

## **Crowdfunding: uma alternativa para o incentivo a projetos culturais a partir da cultura da participação<sup>1</sup>**

Raiana Garay CÂNDIDO<sup>2</sup>

Sheila Laís Miranda PEREIRA<sup>3</sup>

Centro Universitário Ritter dos Reis, Porto Alegre, RS

### **RESUMO**

O presente trabalho pretende demonstrar como o financiamento coletivo, por meio de um modelo denominado *Crowdfunding* pode incentivar projetos culturais a se tornarem autônomos. A intenção é apresentar as possibilidades de uma plataforma independente que permite o compartilhamento de projetos culturais ligados a cultura, música, entretenimento entre outros. Desse modo, descrevemos uma forma de abordagem participativa através das relações entre o apresentador do projeto e o público que o apoiará, promovendo assim, o incentivo para a construção de projetos através do financiamento coletivo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Financiamento Coletivo; Cultura de Participação, Comunicação; Projetos Culturais.

### **INTRODUÇÃO**

O presente artigo constitui em um estudo direcionado à forma de obter auxílio na construção de projetos culturais que sejam de interesse coletivo. A busca por alternativas para arrecadação de financiamento torna a internet como uma ferramenta fundamental para o apoio da realização de iniciativas. Essas podem ser exemplificadas através de campanhas políticas, artistas, jornalismo cidadão, pequenos negócios, entre outros. Dessa forma, a procura pelo financiamento coletivo na web fomenta a divulgação e arrecadação para projetos que sejam de interesse público, podendo ser encontrado também em

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 7 a 9 de junho de 2018.

<sup>2</sup> Bacharel em Jornalismo na instituição no Centro Universitário Ritter dos Reis – UNIRITTER,  
e-mail: [rayana.garay@gmail.com](mailto:rayana.garay@gmail.com)

<sup>3</sup> Bacharel em Relações Públicas pela Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA,  
e-mail: [sheila\\_lay@hotmail.com](mailto:sheila_lay@hotmail.com) .

categorias diversas. No entanto, a forma de arrecadação financeira acaba por ser um processo moroso, que permeia por um longo tempo, mas é claro, não utilizando a Internet, pois de acordo com Vinicius Maximiliano, primeiro autor da obra literária no Brasil sobre o tema, aborda que no século XVIII os mercadores irlandeses começaram com o microfinanciamento para seus produtos.

Essa foi a forma de viabilizar as pequenas produções e assim serem vendidas no mercado. Segundo Maximiliano (2014) “esse formato não se confundia com a atividade bancária, justamente por ter como foco a viabilização da atividade do mercador, e não o lucro ou o juro em si. Claro que existia a remuneração ou compensação monetária pelo ato, mas de uma maneira muito reduzida” (2014, p. 11). A construção de microfinanciamento tem como base a rede de contatos dos mercadores de quem eles indicam, pois assim ficou claro, segundo o autor, a expressão “rede social individual para validar as operações (credibilidade do networking)” (2014, p. 11).

Nesse sentido a partir do século XIX, instituições como microcrédito disseminou as atividades de lucro fazendo com que a rentabilidade chegasse a 100% e assim ser reinvestida para auxiliar de outros financiamentos para os indivíduos – e dessa maneira, o ciclo se formava. Sendo assim, para o autor, o começo desse marco sobre modelo de *Crowdfunding* ocorre pela utilização da rede social, pois “uma banda de rock inglesa, para montar sua turnê nos EUA, pedindo a seus fãs norte-americanos doações equivalentes a 60.000 dólares para que os shows fossem viáveis” (2014, p. 11). No começo do XXI o termo de *crowdfunding*, segundo Maximiliano (2014), trouxe a tradução de *fomento da multidão* e surgindo a: “capacidade X possibilidades X interesse que torna o financiamento coletivo uma das maiores máquinas de agregação financeira e de resultados práticos, já criada na história moderna, sem intervenção estatal” (2014, p. 11). De acordo com o autor, as possibilidades das redes sociais serviram para alavancar a comunicação massiva sob os interesses comuns. Nesse sentido os empreendedores passaram a analisar formas comerciais de contatos, a partir do surgimento dos sites de financiamento coletivo dos diversos segmentos para o que é conhecido atualmente: *crowdfunding*.

Esse, segundo Maximiliano (2014), começou a partir do advento de sites de compras coletivas, no qual, principalmente no Brasil, chegou na “casa dos milhares em menos de 6 meses” (2014, p. 12). Através de divulgação e notícias na mídia, os

empreendedores observaram esse movimento financeiro o que ocasionou grupos sociais que tinham o mesmo interesse em ter outros meios de pagamento eletrônico. E assim, mapear um modelo de negócio, de acordo com autor, avançado e direcionado ao financiamento coletivo. Por isso, apresenta-se

os sentidos de capitalização do dinheiro coletivo em função dos interesses e da facilidade de agregação. Não podemos deixar de assinalar que, sem a indústria moderna dos meios de pagamento digitais, pouco do que vemos hoje seria possível com o nível de segurança existente nas transferências de valores digitais. Indubitavelmente, por mais avançado que pareça o estágio em que nos encontramos, acredito estarmos somente no início do pleno emprego de tudo aquilo que o financiamento coletivo ainda pode oferecer (Maximiliano, 2014, p. 12).

No modelo *Crowdfunding* é segmentado pela utilização de metas para que a arrecadação do valor atingido seja alcançada. Dessa forma, para que o projeto seja construído é necessário chegar ao valor estipulado, caso contrário, o valor juntado acaba voltando para os doadores.

Ao compreender esta descrição podemos analisar a importância da internet como principal propulsor para que o financiamento coletivo, pois gera uma forma internacional de compartilhamento de ideias. Deste modo percebemos que nesse estudo o financiamento coletivo é uma realização antiga, mas que aos poucos vai se tornando conhecido pela sua disseminação de propostas de projetos culturais diversificados bem como a sua agilidade na organização através da plataforma e da internet que permite o acesso a principal plataforma, *Crowdfunding*, para arrecadação do dinheiro doado que descreveremos um pouco mais em seguida.

## **CROWDFUNDING**

Segundo Maximiliano (2014) esse modelo é utilizado na rede social digital para pedir doações em troca de prêmios. A partir de divulgação digital, o projeto oferece uma troca na qual as pessoas contribuem pela causa e recebem algo que tenham interesse. Pois, “um grande valor rateado por milhares torna-se muito pouco para quem contribui, porém muito para quem, somando todos, recebe. Esse é o princípio básico do crowdfunding” (2014, p. 15).

---

Já Diego Reeber, um dos fundadores do Catarse.me<sup>4</sup> e um dos editores do blog CrowdfundingBR<sup>5</sup>, em uma entrevista para o site do Sebrae<sup>6</sup> explica que crowdfunding é um financiamento que recebe colaboração de um grupo de indivíduos que investem recursos financeiros. É utilizado por projetos e empresas que são financiadas de forma coletiva, por meio de uma plataforma digital. Nesse sentido, Reeber ressalta que é “criar uma obra de arte, iniciar uma empresa”, pois esse retorno não é destinado para o grupo, mas sim para sociedade.

Para Clerilei e Ricardo (2014) esse recurso surgiu como uma oportunidade diante o uso frequente da tecnologia, que serve para complementar o desenvolvimento de projetos culturais. Pois, de acordo com Rubinton (2011), aqueles que se identificam com a campanha participam de maneira voluntária e acabam contribuindo, dessa forma o financiamento coletivo com pequenas ajudas acontece a fim de desenvolver novos projetos.

## **AS PLATAFORMAS DE FINANCIAMENTO COLETIVO**

Há diversos sites que apresentam esse modelo de negócio no Brasil tais como: Vaquinha Social, Evoé, Kickante, Catarse.

Como a expressão sugestiva apresenta, Vaquinha Social é um movimento do financiamento coletivo no mercado nacional. Nele as pessoas podem escolher, financiar e contribuir para algum determinado projeto e há quem ganhe dinheiro com isso. Já Evoé funciona também como um financiamento que divulga projetos de economia criativa. O objetivo maior deste site é ajudar os criadores de projetos que estão passando por alguma dificuldade em manter a ação. Dessa forma, eles realizam depósito para a campanha de apoio e enviam conteúdos relevantes a fim de incentivar. Além disso, existe ainda todo um trabalho contínuo que envolve também um processo de pós-campanha.

Os apaixonados por causas sociais, cultura e empreendedorismo, com se denominam, a Kickante apoia projetos pequenos e grandes que possam ser de influência para a comunidade. Como a maioria das plataformas de financiamento, eles sabem da

---

<sup>4</sup> A primeira plataforma brasileira para financiar projetos criativos de forma colaborativa.

<sup>5</sup> Criado para promover e educar as pessoas sobre essa modalidade de financiamento.

<sup>6</sup> A entrevista pode ser conferida em <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-que-e-crowdfunding.8a733374edc2f410VgnVCM1000004c00210aRCRD>, acessada 02 de abr de 2018.

dificuldade de conseguir empréstimo ou leis de incentivo para construir um projeto de caráter inovador e por isso criam campanhas com metas; pagamento de contribuição diversificado – que possibilita a parcela; não há taxas de lançamento de campanha.

Por fim, o site Catarse que é um espaço destinado para aproximar aqueles que queiram auxiliar determinado projeto com a colaboração e confiança, os famosos projetos realizados por aqueles que se identificam com a causa. O realizador, a pessoa que criará seu cadastro no site, define o tipo de modelo de financiamento, o prazo, meta e o orçamento. O processo permite ainda incluir vídeo e imagens para apresentar o projeto com a qualidade e as melhores recompensas. Para Diego Reeberg há três fatores que influenciam para que o projeto possa dar certo – pelo menos no Catarse, são elas: a paixão do realizador do projeto; planejamento/execução da campanha e rede de contatos.

De acordo com Maximiliano (2014) após o conteúdo e tipo de modelo de financiamento ser escolhido, o projeto passa pela criação, divulgação e arrecadação. Dessa maneira, após ser analisados, o material estará disponível no site e é veiculado em todos os canais de mídias. E já no final, se ela for bem realizada, segundo o autor, o site fará a transferência do valor arrecadado e irá descontar o percentual relativo aos serviços prestados. Caso a campanha não tenha alcançado o valor, ela é encerrada e o valor recebido é devolvido aos doadores ou terão como “forma de crédito para outros projetos dentro do próprio site ou reembolsando diretamente em dinheiro” (2014, p. 16).

[...]é por isso que a convergência parece mais plausível como uma forma de entender os últimos dez anos de transformações dos meios de comunicação do que o velho paradigma da revolução. Os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias (JENKINS, 2009, p. 42).

Através desta percepção, podemos analisar o grande incentivo que o financiamento coletivo exerce para as novas mídias e para as pessoas que a acessam. Pois, através desta nova ferramenta é possível incentivar projetos culturais de qualidade que o próprio público consumidor participará como principal apoiador.

Com isso, abordaremos alguns casos que remetem a bandas que iniciaram seu projeto para a arrecadação do valor e foram incentivadas através do financiamento coletivo e que hoje possuem suas carreiras em crescimento por livre incentivo de seu público.

---

## O CROWDFUNDING COMO FORMA DE INCENTIVO

Conforme foi apresentado neste estudo, o crowdfunding possibilita a realização de projetos e produtos que necessitam de auxílio financeiro para ser construído e assim tomar conhecimento nas grandes massas.

É salientado uma outra possibilidade de construção de projetos culturais, como é o caso da Lei Rouanet, por exemplo. Conhecida (Lei de Incentivo à Cultura, criada em 1991) por sua política de incentivos fiscais para ações ou projetos culturais, no qual pessoas físicas e empresas destinam parte do seu imposto de renda devido para incentivos fiscais. Destaque também para exemplos como o site chamado *Queremos*, o qual uma produtora financia shows de bandas e músicos através de crowdfunding. A partir disso, são arrecadados valores para que as apresentações possam acontecer e assim os ingressos são vendidos normalmente.

Mas para Diego Reeberg o atual movimento de crowdfunding tomou proporção e destaque, pois tanto o artista quanto o empreendedor desejam formas menos burocráticas e independentes para realizarem o financiamento. Com a internet o processo tornou-se mais competitivo e autônomo, pois através da plataforma a interação pôde consolidar a troca de ideias e projetos para que o compartilhamento dos projetos não pudesse restringir o financiamento.

Como é o caso da banda gaúcha de rock alternativo, Apanhador Só que lançou em no dia 2 de junho de 2015 o financiamento coletivo, a partir do site Catarse. O objetivo do projeto era financiar a turnê nacional de show no formato de *sala de estar* e também a gravação do próximo álbum da banda, denominado *Meio Que Tudo É Um* (lançado em agosto de 2017). Com o título “Apanhador Só - Turnê nacional "na sala de estar" + Gravação do próximo álbum” o financiamento contou com auxílio de 1.124 mil pessoas para a meta de R\$ 77.620. A iniciativa ganhou grandes proporções que chegou a 133%, sendo arrecadado R\$ 103.898.

A ideia da banda era comprar, no primeiro momento, um veículo de reboque, além de equipamentos que seriam necessários para o início da turnê. Após isso, o veículo ia ser vendido para poder gravar o disco novo. Para os integrantes do grupo, o projeto viabilizaria a turnê e o novo álbum de uma só vez. A turnê fez parte do encerramento do último disco (*Antes Que Tu Conte Outra*) e ocorreu de maneira itinerante passando por

diversas cidades do Brasil. De forma intimista, os shows foram organizados em espaços culturais com o formato de “sala de estar”, que propôs uma aproximação entre o público e os artistas. Dessa maneira, o público adquiria os ingressos, confraternizavam com os músicos nesses espaços culturais e ajudavam a implementar a construção do próximo disco.

Para eles, a parte do vídeo de divulgação sobre financiamento, é a melhor forma de *“viabilizar esse projeto, por fazer da aproximação entre público e artista a força motriz para que ideias sejam colocadas em prática. E é justamente essa aproximação que faz o ‘na sala de estar’ ser um formato tão especial pra nós. Sem grade, sem degrau, sem fosso entre banda e público. Sem intermediários, sem curadores, sem grandes patrocinadores. Banda, público e vontades. Financiamento e projeto funcionando sob a mesma lógica”*. Os valores eram entre R\$ 15,00 com o vídeo-diário-de-bordo, R\$ 300 – Serenata na janela, até R\$ 1000 - Acústico-sucateiro em CA's ou Grêmios Estudantis.

Outras bandas brasileiras e consagradas como Raimundos e Dead Fish também aderiram ao movimento de financiamento coletivo. Com mais de 20 anos de estrada, Raimundos participou do financiamento com a meta de arrecadar cerca de R\$ 55 mil. O grupo contou com a ajuda de 1,6 mil pessoas que para surpresa atingiu R\$ 123 mil de arrecadação e assim lançou o próximo álbum. O público recebeu em troca autógrafos, ingresso, CD's e até nome nos agradecimentos. Em 2014 outra banda brasileira de rock, Dead Fish usou o financiamento coletivo para produção do seu novo CD. Na época foi o recorde do site de financiamento Catarse que atingiu R\$ 253,9 mil, que superando até então a maior captação via plataformas de crowdfunding do país. A banda ofereceu nove pacotes de ações que variam entre R\$ 25 até R\$ 1.000 e esperavam alcançar cerca de R\$ 60 mil e dessa forma produzir o sétimo álbum de forma independente.

## **O FINANCIAMENTO COLETIVO E A CULTURA DA PARTICIPAÇÃO**

Esse movimento coletivo e colaborativo de financiamento apresenta o engajamento das pessoas em projetos e ações que são identificadas com o que elas acreditam. É uma troca de identidade entre o financiador, público e o projeto. Além da disseminação da ideia, mais pessoas terão acesso ao conteúdo e receberão pelo apoio da arrecadação.



---

Podemos exemplificar isso a partir das causas sociais e de mobilizações humanitárias que podem atingir diversas pessoas, atraindo o gosto do público participante.

De acordo com Vanessa Valiati (2013), eventos, filmes, shows, peças teatrais, entre outras possibilidades de ideias criativas e com baixo orçamento acabam sendo produzidos por incentivo do público, que a partir disso – uso da internet, deixam de ser consumidor para se organizar em grupos em prol de alguma ação. Nesse sentido a doação de dinheiro torna o público consumidor como parte do processo de produção cultural, sem ao menos ter a necessidade burocrática da indústria cultural.

Dessa forma, a participação do público torna-se importante nas novas mídias, pois o seu engajamento passa a ser fundamental no uso da ferramenta de tecnologia. Nesse sentido, quando se trata da expressão cultura participativa, Jenkins (2009) aborda questões mais antigas sobre as pessoas, as quais são seres passivos enquanto espectadores dos meios de comunicação. Desse modo, produtores e consumidores de mídia cumprem funções separadas e, atualmente, eles poderão ser considerados como participantes interagindo “de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo” (2009, p.31).

Segundo Bordenave (1983) a palavra participação também se refere à aspiração “de setores cada dia mais numerosos da população a assumirem o controle do próprio destino”. Para o autor,

[...] as rádios convidam os ouvintes a participarem, de sua programação telefonando, escrevendo, solicitando discos; os partidos políticos conclamam a população a participar; o vertiginoso crescimento do associativismo nesta década parece indicar que estamos entrando na era da participação. No entanto, esse interesse pela participação não parece estar acompanhado de um conhecimento generalizado do que ela é, de seus graus e níveis, de suas condições, suas dinâmicas e suas ferramentas operativas. (BORDENAVE, 1983, p.8).

O site de vídeo YouTube possibilitou a produção e distribuição de mídia alternativa. Foi um grande passo das “rupturas nas operações das mídias de massa comerciais” (JENKINS, 2009, p. 348) e assim passou a surgir uma nova forma de cultura de participação. Os vídeos no YouTube começam a se tornar uma “mídia espalhável” (JENKINS, 2009, p. 349) levando sentido ao termo meme ou vídeo viral a algo que se produz, mas ao pensar enquanto site, ele se torna, de acordo com Jenkins, em algo que pode se espalhar concentrando “atenção tanto nas qualidades de texto quanto nas atividades participantes” (2009, p. 349).



---

Segundo Jenkins (2009), ocorrem três níveis diferentes de participação, neste sentido: produção, seleção e distribuição. Embora essas relações não sejam novas no contexto de mídia digital, o YouTube foi o pioneiro em unir as três funções em um único lugar. Conforme o autor,

[...] o advento de novas ferramentas de produção e canais de distribuição derrubou barreiras de entrada no mercado de ideias. Essas mudanças colocam recursos para ativismo e a crítica social nas mãos de cidadãos comuns, recursos que já foram de domínio exclusivo dos candidatos, dos partidos e dos meios de comunicação de massa (JENKINS, 2009, p.368).

Nesse sentido, o YouTube proporcionou uma alternativa para que essas bandas pudessem disseminar seus conteúdos e atingir mais público. Diferente do que se via antigamente, já que a produção e venda de disco era feito somente por distribuidoras e gravadoras, agora, há alternativas para fomentar esse mercado e incluir bandas e produções independentes a terem uma oportunidade de participação no mercado musical.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Contudo, observamos que o presente estudo enfatiza uma livre concorrência de mercado, pois passa a construir projetos culturais a partir de alternativas consideradas inovadoras. Assim, através de plataformas da web é de fundamental importância a disseminação de sites que fomentam incentivos para projetos que sejam de relevância para o público, pois a partir da cultura de participação pode ser desenvolvido.

Dessa forma a ideia de financiamento coletivo não é destaque na carência de projeto, mas sim em seu potencial e relevância para a sociedade pois retrata a realidade de projetos culturais que dependiam de leis, verbas federais ou estaduais, mas que hoje conseguem compartilhar de projetos e proporcionar troca e experiências entre recompensa para aqueles que colaboram com a iniciativa. Foi apresentado também que a recompensa mostra uma contrapartida, não propriamente obrigatória, mas de incentivo para ocorra o envolvimento de todos. O que pode ser reforçado a maneira de construção de relações.

Portanto, o financiamento coletivo como crowdfunding propicia a realização de projetos que incentivam a participação pública para a concretização de projetos culturais.

Assim, o financiamento coletivo colabora para a iniciação de projetos selecionados pelo coletivo onde empresas, bandas, grupos, entre outros mesmos sendo pequenos ou grandes, compartilham a mensagem da causa.

Dessa forma, relatamos os resultados de bandas como Apanhador Só e Raimundos que puderam realizar a produção de seus discos com ajuda do público, que por muito tempo foi considerado passivo, mas hoje, com o atual avanço da internet, está participando ativamente. A interação e a participação do público por meio de escolhas, votações e divulgações que consolidam a ideia fundamental para o crescimento colaborativo para que mais processos de produções independentes colaborem para o crescimento de produções culturais no Brasil.

## REFERÊNCIAS

BIER, Clerilei. Cavalheiro, Ricardo. **Lei Rouanet Crowdfunding:** Fomentando os empreendimentos culturais. Disponível em: <<http://www.uff.br/pae/index.php/pca/article/viewFile/457/pdf>> Acesso em: 09 de abr. 2018

BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é participação.** São Paulo, SP: Brasiliense, 1994. Acesso em: 11 de abr. 2018

Blog.cartase.me. **Projetos que usam Financiamento.** Disponível em: <<http://blog.cartase.me/10-projetos-que-usaram-o-financiamento-coletivo-como-ferramenta-de-registro-e-resgate-historico/>> Acesso: 10 de abr. 2018

Catarse.me **Apanhador.** Disponível em: <<https://www.catarse.me/apanhador>> Acesso: 04 de abr. 2018

Crowdfundig.catarse.me. **Financiamento Coletivo.** Disponível em: <<https://crowdfunding.catarse.me/financiamento-coletivo-musica>> Acesso: 05 de abr. 2018

Crowdfundingnobrasil. Disponível em: <<https://www.crowdfundingnobrasil.com.br/>> Acesso: 05 de abr. 2018

EBC.com.br. **Lei Rouanet.** Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/cultura/2016/04/lei-rouanet-entenda-como-funciona-lei-de-incentivo-cultura>> Acesso em: 09 de abr. 2018

GlrRock. **Bandas Brasileira.** Disponível em: <<http://glrdorock.blogspot.com.br/2015/04/5-bandas-brasileiras-que-usaram-o.html>> Acesso: 29 de abr. 2018

Infomoney.com.br. **Vaquinha Virtual.** Disponível em: <<http://www.infomoney.com.br/negocios/noticia/3478521/banda-rock-bate-recorde-levantar-250-mil-com-vaquinha-virtual>> Acesso: 09 de abr. 2018

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo, SP: Aleph, 2009.

Kickante. Disponível em: <<https://www.kickante.com.br/>> Acesso: 11 de abr. 2018

MAXIMILIANO, Vinicius. **Dinheiro da Multidão.** Disponível em: <[http://viniciuscarneiro.adv.br/ebooks/dinheiromultidao/dinheirodamultidao\\_viniciusmaximiliano.pdf?dl=1](http://viniciuscarneiro.adv.br/ebooks/dinheiromultidao/dinheirodamultidao_viniciusmaximiliano.pdf?dl=1)> Acesso em: 08 de abr. 2018

Musica.uol.com.br. **Artistas deixam de lado vergonha.** Disponível em: <<https://musica.uol.com.br/noticias/redacao/2014/04/23/artistas-deixam-de-lado-vergonha-de-vaquinha-e-financiam-novos-discos.htm>> Acesso: 09 de abr. 2018

Projetodraft.com. **Evoé.** Disponível em: <<http://projetodraft.com/a-evoe-e-uma-plataforma-de-financiamento-coletivo-para-projetos-culturais/>> Acesso: 12 de abr. 2018

Sebrae.com.br. **Entenda o que é crowdfunding.** Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-que-e-crowdfunding,8a733374edc2f410VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em: 02 de abr. 2018

Suporte.catarse.me. **Como funciona.** Disponível em: <<https://suporte.catarse.me/hc/pt-br/articles/201982466-O-que-%C3%A9-e-como-funciona-o-Catarse->> Acesso: 01 de abr. 2018

VALIATI, Vanessa. **Crowdfunding e Indústria Cultural:** as novas relações de produção e consumo baseadas na cultura da participação e no financiamento coletivo. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/ver.2013.27.64.07>> Acesso: 08 de abr. 2018