



***Crowdfunding e Educação Não Formal  
Educação, arte e cultura nas redes colaborativas***

**Projeto de pesquisa de IC  
Autora: Laura Fontana Novo RA: 200960  
Orientadora: Prof. Dra. Carolina de Roig Catini**

## **Introdução e Objetivos**

Esta pesquisa pretendeu investigar de forma qualitativa e descritiva projetos socioeducativos e inclusivos, organizados e sustentados parcialmente por segmentos da sociedade civil, com o objetivo de promover formação educativa, cultural e social de crianças e jovens brasileiros.

Nossa análise se debruçou especialmente nos processos desenvolvidos pela Viração, uma organização da sociedade civil que atua com comunicação, educação e mobilização social entre adolescentes, jovens e educadores.

O objetivo da pesquisa foi o de entender quais são as vertentes ou concepções não formais de educação predominantes entre as iniciativas populares e nas organizações pesquisadas, e que modelos conceituais predominam em tais iniciativas. A pesquisa também objetivou explorar, a partir desses questionamentos iniciais, as possibilidades que o financiamento coletivo - Crowdfunding - apresenta como forma de subsidiar projetos educacionais não formais.

Considerando os desafios que as organizações sociais enfrentam ao longo dos processos de criação de projetos, do planejamento à execução, passando pelo financiamento de suas ações, consideramos essencial pensarmos em como se estruturam financeiramente e como conseguem recursos para manter os projetos funcionando.

Assim, pretendemos compreender quais são as fontes de financiamento de projetos que atuam nos segmentos da educação e comunicação, e entender quais são as possibilidades que o crowdfunding oferece como parte do processo de captação de recursos.

Ao longo de nossa investigação, entretanto, fomos surpreendidas por alguns desafios, dentre eles, a indisponibilidade de alguns projetos em divulgarem dados internos sobre o financiamento de suas ações.

Nosso objetivo inicial era recolher informações sobre pelo menos três projetos de educação não formal sustentados total ou parcialmente por meio do crowdfunding. Porém, devido às limitações de tempo e espaço, além de limitações pessoais, a pesquisa se propôs a estudar a dinâmica de apenas uma organização: a Viração, cuja proposta e organização explicaremos melhor um pouco mais abaixo.

De qualquer forma, nossos esforços se deram com o objetivo de trazer dados interessantes que podem contribuir para um debate mais amplo sobre as formas de sustentação de projetos de educação não formal. Esperamos que as informações da pesquisa mobilizem mais educadores e pesquisadores a embarcarem nessa incrível jornada que é compreender como são construídos e financiados projetos de educação não formal.

## **Materiais e Métodos**

A pesquisa seguiu uma linha metodológica que partiu do levantamento bibliográfico sobre concepções de educação não formal e sobre o crowdfunding como forma de financiamento de projetos de educação não formal.

A partir da leitura de referências nos estudos da educação não formal, como Maria da Glória Gohn, Moacir Gadotti, e John Falk, procuramos um projeto de educação não formal que utiliza o crowdfunding para arrecadar recursos. Encontramos o projeto Viração, nascido em 2003 na cidade de São Paulo.

Também realizamos uma análise documental de relatórios oferecidos pelas plataformas de financiamento coletivo brasileiras e estudamos as práticas anunciadas pelo projeto escolhido para estudo. Por fim, realizamos uma entrevista com o diretor executivo do projeto e comparamos as informações com aquilo que tínhamos como hipóteses sobre as possibilidades do uso do crowdfunding para financiamento de projetos de educação não formal.

## **Relação do Crowdfunding e Educação Não Formal**

Traduzido para o português como “financiamento coletivo”, o crowdfunding é um formato de arrecadação de fundos através de diversas fontes, sendo elas pessoas físicas (principalmente) ou jurídicas.

Baseado na economia colaborativa, o crowdfunding parte da premissa de que, a partir de pequenas contribuições individuais, é possível arrecadar o montante de dinheiro necessário para a execução do projeto pretendido. A proposta desse tipo de financiamento é bem alinhada com as práticas do Terceiro Setor, no qual projetos são construídos a partir da mobilização de diversos agentes.

Diferente dos meios tradicionais de se solicitar capital, em que o empreendedor apresenta sua ideia a um grupo restrito de investidores, o crowdfunding permite que empreendedores sociais façam um pedido de financiamento pela internet para uma grande quantidade de pessoas, em que cada indivíduo contribui apenas com uma pequena quantidade para atingir a meta estabelecida (GREENWALD, 2012; BELLEFLAMME, 2014).

Dentro desse mecanismo de investimento, quem patrocina o projeto consegue fazê-lo por meio de doações, mas geralmente são atribuídas recompensas de acordo com a quantia de dinheiro dedicada ao projeto. As recompensas podem ser várias, desde agradecimentos e menção dos contribuintes nos créditos do projeto até amostras do produto/serviço patrocinado entregues no endereço dos patrocinadores.

Dos projetos mais simples aos mais complexos, o crowdfunding foi responsável pelo financiamento de inúmeras propostas interessantes. O modelo teve seu “boom” em 2014 no Brasil, época em que “pipocaram” diversas plataformas de arrecadação de dinheiro online, como o site Kickante, Juntos.com.vc e Catarse.

Ao analisarmos os relatórios fornecidos por essas plataformas, percebemos que o crowdfunding tornou-se especialmente interessante no financiamento de projetos sem fins lucrativos na área da educação.

Isso porque o terceiro setor sempre lidou com a escassez de fundos devido, entre outros fatores, ao grande número de organizações e à disputa pelos contribuintes. Essas dificuldades em financiar algumas propostas de educação do terceiro setor fizeram com que as organizações ou pessoas físicas responsáveis pelos projetos buscassem novas alternativas de financiamento.



## A experiência do projeto Viração com o Crowdfunding

A Viração foi escolhida para investigação por se tratar de um projeto de educação não formal que atua em áreas distintas: educação, comunicação e mobilização social. Além disso, o projeto possui formas de financiamento mistas, o que trouxe possibilidades interessantes de análise.

Como já existe desde 2013, pensamos que a organização passou por diferentes momentos políticos e pôde oferecer dados valiosos sobre as políticas públicas de incentivo às instituições não formais na cidade de São Paulo ao longo de mandatos diferentes.

Com relação ao uso do financiamento coletivo, a Viração desenvolveu uma campanha no site Kickante que pretendeu arrecadar 15 mil reais para impulsionar a produção e distribuição de uma edição especial da revista Viração. Na edição especial, a equipe da Viração pretendia sensibilizar o público e promover o debate sobre mudanças climáticas.

A campanha foi lançada em 2015, ano da COP21 - Conferência do Clima de Paris. No momento, o debate sobre o clima estava em alta e a organização percebeu a importância de atualizar os adolescentes e jovens de todo o país sobre o assunto.

A campanha pretendia arrecadar 15 mil reais, a serem distribuídos da seguinte forma:

- Tiragem: 5.000 exemplares
- Produção: R\$ 0,00 (trabalho voluntário)
- Diagramação: R\$ 3.000,00
- Papel e impressão de 5.000 exemplares da Revista Viração: R\$ 8.250,00
- Distribuição: R\$ 3.750,00

O esquema da campanha seguiu a proposta mais tradicional das campanhas de crowdfunding no Brasil: esquema baseado em recompensas (rewards-based crowdfunding). Os valores sugeridos para doação, as respectivas recompensas e o número de doadores foram:

- R\$ 20,00 - Nome nos créditos finais da versão impressa da Revista Viração Especial + Exemplar da edição especial da revista recebido em casa + agradecimento especial na fanpage do Facebook da Viração. (15 doadores);
- R\$ 40,00 - Nome nos créditos finais da versão impressa da Revista Viração Especial + 5 exemplares de edições anteriores da revista recebidos em casa + 2 Exemplares da Edição especial da revista recebidos em casa + agradecimento especial na fanpage do Facebook da Viração. (4 doadores);
- R\$ 60,00 - Nome nos créditos finais da versão impressa da Revista Viração especial + 10 exemplares de edições anteriores da revista recebidos em casa + 3 exemplares da Revista Viração Especial recebidos em casa + agradecimento especial na fanpage do Facebook da Viração. (24 doadores);
- R\$ 3.000,00 - Logo da empresa como apoiadora na capa da edição especial da Revista Viração + 50 exemplares da edição especial para serem distribuídas para os filhos adolescentes dos funcionários da empresa + agradecimento especial na fanpage do Facebook da Viração. (0 doadores).

No total foram 65 doações totalizando R\$ 7.850,00, o que representa 52% da meta. A campanha foi flexível, o que significa que a Viração recebeu todo o dinheiro doado mesmo não tendo atingido 100% da meta.



Diante do resultado da campanha, nossa pesquisa buscou compreender os pontos positivos e negativos do crowdfunding como possibilidade de financiamento de projetos de educação não formal. Nossa amostragem foi muito pequena, já que analisamos apenas uma organização que utilizou essa estratégia de arrecadação de recursos, porém, as respostas coletadas por meio de entrevista com o diretor executivo da Viração trouxeram novidades interessantes para o debate.

De acordo com Paulo Lima, diretor executivo da Viração e um dos responsáveis pela campanha no Kickante, a experiência com o crowdfunding não foi tão positiva devido a três fatores determinantes. O primeiro deles foi a novidade que representava o crowdfunding na época da elaboração da campanha; o segundo se deve à “imaturidade” da própria plataforma; e o terceiro remete à falta de expertise da equipe da Viração na área do financiamento coletivo.

Apesar disso, o diretor executivo acredita que “o crowdfunding seja uma boa oportunidade, desde que os promotores da iniciativa estejam bem amparados, preparados, com tempo e recursos técnicos disponíveis, além de uma grande rede de contatos para investir nas campanhas.” (LIMA, 2019).

A direção da Viração avalia o crowdfunding como uma forma de promover a participação da sociedade civil e dar mais liberdade para o uso de recursos financeiros à organização promotora. No caso da organização, porém, não representa uma alternativa viável de sustentabilidade financeira quando comparado a outras formas de financiamento com as quais a Viração está habituada a acessar.

“Para que o crowdfunding desse certo, seria preciso investir em uma equipe *full time* para cuidar da campanha. Nem sei se o voluntariado resolveria esta lacuna. Acredito que não, pois um crowdfunding bem feito exige também profissionalismo, desde a mobilização da ideia à produção de vídeos e peças de comunicação em redes sociais.” (LIMA, 2019).

## Conclusão e Perspectivas futuras do trabalho

A presente pesquisa conseguiu encontrar algumas das respostas para os desafios do financiamento de projetos de educação não formal.

Estudar o crowdfunding como uma alternativa de financiamento foi extremamente enriquecedor na medida em que compreendemos que esse formato de arrecadação de recursos é bastante democrático e horizontal.

Conhecer melhor a Viração, projeto escolhido para o estudo, também nos permitiu entender melhor a configuração e a dinâmica de funcionamento de uma proposta de educação não formal que integra diversos pilares importantes para a formação humana das juventudes brasileiras: a educação, a comunicação e a mobilização social.

Com relação à campanha de crowdfunding, os relatos e percepções da Viração sobre os desafios do financiamento coletivo condizem com os estudos teóricos desenvolvidos: fazer uma campanha interessante, objetiva e atrativa para os doadores exige uma equipe multidisciplinar preparada e dedicada integralmente a conquistar os objetivos de arrecadação.

Também é essencial que os propositores contem com uma rede de contatos espessa para a divulgação da campanha. Caso contrário, dificilmente o crowdfunding conseguirá bater as metas esperadas.

Lembramos que para que uma proposta tenha sucesso no financiamento coletivo, não basta que seus criadores tenham uma grande ideia. É preciso que haja, além da identificação com a causa e a confiança nos realizadores do projeto, uma bela e atraente campanha. Descrevemos ao longo da pesquisa as etapas que devem ser cumpridas para desenvolver uma campanha interessante com chances de conquistar muitos doadores.



## Referências

BELLE, Thomas J. Formal, nonformal and informal education: a holistic perspective on lifelong education. *International Review of Education*, v. 28, p. 159-175, 1982.

BELLEFLAMME, P., LAMBERT, T. Crowdfunding: Some Empirical Findings and Microeconomic Underpinnings. Disponível em: <[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2437786](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2437786)> Acesso em março de 2019.

CATARSE & CHORUS. Retratos do Financiamento Coletivo no Brasil 2013/2014. Disponível em: <<http://pesquisa.catarse.me/>> . Acesso em: 20/08/2019.

COELHO, Caio Sasaki Godeguez; MARINO, Francisco Paulo De Crescenzo. Crowdfunding: natureza e regime jurídico. 2016. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

FALK, John H. The contribution of free-choice learning to public understanding of science. *Interciencia*, Caracas, v. 27, n. 2, p. 1-8, 2002.

GADOTTI, Moacir. A questão da educação formal/não-formal. In: *Droit à l'éducation: solution à tous les problèmes ou problème sans solution?* 2005, Institut international des droits de l'enfant, Sion. Anais... Sion: [s. n.], 2005. p. 1-11.

Global Crowdfunding Market Size, Status And Forecast 2019-2025. 2019. Disponível em: <<https://www.reportconsultant.com/reports/Global-Crowdfunding-Market-Size-Status-And-Forecast-2025-5355>>. Acesso em 08/09/2019.

GOHN, Maria Glória. Educação não formal, aprendizagens e saberes em processos participativos. In: *Investigar em Educação*, Lisboa, II série, n. 1, p. 35-50, 2014.

GOHN, Maria Glória. Educação não-formal, educador(a) social e projetos sociais de inclusão social. *Meta*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 28-43, 2009.

GOHN, Maria Glória. Não-fronteiras: universos da educação não-formal. São Paulo: Itaú Cultural, 2007.

GREENWALD, Ted. Crowdfunding: Kickstarter is funding the commercialization of new technologies. *MIT Technology Review*, Cambridge, 2012.

HELMER, J. 8 ways to make your crowdfunding campaign pop. *Entrepreneur Magazine*, 27 de maio de 2014. Disponível em: <<https://www.entrepreneur.com/article/233876>>. Acesso em: 23 de março de 2019.

LAMBERT, T. SCHWIENBACHER, A. An empirical analysis of crowdfunding, 2010

LOPES, Marina. Financiamento coletivo ajuda viabilizar projetos de educação. 2016. Disponível: <http://porvir.org/financiamento-coletivo-ajuda-viabilizar-projetos-de-educacao/> Acesso em: 16 de fevereiro de 2019.

MOLLICK, E. The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing* 29, 1–16, 2013.

MONTEIRO, Mônica de Carvalho Penido. Crowdfunding no Brasil : uma análise sobre as motivações de quem participa. Rio de Janeiro, 2014.

ORDANINI, A. MICELI, L. PIZZETTI, M. Crowdfunding: transforming customers into investors through innovative service platforms, 2011.

QUEM SOMOS. Disponível em: <[www.viracao.org/quemsomos](http://www.viracao.org/quemsomos)> Acesso em: 10 dez. 2018.

SCHWIENBACHER, A., LARRALDE, B. Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures. In: *Entrepreneurial Finance*: Oxford University Press, 2010.

UNIÃO EUROPEIA. Comissão das Comunidades Europeias. Memorando sobre aprendizagem ao longo da vida. Bruxelas: [s. n.], 2000.

