



## O *Crowdfunding* em bibliotecas: tornando as bibliotecas públicas sustentáveis com a ajuda da comunidade online.<sup>1</sup>

David Vernon Vieira  
Murilo Bastos da Cunha

**Resumo:** O artigo analisa algumas ferramentas de *crowdfunding* e o seu potencial de uso em bibliotecas públicas. A metodologia consistiu de uma revisão bibliográfica em livros, periódicos e *sites* de tecnologia no período de 2009 a 2015. Os resultados indicam que já existem casos de bibliotecas públicas se favorecendo deste tipo de instrumento para ajudar na captação de recursos tanto em bibliotecas estrangeiras como em brasileiras. Conclui-se que a perspectiva de colaboração dos usuários para melhorar os serviços das bibliotecas pode ser vista como um diferencial em tempos de recursos financeiros cada vez mais escassos e a luta por fontes de financiamentos diversos que ajudem a biblioteca a se manter ativa.

**Palavras-chave:** Bibliotecas Públicas. Colaboração. Financiamento. Impacto Socioeconômico; Projetos Culturais.

### 1 INTRODUÇÃO

Desde que a primeira plataforma de *crowdfunding* *Kickstarter*<sup>2</sup> foi lançada em 2009 nos EUA, esta modalidade de captação de recursos pela internet tem auxiliado diversos tipos de projetos criativos, tais como filmes, músicas, *shows*, histórias em quadrinhos, livros e projetos—para a construção de espaços comunitários pudessem alcançar os seus objetivos. No Brasil, a iniciativa pioneira foi a *SensoIncomum* criada em 2010, mas uma das mais conhecidas é a *Catarse*<sup>3</sup> que surgiu no ano seguinte e possui exemplos de projetos que conseguiram atingir o financiamento coletivo esperado para a construção de biblioteca comunitária por meio da ação de uma ONG, porém, já existem

---

<sup>1</sup> O resumo expandido desta pesquisa foi apresentado no XXVI CBBB – Congresso Brasileiro de Biblioteconomia, Documentação e Ciência da Informação realizado em São Paulo -SP, no período de 22 a 24 de julho de 2015, sob o título: “O *crowdfunding* em bibliotecas: tornando as bibliotecas públicas sustentáveis com a ajuda da comunidade online. ”

<sup>2</sup> <https://www.kickstarter.com>

<sup>3</sup> <https://www.catarse.me/>



diversos exemplos<sup>4</sup> de plataformas nacionais que permitem que idéias sejam concretizadas.

De acordo com Antonenko, Lee e Kleinheksel (2014), embora a ideia básica de congregar as doações de muitos indivíduos (ou *crowdsourcing*) para financiar um projeto não seja algo novo, como já foi visto com a prática adotada em organizações humanitárias (ORDANINI *et al.*, 2011), a iniciativa foi revolucionada com o advento das Tecnologias de Informação e da Comunicação (TIC) que se consolidaram no século XXI. As mídias sociais, como por exemplo, *blogs* e aplicações de redes sociais, permitiram às pessoas enviar suas idéias de projeto na Web, espalhar a palavra através da sua rede, e recolher doações imediatamente através de serviços de pagamento via web como o PayPal.

Santos *et al.* (2012) ressaltam que esse modelo usa as massas para obter ideias, *feedbacks* e soluções a fim de desenvolver atividades de forma mais satisfatória. Porém, muitas vezes, os desejos das massas não podem ser atendidos por falta de recursos e, com isso surgiu a possibilidade de buscar apoio financeiro através de pessoas comuns. Neste sentido, Santos *et al.* (2012) destacam que existem ainda trabalhos referentes ao princípio da “*wisdom-of-the-crowd*” que se baseia na ação de usar as comunidades disponíveis na Internet para ajudar na resolução de problemas e nas tomadas de decisão, tanto no domínio privado quanto público. (O’NEIL, 2010).

Gerber e Hui (2013) procuraram observar o que motiva e desencoraja as pessoas a participarem de um projeto de captação de recursos que utiliza essas plataformas para contribuir com algo. Projetos *online crowdfunded* podem variar em extensão e atravessam por vários campos, incluindo, entre outros, a arte, história em quadrinhos, dança, *design*, moda, cinema, alimentação, jogos, música, fotografia, edição, tecnologia, teatro, ciência e serviço.

Mais recentemente, alguns projetos culturais inovadores, provenientes de bibliotecas, procuraram o apoio da comunidade de usuários da Internet para buscar potenciais investidores para levantar fundos que ajudem a promover festivais de poesia

---

<sup>4</sup> <http://mapadocrowdfunding.tumblr.com/>



ou de leitura, digitalizar documentos históricos que ainda não haviam sido disponibilizados, comprar equipamentos tecnológicos para atrair jovens para o seu espaço ou registrar a memória local dos seus habitantes.

Neste sentido, dois conceitos surgiram de projetos utilizando os usuários de internet. São eles o *crowdsourcing*, que é um modelo de criação e/ou produção que conta com a mão-de-obra e conhecimentos coletivos, para desenvolver soluções e criar produtos, e o seu conceito derivado o *crowdfunding*, que é uma ação de cooperação coletiva realizada por pessoas que contribuem financeiramente, usualmente via internet, para apoiar iniciativas de outras pessoas ou organizações.

Hu, Li, Shi (2015) notaram que um projeto será financiado com êxito somente se o valor total das compras exceda um objetivo especificado na proposta dentro de um determinado tempo. Os autores ainda ressaltam que uma razão pela qual os criadores procuram uma plataforma de *crowdfunding* é que os investidores ou capitalistas de risco raramente dão as costas à empresários que são incapazes de mostrar evidências de vendas substanciais.

Mollick (2014) destaca que em um contexto empresarial o *crowdfunding* refere-se aos esforços de indivíduos e/ou grupos empresariais de cunho cultural, social e com fins lucrativos para financiar seus empreendimentos, com base em pequenas contribuições de um número relativamente grande de indivíduos que utilizam a Internet, sem padrão financeiro observado. Mollick (2014) complementa que o *crowdfunding*, também, tem sido utilizado para fins de *marketing*, criando interesse em novos projetos nos estágios iniciais de desenvolvimento.

A prática popular de *crowdfunding* tem chamado a atenção da comunidade científica. Segundo Zheng *et al.* (2014) alguns resultados preliminares de pesquisa sobre esse assunto estão abordando as três áreas a seguir. Em primeiro lugar, Belleflamme, Lambert e Schwienbacher (2010) analisaram em que condições no contexto empresarial os empresários estão adotando o *crowdfunding*, ao invés de outras abordagens de captação de fundos. Schwienbacher e Larralde (2012) acham que projetos de *crowdfunding* são bem-sucedidos porque geralmente apelam para a multidão, e que



esses projetos solicitam uma menor quantidade de capital. Os empreendedores destes projetos estão bem informados sobre as tendências e tem conhecimentos sobre as tecnologias da Web 2.0 assim, usam as plataformas de redes sociais, *blogs* e *microblogs* para divulgar seus projetos. Eles também estão dispostos a expandir suas experiências e habilidade conjuntas. Em segundo lugar, Gerber, Hui e Kuo (2012) observaram que o *crowdfunding* têm explorado as motivações dos empresários e patrocinadores para participar deste tipo de projeto. Os empresários parecem ter uma gama diversificada de motivações, como por exemplo: levantar dinheiro, atrair determinado público e obter *feedback* da multidão para começar projetos de *crowdfunding* que envolvam seus produtos e serviços. Os patrocinadores do projeto, ao contrário, estão motivados para apoiar aqueles indivíduos que têm interesses e conhecimentos semelhantes. Em terceiro lugar, Mollick (2012) pesquisou sobre os determinantes do desempenho dos projetos que envolvem o *crowdfunding* e observou que aqueles que estão focados em objetivos sem fins lucrativos tendem a ser mais bem-sucedidos, e projetos que produzem produtos tangíveis em vez de prestação de serviços tendem a atrair mais capital.

Como uma alternativa para resolver isso, as ferramentas de *crowdfunding* tem se tornado populares na Internet e, assim, vários projetos procuram com a ajuda da comunicação realizada por meio das mídias sociais atingir metas de financiamento público promovendo os serviços da biblioteca ou desenvolver um produto ou ação capitaneada por um bibliotecário perante a comunidade por meio de vídeos, *blogs* e redes sociais expandindo a experiência que os usuários têm com a biblioteca ou aquele profissional.

## 2 CROWDFUNDING EM BIBLIOTECAS

O conceito de angariar fundos para bibliotecas públicas não é um tema novo. Em alguns países como por exemplo: Austrália<sup>5</sup>, Estados Unidos<sup>6</sup> e Espanha<sup>7</sup> as bibliotecas

<sup>5</sup> [http://www.pozible.com/list/search/tt\\_td\\_cn\\_st/library](http://www.pozible.com/list/search/tt_td_cn_st/library)

<sup>6</sup> <https://www.kickstarter.com/discover/tags/library?ref=hero>

<sup>7</sup> <http://www.infocrowdsourcing.com/plataformas/>



procuram fazer a captação de recursos com a comunidade para tornar realidade projetos culturais quando o poder público não disponibiliza recursos para estes fins. (CRUZ, 2014; MARQUINA-ARENAS, 2014).

Rathemacher (2015) ressalta que neste contexto de crise que as bibliotecas estão vivendo é preciso que sejam estabelecidas parcerias com fornecedores de bases de dados que apoiem iniciativas de digitalização de coleções raras ou fazer uso de iniciativas de *crowdfunding* para poder cobrir o alto custo de um projeto de digitalização que permita ao usuário ter o acesso livre aos recursos. Cottrell (2014) destaca que muitas bibliotecas americanas estão utilizando plataformas de *crowdfunding* para conseguir captar recursos para obter coleções de revistas em quadrinhos e equipamentos de informática em geral como impressoras 3D, computadores iMac e até material de decoração, em troca os financiadores estão recebendo brindes como cartões da biblioteca, livros, camisetas, ingressos para espetáculos, placas de homenagem, etc. Conforme a campanha<sup>8</sup> observada na biblioteca pública de Northlake (Northlake Public Library), no Estado de Illinois, nos EUA.

Caneda Cabrera (2014) destaca que as situações de corte de financiamento público levaram as instituições culturais como museus e bibliotecas europeias, como o Museu do Livro em Haia na Holanda e a Biblioteca Britânica a procurarem alternativas para ajudar a manter os serviços. Desta forma, Caneda Cabrera (2014) observou que estes projetos tinham em comum tentar sensibilizar a opinião pública da necessidade de colaboração dos seus cidadãos para levar adiante a recuperação de livros antigos e mobilizar aqueles que compartilhavam de objetivo similar que, neste caso, era a restauração de livros antigos. Para isso, em ambos os casos, a forma de envolver as pessoas que estavam dispostas a dar uma doação para esse programa estava relacionado com a quantidade doada. Em outras palavras, quanto mais dinheiro fosse doado mais benefícios seriam recebidos. Isso inclui tudo, desde uma visita gratuita ao museu, até um certificado pessoal destacando tal doação, bem como a possibilidade de participar de uma visita guiada para duas pessoas, de modo que fosse possível ainda expressar o

---

<sup>8</sup> <https://www.indiegogo.com/projects/bring-the-hulk-to-the-northlake-public-library/#/>



reconhecimento público na publicação anual da instituição.

Situação parecida no Brasil é destacada por Carneiro (2015) no projeto Biblioteca sem Paredes no Rio de Janeiro, cuja finalidade é incentivar a leitura e o *bookcrossing*<sup>9</sup> (livros livres). Com o slogan “Gosta de Ler?” os integrantes do projeto diariamente abordam os leitores que passam pela rua e entregam livros para que possam ler. Para atingir a meta de R\$ 1.200,00 (hum mil e duzentos reais) arrecadados os autores do projeto voluntário se comprometem a realizar um piquenique no Aterro do Flamengo com a distribuição de livros, camisetas e sacolas. Para realizar esta atividade de arrecadação de fundos os integrantes escolheram a plataforma de *crowdfunding* Recorrente Benfeitoria<sup>10</sup> que conecta pessoas com assinaturas mensais que permitem garantir a sustentabilidade do projeto a longo prazo. Apesar de haver projetos que não conseguem obter o recurso necessário que foi estipulado, um exemplo que pode ser citado é o da Biblioteca de Caraíva (2015), em Porto Seguro (Bahia), que conseguiu arrecadar em projeto estipulado para determinado prazo na plataforma Benfeitoria.com um valor acima do que foi estipulado inicialmente.

De acordo com Rodrigues Garcia (2014) na Espanha a plataforma de *crowdfunding Mecenable*<sup>11</sup> foi criada no sentido de buscar novas vias de financiamento no âmbito das bibliotecas. Contudo, o que se observa ao visitar a página web é que nenhum dos projetos submetidos à plataforma obteve arrecadação de colaboradores.

Por outro lado, pode-se perceber que existe uma motivação dos usuários que contribuem para o financiamento deste tipo de projeto que possibilite que ele alcance a meta orçamentária desejada pelo seu criador. Devido aos obstáculos observados para cumprir o prazo estipulado para finalizar o projeto e, a própria dificuldade que os investidores têm para participarem deste tipo de ação pela forma como os dados do projeto, o tempo e os recursos necessários foram expostos para que eles possam

---

<sup>9</sup> *BookCrossing* é uma iniciativa mundial definida como a prática de deixar um livro em local público, conhecido aqui no Brasil como Livros Livres, para ser encontrado e lido por outro leitor, que por sua vez deverá fazer o mesmo. O objetivo é disseminar a prática da leitura, transformando o mundo em biblioteca.

<sup>10</sup> <https://www.recorrente.benfeitoria.com/>

<sup>11</sup> <https://www.mecenable.es/>



entender qual a meta a ser alcançada. Desta forma, este artigo pretende analisar algumas ferramentas de *crowdfunding* e o seu potencial de uso em bibliotecas públicas.

Brackney (2014) realizou um levantamento em quatro plataformas de *crowdfunding* nos EUA, Kickstarter, Indiegogo, Rockethub<sup>12</sup> e Fundly<sup>13</sup> para destacar os custos, prós e contras e as características observadas em cada uma delas para possibilitar que as bibliotecas possam desenvolver projetos em seus espaços. O quadro 1 destaca cada uma destas plataformas.

**Quadro 1.** Comparativo de Plataformas de *Crowdfunding*.

	Kickstarter	Indiegogo	Rockethub	Fundly
<b>Características</b>	É dirigida para pessoas com perfil voltado para a indústria criativa (cineastas, inventores, designers de moda, músicos, desenvolvedores de jogos, etc.).	Qualquer pessoa pode usar Indiegogo para arrecadar fundos para qualquer ideia ou projeto. Os projetos são classificados em três áreas: criativo, relacionados com causas sociais, e campanhas empresariais. Não é necessária qualquer aplicação.	As áreas dos projetos estão divididas nas categorias de "arte, ciência, negócios e causas sociais, mas existem subcategorias que contemplam várias áreas.	É aberta a organizações sem fins lucrativos, escolas, partidos políticos, grupos, equipes esportivas, grupos religiosos, etc. Ele permite que os ativistas para manter os fundos que se levantam ou não se encontrou com seus objetivos de financiamento finais.
<b>Custo</b>	Se o projeto consegue o financiamento total, Kickstarter cobra 5% do valor levantado. Não há taxas, se o seu projeto não obtém o financiamento total, mas o idealizador do projeto não consegue manter os fundos	Para campanhas "fixas", leva 4% do dinheiro arrecadado se o objetivo for alcançado. Se o objetivo não for alcançado não são cobradas taxas.  Para campanhas "flexíveis", leva 4%, se você	Existe uma taxa de quatro por cento em seus fundos, se o projeto atinge seu objetivo, e uma taxa de 8 % sobre os fundos parciais, se você não atingir seu objetivo financiamento.	Os custos variam, dependendo da campanha, mas a sua "Preços Simples para Todos" aplica-se a todas as doações levantadas, até USD 50.000,00. A taxa da plataforma

<sup>12</sup> <https://www.rockethub.com/>

<sup>13</sup> <https://fundly.com/>



	parciais	alcançar seu objetivo. Se a meta não for alcançada, Indiegogo leva 9% do dinheiro que você arrecadou, mas você ainda consegue manter o restante do montante recolhido.	Há uma taxa de processamento de cartão de crédito adicional de 4%.	Fundly é de 4,9%, e há também uma taxa de processamento de cartão de crédito de 3%.
<b>Prós</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Kickstarter tem influência real e visibilidade na web.</li> <li>+ Disponibiliza ferramenta de análise, para que possa verificar o progresso diário e quaisquer fontes de financiamento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ aberta a qualquer pessoa com qualquer tipo de projeto</li> <li>+ A plataforma Paypal é usada para receber o pagamento dos financiadores.</li> <li>+ Possui uma ferramenta de análise para acompanhar a campanha.</li> <li>+ Pode exportar todas as informações sobre o projeto, permitindo que o criador envie um e-mail em massa ou contate empresas financiadoras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ RocketGub fez uma parceria com a rede de televisão A&amp;E para trazer determinados projetos gerando exposição adicional.</li> <li>+ Se o autor cumpre o seu objetivo ou não, pode manter os fundos que já foram levantados, excluindo as taxas que deverão ser pagas a RocketHub.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ O autor do projeto começa a manter os fundos que ele levanta, mesmo se não atingir a meta de campanha.</li> <li>+ Guias úteis são integrados na configuração de sua campanha, para acompanhar o desempenho.</li> <li>+ Apoiadores podem facilmente compartilhar sua contribuição via Fundly de muito robusto, <i>built-in</i> de integração Facebook.</li> <li>+ Você pode ter acesso aos fundos a qualquer momento, ao invés de ter que esperar até a conclusão do projeto.</li> </ul>
<b>Contras</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kickstarter é uma plataforma tudo-ou-nada. Isso significa que se o projeto não alcançar o êxito, ou seja, for totalmente financiado, você não recebe qualquer um</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Indiegogo não tem o mesmo reconhecimento que a Kickstarter.</li> <li>- Não é especificamente voltada para as organizações de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Embora RocketHub esteja se tornando cada vez mais popular, ela não tem o reconhecimento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O Fundly utiliza a plataforma de redes sociais Facebook como um dos principais pontos de divulgação dos projetos e, assim,</li> </ul>





	<p>dos fundos que você levantou parcialmente.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A plataforma tem uma gama limitada de projetos de caridade que podem ser aceitos.</li> <li>- O cadastro exige que o pagamento seja feito na plataforma Amazon Payments nos Estados Unidos, e pode levar até sete dias para validar.</li> <li>- Os potenciais financiadores terão que ter contas nas duas plataformas, Kickstarter e Amazon, para apoiar o seu projeto.</li> <li>- Serviço de suporte ao cliente pode ser difícil de alcançar e não é, historicamente, muito útil.</li> </ul>	filantropia e sem fins lucrativos.	do nome do Kickstarter ou IndieGoGo.	caso não queira usar o Facebook terá que escolher outra plataforma de <i>crowdfunding</i> .
Projeto de Biblioteca Exemplo	Commack Public Library "I matter" project <sup>14</sup>	Sonoma Roseland Village Library <sup>15</sup>	Cloud901 Memphis Public Library <sup>16</sup>	Burlingame Library Foundation <sup>17</sup>

Fonte: Adaptado pelos autores de Brackney (2014).

Vale ressaltar que a dinâmica das plataformas de *crowdfunding* podem fazer com que algumas destas características mudem ao longo do tempo. Um exemplo disso pode ser observado com a divisão da plataforma Indiegogo em duas: a plataforma Indiegogo que arrecada fundos para campanhas para desenvolver projetos de cunho

<sup>14</sup> <https://www.kickstarter.com/projects/2083339466/commack-public-library-i-matter-project/description>

<sup>15</sup> <https://www.indiegogo.com/projects/roseland-village-library/x/12942887/#/>

<sup>16</sup> <https://www.rockethub.com/projects/57677-cloud901-a-free-safe-space-for-teens-to-learn-and-create#description-tab>

<sup>17</sup> <https://fundly.com/burlingame-library-foundation>



empreendedor onde cobra 5% do valor arrecadado do criador do projeto, e a plataforma Generosity.com que arrecada fundos destinado a campanhas voltadas para causas sociais e que não cobra nenhuma taxa diretamente do criador do projeto.

### 3 MATERIAIS E MÉTODOS

A metodologia consistiu de pesquisa bibliográfica sobre o assunto e a análise de conteúdo de projetos que envolvem bibliotecas, livros ou bibliotecários nos sítios web Kickstarter<sup>18</sup>, Indiegogo<sup>19</sup>, Lanzas.com<sup>20</sup> que servem de plataforma para realizar projetos de *crowdfunding*.

A análise contempla aspectos sobre o tipo de financiador do projeto (fã, patrocinador, apostador (*gambler*), assinante, ou visionário), tipo de disciplinas contempladas (arquitetura e *design*, artes e exposições, dança, literatura, mídia e filmes, música, artes teatrais, artes visuais, educação, sem fins lucrativos), e tipos de recompensas solicitadas aos financiadores.

Para realizar a busca por projetos voltados para a área de bibliotecas utilizou-se como palavra-chave “*library*”, “biblioteca”, “livro”, “*book*” nas três plataformas escolhidas para esta análise sendo que foram selecionados exemplos que tivessem o prazo do projeto já encerrado tendo estes atingidos o objetivo necessário para cumprir a meta. Vale ressaltar que quando não havia uma ferramenta de busca de informação, como é o caso da Lanzas.com, procurou-se selecionar as categorias que tinham mais relacionamento com bibliotecas, neste caso procurou-se por “livros”. Vale ressaltar ainda que, quando se pesquisou por projetos envolvendo o termo “*library*” na plataforma Kickstarter os autores encontraram 559 projetos até a data do envio da publicação, sendo que grande parte deles envolvia a criação de minibibliotecas gratuitas usadas para incentivar a prática do *Bookcrossing* como espaço comunitário onde

---

<sup>18</sup> <https://www.kickstarter.com/>

<sup>19</sup> <http://www.indiegogo.com/>

<sup>20</sup> <http://www.lanzas.com/>



qualquer um pode pegar um livro para ler e logo em seguida devolvê-lo.

#### 4 RESULTADOS FINAIS

Os resultados indicam que os investidores procuram a transparência na transação disponibilizada na plataforma *online* em que a ação foi criada para atender ao projeto cultural submetido de maneira que eles possam colaborar na campanha e obter algum tipo de benefício com isso. Além disso, a perspectiva colaborativa permite observar que é possível conseguir além do apoio financeiro, a ajuda para a aquisição de bens materiais e contatos com outras fontes financiadoras que ajudem na construção de determinado espaço ou ação cultural.

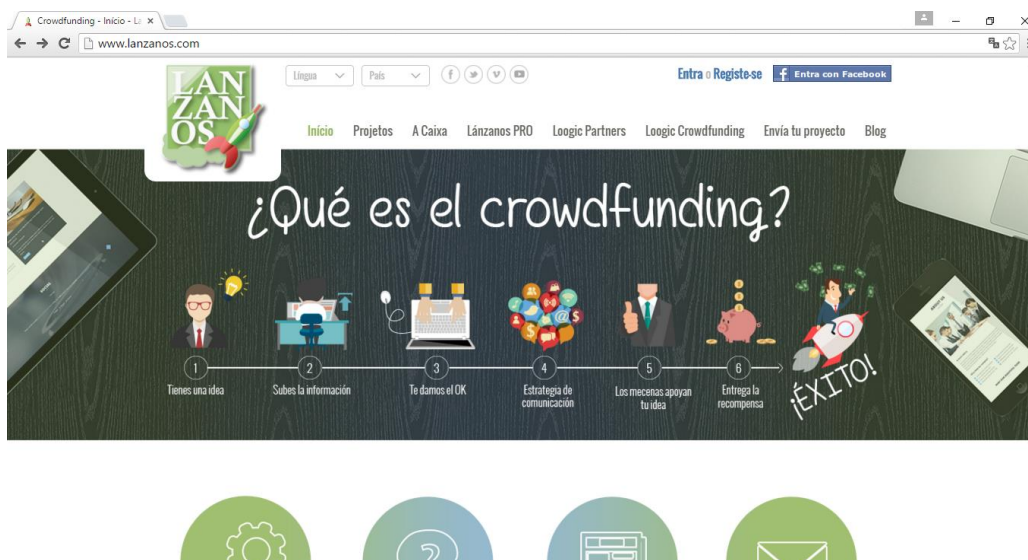
A plataforma Lanzasos.com atende preferencialmente a todo tipo de usuário que deseja participar de um projeto doando fundos para a arrecadação. Nesta plataforma é possível realizar a doação utilizando o sítio web de pagamento *online* Paypal, cartão de crédito, transferência bancária de fundos por meio do site sueco Trustly<sup>21</sup> e um sistema próprio para quem deseja pagar sem informar dados pela internet chamado vales *off-line*. Sendo que a comissão cobrada pelo sítio web Lanzasos.com varia de um tipo de método de pagamento para outro sendo o máximo de 5%. Vale ressaltar que a plataforma aceita a criação de campanhas de qualquer país do mundo já que o criador do projeto coloca o conteúdo no idioma que desejar. A figura 1 apresenta o sítio web Lanzasos.com.

---

<sup>21</sup> <https://trustly.com/en/>



Figura1. Plataforma de *Crowdfunding* Lanzasos.com.



Fonte: Lanzasos.com.

O quadro 2 mostra o resultado de alguns dos projetos de *crowdfunding* voltados para a aplicação em bibliotecas ou livros encontrados no levantamento realizado nas três plataformas.



**Quadro 2.** Resultado dos projetos de *crowdfunding* voltados para bibliotecas.

Projeto	Áreas Contempladas	Recompensa Solicitada	Recompensa Arrecadada	Financiadores
The Polkadot Library, Kenya (Washington, EUA) <sup>22</sup>	Educação	60.000 USD	4.775 USD	Fãs e Patrocinadores
Denver Public Library's ideaLAB <sup>23</sup>	Sem fins lucrativos	7.500 USD	2.888 USD	Fãs e Patrocinadores
Little Free Library - Columbus, OH, EUA. <sup>24</sup>	Artes	300 USD	449 USD	Fãs
Street Books: A Bicycle-Powered Library for People Outside, Portland, OR. EUA. <sup>25</sup>	Artes	4000 USD	5.345 USD	Fãs
A Community Library and Literacy Project in Dharavi, India. <sup>26</sup>	Educação	1000 USD	4.795 USD	Fãs
Commack Public Library "I matter" project, NY, EUA. <sup>27</sup>	Artes, Fotografia	10.000 USD	10.265 USD	Fãs
LA Makerspace: Let's Teach LA Science & Tech at the Library! <sup>28</sup>	Tecnologia	15.000 USD	17.531 USD	Fãs
Biblioteca Gil y Carrasco. <sup>29</sup> Espanha.	Livros	10.000 Euros	12.000 Euros	Fãs

**Fonte:** Os autores.

Dentre os projetos encontrados vale mencionar o projeto lançado em dezembro de 2014, pela rede de bibliotecas públicas de Los Angeles, nos EUA, que durou apenas 29 dias para alcançar a meta de 15.000 USD (quinze mil dólares) arrecadando dinheiro para desenvolver o seu Makerspace. Estes espaços comunitários estão proliferando nas bibliotecas públicas americanas como local para desenvolver oportunidades para explorar, colaborar, inventar ideias pelos estudantes que os utilizam para a fabricação de equipamentos usando ferramentas tecnológicas como impressoras 3D, placas de circuito integrado conhecidas como Raspberry Pi e o emprego de materiais como madeira e

<sup>22</sup> <https://www.indiegogo.com/projects/the-polkadot-library-kenya#/>

<sup>23</sup> <https://www.indiegogo.com/projects/denver-public-library-s-idealab#/>

<sup>24</sup> <https://www.kickstarter.com/projects/1511324109/little-free-library-columbus-oh/description>

<sup>25</sup> <https://www.kickstarter.com/projects/streetbooks/street-books-a-bicycle-powered-library-for-people>

<sup>26</sup> <https://www.kickstarter.com/projects/2024363124/a-community-library-and-literacy-project-in-dharav/description>

<sup>27</sup> <https://www.kickstarter.com/projects/2083339466/commack-public-library-i-matter-project/description>

<sup>28</sup> <https://www.kickstarter.com/projects/lamakerspace/la-makerspace-lets-teach-la-to-make-at-the-library/>

<sup>29</sup> <http://www.lanzanos.com/proyectos/biblioteca-gil-y-carrasco/>



materiais para usinagem, soldagem e costura em geral. (JORNAL DO IGUASSU, 2015).

Os projetos que envolvem a construção de minibibliotecas para incentivar o *Bookcrossing* junto à comunidade também foram observados em uma grande quantidade deles. Na plataforma Lanzanos.com foi encontrado um projeto para desenvolver a digitalização da coleção de livros baseados na obra de um grande autor da literatura romântica espanhola, Enrique Gil y Carrasco, que escrevia sobre os cavaleiros templários e tem o título “El Señor de Bembibre” um dos mais conhecidos, que será convertida para a publicação de livros eletrônicos.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se concluir que, em tempos de crise na oferta de recursos para dar sustentabilidade aos serviços das bibliotecas públicas, o *crowdfunding* pode ser uma alternativa encontrada para dar continuidade ou ainda criar novos serviços que reflitam no aumento da satisfação dos usuários.

Mollick (2014) ressalta que uma vez que o *crowdfunding* é algo novo e potencialmente prejudicial para as abordagens tradicionais de financiamento e que há três áreas de investigação que devem ser de interesse para os estudiosos do empreendedorismo. Primeiro, é importante entender se os sucessos e fracassos observados em projetos de *crowdfunding* são movidos pela mesma dinâmica de outras formas de investimento empresarial. Em segundo lugar, uma característica importante do *crowdfunding* em comparação com outros métodos de captação de recursos é a remoção de limitações geográficas já que as plataformas de internet permitem o acesso de pessoas de outras regiões, países ou culturas. Finalmente, é fundamental para entender o funcionamento do *crowdfunding* saber fazer projetos que realmente alcancem resultados? Isso deve ser visto como algo que exija o planejamento das ações e a participação da comunidade de usuários *online* com o intuito de se constituir



bibliotecas que atendam a todo tipo de necessidades que os usuários de bibliotecas desejam.

Vale destacar por última análise que o envolvimento da comunidade deve ser crucial para atingir os objetivos da campanha sendo necessário para isso desenvolver uma comunicação intensa com membros da área empresarial e da sociedade em geral a fim de conseguir estabelecer uma proposta que agrade a todos.

---

### **Crowdfunding in libraries: making the public libraries sustainable with online community help**

**Abstract:** The paper analyzes some crowdfunding's tools and its potential use in public libraries. The methodology consisted of a literature review of books, periodicals and technology sites from 2009 to 2015. The results indicate that there have been cases of public libraries is favoring this type of tool to help in fundraising both in foreign libraries and as Brazilian libraries. It is concluded that users of collaborative perspective to improve library services can be seen as a difference in funds from time increasingly scarce and the struggle for sources of various financing to help the library to remain with your services active.

**Keywords:** Collaboration; Cultural projects; Financing; Public Libraries; Socioeconomic impact.

### **REFERÊNCIAS**

ANTONENKO, Pavlo; LEE, Brenda; KLEINHEKSEL, A. J. Trends in the crowdfunding of educational technology startups. **TechTrends**, v. 58, n. 6, p. 36-41, 2014.

BIBLIOTECA DE CARAÍVA. **Revitalização da Biblioteca de Caraíva**. Benfeitoria.com. Disponível em: <<http://benfeitoria.com/bibliotecadecaraiva/>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

BELLEFLAME, P.; LAMBERT, T.; SCHWIENBACHER, A. Crowdfunding: an industrial organization perspective. In: WORKSHOP ON "DIGITAL BUSINESS



- MODELS: UNDERSTANDING STRATEGIES”, Paris, 2010. **Proceedings**. Disponível em: <[http://economix.fr/pdf/workshops/2010\\_dbm/Belleflamme\\_al.pdf](http://economix.fr/pdf/workshops/2010_dbm/Belleflamme_al.pdf)>. Acesso em: 05 nov. 2015.
- BRACKNEY, Susan M. Consider crowdfunding your Library’s dream projects. 10 set. 2014. Disponível em: <<http://evancedsolutions.com/crowdfunding/>>. Acesso em: 10 nov. 2015.
- CANEDA CABRERA, Elvira. **Crowdfunding vs. Bibliotecas: ¿Una nueva forma de financiación?** *Biblogtecarios*. 29 mai. 2014. Disponível em: <<http://www.biblogtecarios.es/elviracaneda/crowdfunding-vs-bibliotecas-una-nueva-forma-de-financiacion/>>. Acesso em: 10 nov. 2015.
- CARNEIRO, Daniela. **Biblioteca Sem Paredes entra em crowdfunding contínuo**. *Bibliotecas do Brasil*. 05 set. 2015. Disponível em: <<http://www.bibliotecasdobrasil.com/2015/09/biblioteca-sem-paredes-entra-em.html>>. Acesso em: 10 nov. 2015.
- COTTRELL, Megan. Libraries find success in crowdfunding. **American Libraries**, Chicago, 12 mai. 2014. Disponível em: <<http://americanlibrariesmagazine.org/2014/05/12/libraries-find-success-in-crowdfunding/>>. Acesso em: 10 fev. 2015.
- CRUZ, Rebecca. Crowdfunding: a new fundraising option for libraries. 4 jun. 2014. **Publiclibrariesonline.org**. Disponível em: <<http://publiclibrariesonline.org/2014/06/crowdfunding-a-new-fundraising-option-for-libraries/>>. Acesso em: 10 fev. 2015.
- GERBER, E.M.; HUI, J.S.; KUO, P.Y. **Crowdfunding: why people are motivated to participate**. Northwestern University, Segal Design Institute, Technical Report No. 2, 2012. Disponível em: <[http://www.juliehui.org/wp-content/uploads/2013/04/CSCW\\_Crowdfunding\\_Final.pdf](http://www.juliehui.org/wp-content/uploads/2013/04/CSCW_Crowdfunding_Final.pdf)>. Acesso em: 06 nov. 2015.
- GERBER, Elizabeth M.; HUI, Julie. Crowdfunding: motivations and deterrents for participation. **ACM Transactions on Computing-Human Interaction**, v. 20, n. 6, p. 1-32, 2013.
- HOWE, J. Crowdsourcing: a definition. **Crowdsourcing**, 02 jun. 2006. Disponível em: <[http://crowdsourcing.typepad.com/cs/2006/06/crowdsourcing\\_a.html](http://crowdsourcing.typepad.com/cs/2006/06/crowdsourcing_a.html)>. Acesso em: 30 set. 2015.
- HU, Ming; LI, Xi; SHI, Mengze. Product and Pricing Decisions in Crowdfunding. **Marketing Science**, v. 34, n. 3, p. 331-345, 2015.
- JORNAL DO IGUASSU. É um Hackerspace, Makerspace, TechShop, ou FabLab? Caderno de inovação. 31 out. 2015. Disponível em: <<http://www.jornaldoiguassu.com.br/cadernodeinovacao/117-inovacao/4107-e-um->





[hackerspace-makerspace-techshop-ou-fablab.html](#)>. Acesso em: 10 nov. 2015.

LEWIS, Caroline. Crowdfunding the Library. **Library Journal**. 17 abr. 2013. Disponível em: <<http://lj.libraryjournal.com/2013/04/funding/crowdfunding-the-library/#>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

MARQUINA-ARENAS, Julian. **El crowdfunding financió 1,2 millones de proyectos en 2013**. 01 jul. 2014. Julian Marquina.es. Disponível em: <<http://www.julianmarquina.es/el-crowdfunding-financio-12-millones-de-proyectos-en-2013/>>. Acesso em: 11 mar. 2015.

MOLLICK, Ethan. The dynamics of crowdfunding: an exploratory study. **Journal of Business Venturing**. v. 29, p. 1-16, 2014.

O'NEIL, M. Shirky and Sanger, or the costs of crowdsourcing. **Journal of Science Communication**, v. 9, n. 1, p. 1-6, 2010.

ORDANINI, A.; MICELI, L.; PIZZETTI, M.; PARASURAMAN, A. Crowd-funding: Transforming customers into investors through innovative service platforms. **Journal of Service Management**, v. 22, n. 4, p. 443-470, 2011.

RATHEMACHER, Andree J. Crowdfunding access to archives. **Library Journal**, v. 140, n. 2, p. 43, 2015.

RODRIGUES GARCIA, Carmen. **Mecenable: una nueva herramienta para financiar proyectos en tu biblioteca**. Infobibliotecas.com. 15 dez. 2014. Disponível em: <<http://www.infobibliotecas.com/es/blog/?p=844/>>. Acesso em: 11 nov. 2015.

SCHWIENBACHER, A.; LARRALDE, B. **Crowdfunding of small entrepreneurial ventures**. New York: Oxford University Press, 2012. (Oxford Handbook of Entrepreneurial Finance)

SANTOS, Fernanda B.; GAMA, Ana Carolina; ASSAIFE, Silva; OLIVEIRA, Jonice. O Poder das Mídias Sociais Aplicadas em Iniciativas de Crowdfunding no Brasil. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO, VIII (SBSI 2012). Disponível em: <<http://www.lbd.decc.ufmg.br/colecoes/sbsi/2012/0060.pdf>>. Acesso em: 11 nov. 2015.

VON AH, Guilherme C. **O crowdfunding como alternativa ao financiamento de projetos de pequenos e microempreendedores**. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Economia, 2015. 51 p. (Trabalho de conclusão de curso apresentado à Graduação do Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas para obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas). Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?down=000943871>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

ZHENG, Haichao; LI, Dahui; WUA, Jing; XU, Yun. The role of multidimensional



social capital in crowdfunding: A comparative study in China and US. **Information & Management**, v. 51, n. 4, p. 488-496, 2014.

---

### Informações dos autores

#### **David Vernon Vieira**

Professor Adjunto do Curso de Biblioteconomia

Universidade Federal do Cariri

Email: [david.vieira@ufca.edu.br](mailto:david.vieira@ufca.edu.br) ou [davidv.vieira@gmail.com](mailto:davidv.vieira@gmail.com)

#### **Murilo Bastos da Cunha**

Professor Titular da Faculdade de Ciência da Informação

Universidade de Brasília

Email: [murilobc@unb.br](mailto:murilobc@unb.br)

