificadas como não tradicionais.

III. PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING

A. Plataformas de Crowdfunding e Organizações

Plataformas de crowdfunding são espaços online que reúnem e catalogam uma ampla variedade de entidades com objetivos diversos e proporcionam uma visualização mais abrangente de oportunidades para o público investidor, facilitando a conexão entre ambas partes do mercado. Adicionalmente, essas plataformas oferecem uma camada de proteção aos investidores contra possíveis falhas no cumprimento de promessas feitas pelas entidades apoiadas e cobram uma porcentagem do total investido em troca dos serviços oferecidos.

B. Garantias, Taxas e Organizações

As garantias de segurança ao investidor e as taxas cobradas pelo uso de seus serviços variam conforme a plataforma. O Kickstarter adota o método "all-or-nothing", no qual os fundos investidos não são liberados a menos que um projeto alcance uma meta estabelecida de investimentos. Isso garante que as entidades tenham dinheiro suficiente para cumprir suas promessas e impede que iniciem um projeto sem os recursos necessários, além de garantir aos apoiadores o reembolso do investimento caso a meta não seja alcançada. O Kickstarter

cobra uma taxa de 8-10% sobre os fundos totais arrecadados. Por outro lado, o Catarse oferece a opção "Flex", na qual os fundos são liberados independentemente do valor total arrecadado mas o realizador se compromete a executar o projeto mesmo com recursos financeiros insuficientes. O Catarse cobra uma taxa de 13% sobre os fundos totais arrecadados.

Já no GoFundMe, uma plataforma focada em arrecadações sem expectativa de retorno por parte dos doadores, os fundos são disponibilizados imediatamente às entidades. O GoFundMe cobra uma tarifa de processamento de transação de 2,9% sobre os fundos totais arrecadados.

Organizações que almejam grandes objetivos e desejam garantir que sejam alcançados podem preferir plataformas como o Kickstarter, que adotam o sistema 'all-or-nothing', aquelas que priorizam resultados independentemente da qualidade final podem optar por plataformas semelhantes ao Catarse, com seu modelo 'Flex'. Enquanto isso, organizações em busca de apoio repentino e esporádico podem se beneficiar mais com plataformas similares ao GoFundMe.

IV. EXEMPLOS

Alguns exemplos do adadad junto das organizações que fizeram uso dela

A. Kickstarter

No kickstarter

V. ESTRUTURA NO CONTEXTO DE SI

VI. QUESTÕES SOCIAIS DOS CROWDFUNDINGS

Como observado nos textos supracitados, o cerne dos Crowdfundings pode ser descrito como a realização de alguma meta específica através de um apoio financeiro comunitário, independente qual seja ele. Em virtude disso, o seu potencial não se limita apenas à atividades individuais de algum grupo, mas também pode servir de ferramenta para mudanças de caráter sociopolítico sob determinados contextos. Neste viés, as questões sociais afetadas por esse Sistema da Informação (SI) podem ser classificadas em três diferentes aspectos de acordo com a teoria fundamental de Sistemas de Informação: [4]

- Aspectos Éticos, que englobam questões relacionadas à utilização da tecnologia pelo indivíduo. Isso inclui preocupações com a privacidade dos dados, viés algorítmico, transparência dos dados, e outros.
- Aspectos Sociais, que estão relacionados com o impacto da tecnologia na sociedade e na relação entre os indivíduos. Incluindo as questões com o acesso à tecnologia, o efeito nas relação interpessoais, mudanças nos padrões de trabalho, entre outros.
- Aspectos Políticos, são aqueles que dizem respeito aos aspectos legais dos Sistemas de Informação, seja na regulamentação de rede sociais, políticas públicas com relação à tecnologia ou até na influência política de *Bigtechs*.

Guiados por esses princípios, procuramos compreender as questões associadas aos Crowdfundings que se enquadram em cada um desses aspectos:

A. Aspectos Éticos

Observando-se como indivíduo, algumas questões podem ser pautadas com relação aos Crowdfundings, como por exemplo: a transparência aos apoiadores dos projetos, já que as plataformas em sua maioria, optam por deixar essa comunicação totalmente à cargo dos criadores, podendo resultar em falta de ética na utilização do dinheiro obtido. Também pode ser questionado o viés do site no oferecimento dos diferentes Crowdfundings, já que isso criaria uma vantagem injusta sobre outros criadores e poderia de certa forma beneficiar os responsáveis da plataforma através de acordos externos.

B. Aspectos Sociais

Já sobre a óptica da sociedade, podemos observar questões principalmente sobre o como o acesso à essa tecnologia é feito, pois mesmo sendo plataformas abertas à todos, é possível que muitas comunidades marginalizadas com grande potencial de fazerem inovações acabarem sendo impossibilitados, seja pela falta de familiaridade sobre o sistema ou à ausência de acesso às tecnologias. Além disso, outra preocupação é com relação ao conteúdo que está apoiado, que nem sempre é devidamente monitorado pelo site e pode servir de ferramenta para gerar impactos negativos na sociedade, seja por produtos nocivos, discursos de ódio ou projetos que causem impactos sociais negativos.

C. Aspectos Políticos

N.CONCLUSÃO

Em decorrência das análises e fatos apresentados concluímos que...

REFERÊNCIAS

- [1] L. M. Teixeira e A. Jorge, "Plataformas de financiamento coletivo na economia política dos média alternativos", *Comun. Soc.*, vol. 39, pp. 184, junho de 2021. Consult. 2024-04-08. [Em linha]. Disponível: [https://doi.org/10.17231/comsoc.39\(2021\).2863](https://doi.org/10.17231/comsoc.39(2021).2863)
- [2] E. Felinto, "Crowdfunding: entre as Multidões e as Corporações", *Comun. Mídia Consumo*, vol. 9, n.º 26, pp. 141, janeiro de 2013. Consult. 2024-04-13. [Em linha]. Disponível: <https://doi.org/10.18568/cmcc.v9i26.347>
- [3] C. Borrero-Domínguez e T. Escobar-Rodríguez, "Decision support systems in crowdfunding: A fuzzy cognitive maps (FCM) approach", *Decis. Support Syst.*, p. 3, maio de 2023. Consult. 2024-04-13. [Em linha]. Disponível: <https://doi.org/10.1016/j.dss.2023.114000>
- [4] M. Fantinato, *Sistemas de Informação - Aula 4 - Questões éticas, sociais e políticas em sistemas de info.* (2016-02-29). Consult. 2024-04-14. [Video online]. Disponível: <https://www.youtube.com/watch?v=mY68icQPDyo>