Introdução

O investimento em ideias é um tabu, que necessita passar por vários estágios burocráticos. As ideias devem ser apresentadas para as empresas, caso seja do interesse delas (gerando lucros) elas investirão nessa ideia. Por essa razão muitas ideias que são do interesse comum, projetos culturais sem fins lucrativos, não são interessantes para grande parte das industrias.

O *Crowdfunding* conseguiu modificar esse cenário, pois, ele permitiu que essas ideias chegassem ao público. Basicamente o *Crowdfunding* é uma plataforma que permite o cadastro de campanhas para arrecadar recursos para o desenvolvimento de projetos.

Desta forma, surgindo um novo mercado, dando novas oportunidades, tanto para os idealizadores quanto para os beneficiados de poderem usufruir de projetos diversificados. Essa facilidade ocorre por meio dos benefícios que a internet trouxe para o homem contemporâneo, aproximando virtualmente a população mundial para contribuir para novos projetos que os instiguem a empatia. Segundo Felinto (2012) sendo um processo que o próprio público financia um projeto através de sites da internet, promovendo para um filme, obra de arte ou produto de qualquer espécie.

Depois dessa compreensão, será demonstrado como podemos iniciar uma campanha através das ferramentas online de financiamento coletivo, que consistirá em passos fundamentais que são: a ideias, que é o início de todo o processo, onde o idealizador ou grupo possui uma ideia inicial que possui propriedades para desenvolver; O planejamento, que permitirá o crescimento e objetivos que serão alcançados; A arrecadação, ferramenta que será usada para arrecadar a meta de dinheiro planejada para execução do projeto e por último o processo de divulgação. Que chegará ao público alvo através das redes de comunicação mais comuns, podendo ser da própria plataforma.

Os benefícios são inúmeros como a comprovação de mercado, que consegue encontrar um padrão na preferência do público. Produção sobre demanda, que diminui a produção exagerada de produtos, entre outros que serão abordados ao decorrer deste artigo. Mas o *Crowdfunding* não possui apenas benefícios, que são o fracasso da campanha ou o mal-uso do dinheiro investido, que gerará consequências para o site e o idealizador do projeto.

A grandes ferramentas mundiais de financiamento coletivo como o Kickstarter que, conseguiu arrecadar o dobro da quantidade necessária para a gravação do CD da cantora Amanda Palmer, Cavalcanti (2013). Demonstrando ser uma ferramenta muito poderosa para arrecadação de recursos. O Brasil possui plataformas de *Crowdfunding*, algumas que possuem um nicho específico de projetos, como o Catarse que foi o “primeiro endereço eletrônico que apresentou a plataforma de *Crowdfunding*, voltada somente para projetos culturais” (COCATE, PERNISA).

Em escala mundial há vários projetos bem-sucedidos que foram financiados através de plataformas do *Crowdfunding*, como filmes, games, *podcasts*, livros, HQs e eventos. Trabalharemos esses conceitos ao decorrer desse trabalho, abordando de forma mais aprofundada o conceito de *Crowdfunding*, as plataformas que utilizam esse sistema de arrecadação de recursos, suas vantagens e desvantagens, exploraremos mais sobre os projetos bem-sucedidos e malsucedidos que surgiram através dessa grande ferramenta.

Considerações Finais

Como podemos compreender, através do texto acima, o *Crowdfunding* possibilita o desenvolvimento de várias ideias que dificilmente conseguiriam alcançar o público com tanta clareza e rapidez. Essa “nova” abordagem do mercado de investimento proporcionou um grande aumento em projetos que antes não receberiam investimentos, através dos métodos tradicionais que é a apresentação do projeto para as empresas investirem nele. Como as empresas visam mais o seu lucro ou alguma forma de gerar marketing de seu produto para lucrarem, os projetos que elas investiriam seriam aqueles que suprissem suas necessidades. Assim, deixando projetos com características culturais ou ambientais, que não traria retorno lucrativo, eram deixados de lado, empobrecendo e desestimulando esse tipo de iniciativa.

Com a ideia de financiamento foi possível quebrar esse paradigma que impedia o investimento em projetos culturais. Com o público final podendo contribuir para ter acesso a projetos que os beneficiassem culturalmente. E não só os projetos culturais. Através dessa nova forma de arrecadação de recursos abriu um novo mercado de empreendedores que possuem ideias de proporções pequenas, mas também de ideias que não pareceriam interessantes para as indústrias, mas que deram muito certo depois de alcançarem suas metas e desenvolverem seu produto.

Com uma maior facilidade de iniciar uma campanha na plataforma de financiamento coletivo, e sua forma de divulgação podendo ser através dá própria plataforma. Mas, as redes sociais também facilitam muito essa divulgação, atraindo cada vez mais pessoas e startup com novas ideias para esse tipo de arrecadação de recursos.

Referências:

(REMOVIDO) • SEQUEIRA, Jorge Santiago Carvalho. Crowdfunding No Brasil:

Possibilidades Teóricas Para O Sucesso Do Financiamento Coletivo

Realizado Via Redes Sociais Digitais. Sem data - Especialista em Comunicação, Redes Sociais e Opinião Pública, bacharel em Relações Públicas.

• FELINTO, Erick. Crowdfunding: entre as Multidões e as Corporações. comunicação, mídia e consumo - São Paulo ano 9 vol.9 n.26 p. 137-150 – 2012

• CAVALCANTI, Gêsa. INOCENCIO, Luana. CARVALHO, Nadja. The Veronica Mars Movie Project: o fandom e seu financiamento colaborativo da cultura através do crowdfunding - Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus, AM –2013

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