

## O GAROTO DO VALE

Aos 13 anos, Daniel Singer é o novo Zuckerberg?

## A CASA DO FUTURO HOJE

Como ter uma casa tech sem gastar muito

## O EXEMPLO QUE VEM DE MINAS

NOSSO VALE DO SILÍCIO PASSA POR BELO HORIZONTE

info.abril.com.br

EXAME



# Info

INFO te ajuda a fazer uma boa campanha para conseguir dinheiro nos sites de crowdfunding

**QUAL É O SEU SONHO?  
ESTUDAR NO EXTERIOR?  
CRIAR UM APP E FICAR  
RICO? FAZER UM FILME?  
UM GAME? SAIBA COMO  
USAR A INTERNET PARA  
FINANCIAR SUA IDEIA**

Só neste ano, US\$ 3 bilhões serão dados aos mais diversos projetos. O seu pode estar entre eles

# QUEM QUER DINHEIRO?

facebook.com/revistaInfo @INFO  
ISSN 977-14.1532700-6  
00333  
91771415327006  
R\$ 13,90 ED. 333 / SETEMBRO 2013

INNOVAÇÃO /

# IDEIAS PELO AR?

QUEM  
QUER

*ELES TIRARAM SUAS IDEIAS DO PAPEL PEDINDO DOAÇÕES EM SITES DE CROWDFUNDING. CRIARAM IMPRESSORA 3D, JOGOS, APLICATIVOS, HISTÓRIA EM QUADRINHOS, PEÇA DE TEATRO, SHOWS E ATÉ AÇÕES SOCIAIS. O QUE VOCÊ ESTÁ ESPERANDO PARA FINANCIAR SEU SONHO TAMBÉM?*

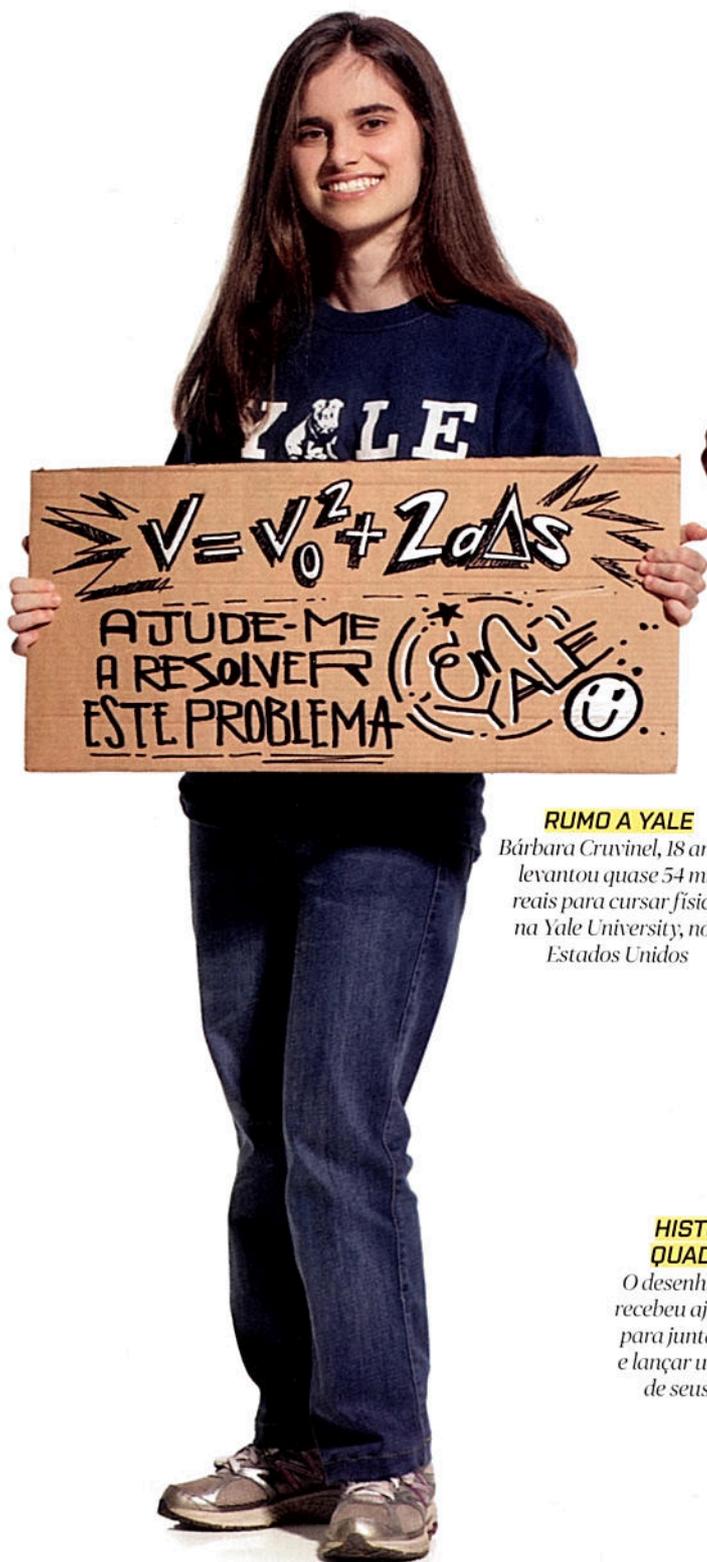
**ILUSTRADORES UNIDOS**

Ricardo Gimenes levantou  
21 729 reais para fazer  
um aplicativo de  
design para iPad



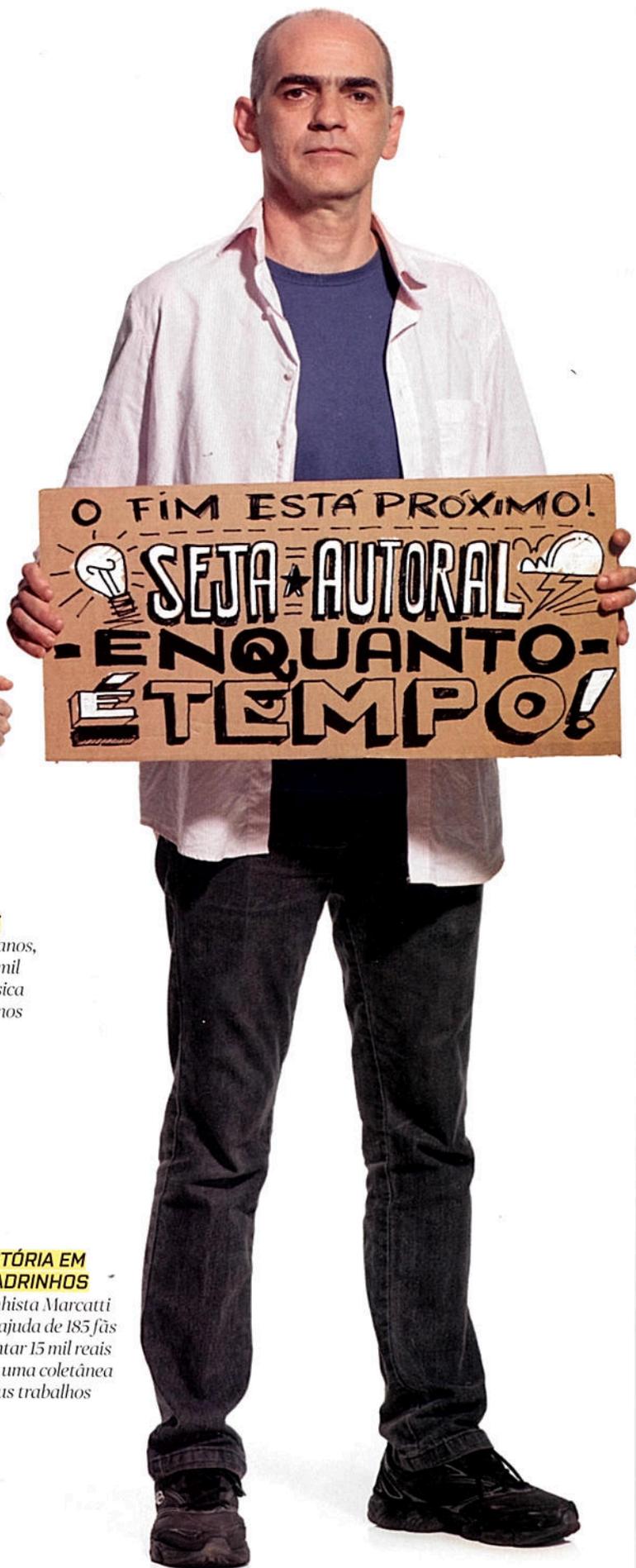
**FÃ E PATROCINADOR**

O guitarrista Digão  
e o baixista Canisso,  
da banda Raimundos,  
conseguiram 55 mil reais  
em uma semana para  
gravar um disco



#### **RUMO A YALE**

*Bárbara Cruvinel, 18 anos, levantou quase 54 mil reais para cursar física na Yale University, nos Estados Unidos*



#### **HISTÓRIA EM QUADRINHOS**

*O desenhista Marcatti recebeu ajuda de 185 fãs para juntar 15 mil reais e lançar uma coletânea de seus trabalhos*

# QUATRO HORAS, VINTE E OITO MINUTOS E TRINTA SEGUNDOS

DA TARDE DE SÁBADO, 10 de agosto. É um bocadinho difícil determinar o momento exato em que o sonho se transforma em algo tangível, quando a ideia ganha forma. Mas, para o publicitário Ivan Reis, esse estranho momento teve data e hora bem definidas. Paulistano de 41 anos apaixonado por histórias em quadrinhos desde janeiro de 1985, quando comprou a edição número 7 do gibi *Heróis em Ação*, Reis registrou o acontecimento com uma palavra e um emoticon, num e-mail para 436 pessoas: "CONSEGUIMOS! :D"

Naquele segundo tão pontual, Ivan Reis comemorava com todos os que doaram um valor de 20 a 500 reais num site de financiamento colaborativo para a confecção de um livro de 220 páginas com ilustrações de super-heróis e personagens de

HQs. Projeto que partiu de um sonho dele, mas que aquelas 436 pessoas começaram também a partilhar com a mesma intensidade. Os 34 mil reais necessários para a empreitada foram arrecadados em pouco mais de um mês, valor é suficiente para comprar um carro Palio zero-quilômetro. "É bastante, né? Fiquei impressionado. Assumo que passei os últimos dias muito ansioso, checando quem dava dinheiro, olhando mais vezes do que era saudável", diz Reis. "Mas é ótimo saber que o projeto no qual tanto acredito conseguiu mobilizar tanta gente."

Os 14 caracteres da mensagem de Ivan Reis resumem perfeitamente a mudança que os projetos de financiamento colaborativos pela internet, conhecidos como *crowdfunding* (do inglês *crowd*, de multidão, e *funding*, de financiamento), podem causar na forma como pensamos e criamos produtos, filmes, músicas, livros, peças de teatro, jogos, aplicativos, ações sociais e o que mais de criativo surgir na

cabeça das pessoas. Uma pesquisa feita pela empresa de consultoria Deloitte aponta que 3 bilhões de dólares serão arrecadados em 2013 nos mais de 300 sites de *crowdfunding* que existem pelo mundo, como o Kickstarter.com, o Indiegogo.com e o brasileiro Catarse.me. Em 2011, esse valor foi de 1,5 bilhão de dólares, a metade.

"Chegamos a um modelo no qual todas as pessoas são de alguma forma importantes", afirma Scott Steinberg, presidente da consultoria TechSavvy Global e autor do livro *The Crowdfunding Bible*. "É uma revolução na forma como tecnologias, produtos e empresários são avaliados. Não sabemos o que sairá disso daqui a cinco anos, mas é difícil imaginar agora um futuro sem o *crowdfunding*."

## DA CRISE GLOBAL SURGE A VAQUINHA GLOBAL

A mecânica por trás do *crowdfunding* é até um tantinho simples. Primeiro, o autor de uma ideia criativa mostra sua proposta em uma plataforma online e diz quanto quer captar para tirar aquele projeto do papel. Internautas que se interessam fazem as doações. Cada um dá o que quer e, em troca, o dono da ideia oferece diferentes recompensas. O site fica com uma fatia do capital repassado, algo que gira na casa dos 5%, e caso o projeto não atinja a meta, o dinheiro dos que apostaram é devolvido.

Assim, apesar de o *crowdfunding* ser um negócio novo, que prosperou a partir de 2009, centenas de cineastas já conseguiram produzir seus filmes, músicos gravaram discos e fizeram shows, estudantes financiaram suas graduações, cientistas bancaram projetos e designers criaram produtos. Vale tudo, desde que seja inovador ou tenha um forte apelo emocional e afetivo: um smartwatch, por exemplo, arrecadou mais de 10 milhões de dólares, enquanto um game para Android levantou 8,6 milhões de dólares e um aparentemente simples jogo de tabuleiro conseguiu 240 mil dólares.

capital de risco quebraram e as alternativas de investimento online se tornaram realmente atraentes.

No Brasil, ao menos 12 milhões de reais foram levantados nos 30 sites de *crowdfunding* que operam por aqui. Isso coloca o país no quinto lugar entre os que mais possuem sites de financiamento colaborativo, atrás de Estados Unidos, Reino Unido, Holanda e França. "O sucesso acontece porque a ligação não é direta com a compra, com o consumo, mas com as ideias", diz o administrador de empresas Diego Reeberg, um dos fundadores do Catarse, que já colocou de

*Bárbara Cruvinel, 18 anos, sonhava em estudar fora. Gravou um vídeo com sua história e arrecadou 54 mil reais de doadores. Hoje estuda física em Yale*

O *crowdfunding* funciona como um imenso showroom, onde as pessoas podem votar com seu cartão de crédito nos projetos que realmente desejam que deem certo. O Kickstarter, referência no assunto, já levantou 762 milhões de dólares nos últimos três anos em 47,5 mil projetos bem-sucedidos. Desse total, enquanto 5 335 iniciativas pediram menos de mil dólares, exatos 44 empreendedores conseguiram arrecadar mais de 1 milhão de dólares cada, algo inimaginável até a crise global de 2008, quando fundos de

pé 637 projetos. "No ano passado, tivemos 300 mil reais de faturamento, agora devemos fechar com 800 mil reais. Ainda há muita coisa interessante para ser feita, principalmente na área social, com iniciativas que lidam com demandas da sociedade."

#### *DO GENOMA DO MEXILHÃO AO CURSO EM YALE*

Analisar os projetos que já foram financiados pelo *crowdfunding* ajuda a entender como é possível conseguir dinheiro na rede e até onde o financiamento colaborativo pode chegar. Levantamento feito por **INFO** nos cinco principais sites brasileiros mostra que 8% das iniciativas eram de cunho social, pedagógico, educacional ou

científico, como plantar mudas em uma praça de São Paulo, financiar uma ONG em Salvador ou até mesmo um biólogo do Rio de Janeiro que arrematou 40 736 reais para sequenciar o genoma do *Limnoperna fortunei*, nome científico do mexilhão-dourado. Apesar de ainda parecer tímidas, as iniciativas sociais foram as que mais cresceram nos últimos 12 meses, principalmente com o aparecimento de plataformas como Benfeitoria.com e Estudarfora.org.br.

Enquanto você lê esta reportagem, Bárbara Cruvinel Santiago, 18 anos, está resolvendo os primeiros problemas do curso de introdução avançada à física da Yale University, uma das mais renomadas instituições de ensino dos Estados Unidos. Ela só conseguiu realizar o sonho de estudar fora graças aos 53 982 reais arrecadados pelo site da Fundação Estudar.

Medalhista em torneios nacionais e internacionais de astronomia, astronáutica e matemática, Bárbara conquistou, com seu forte sotaque do interior de São Paulo, o coração (e a carteira) de seus financiadores falando em um vídeo de 1 minuto e 50 segundos: "O sonho da minha vida é estudar física nos Estados Unidos". Deu certo.

No dia 17 de agosto, Bárbara embarcou para a cidade de New Haven, em Connecticut, enquanto sua mãe já estava sem lágrimas, de tanto chorar de orgulho. "Nos últimos dias, ela entrava todo dia no meu quarto aos prantos", diz Bárbara. "Mas minha mãe sabe que sempre foi meu maior sonho, então é um choro feliz."

em  
lar  
25-  
ro  
3e-  
na  
0-  
er  
m  
05  
0  
10  
r.  
1-  
8  
5  
0  
7,  
s  
ó  
r



**UM NOVO NEGÓCIO**  
Rodrigo Rodrigues da Silva montou uma linha de produção de impressoras 3D com 30 mil reais levantados no Catarse



**QUERO SER ARTISTA**  
Estudante de audiovisual, Larissa Siriani conseguiu 7 mil reais para produzir um curta-metragem



**MERCADO DE NICHU**

Mateus Bagatini obteve 10 mil reais para criar uma prateleira de design para bicicletas

**ROLÊ PELO MUNDO**

Com 25 mil arrecadados, Natália Garcia viajou para 12 cidades para estudar boas práticas de urbanismo

A estudante faz questão de frisar que o que vem volta. Ela assinou uma espécie de compromisso moral para devolver todo o dinheiro que foi arrecadado em até 20 anos, para financiar os estudos de outros alunos. “É gratificante pensar que vou ajudar outro aluno da minha idade daqui a alguns anos. Acho que é minha obrigação”, diz Bárbara.

### COMO PAGAR POR SEU FILME, PEÇA OU HQ

Quase 75% dos projetos financiados até hoje no país são artísticos. E dos mais variados tipos. Larissa Siriani, 21 anos, estudante de audiovisual, usou o *crowdfunding* para bancar os 5,5 mil reais necessários para concluir um curta-metragem de 25 minutos chamado *Isso Não É um Guarda-Chuva*. Para isso, montou uma página no Catarse explicando a história do filme e colocou um inusitado vídeo (bota inusitado nisso), de pouco mais de 3 minutos, no qual fala sobre *Mona Lisa*, Romero Britto, Picasso e 300 latas de coliformes fecais do artista conceitual italiano Piero Manzoni. Resultado: 93 apoiadores doaram 7 025 reais, bem mais que o planejado.

“Estudei muito antes de colocar a página no ar”, afirma Larissa, que terminou as gravações do curta-metragem no fim de agosto. “Percebi que o vídeo de abertura é essencial, porque as pessoas não têm paciência para ler tudo. Já gastei um bom tempo bolando o roteiro, para não ser chato e didático. Ainda foi essencial pensar nas recompensas, para motivar os colaboradores. O nosso projeto tinha desde a possibilidade de colocar o nome nos créditos, por 10 reais, até um pacote de 500 reais que incluía pôster, DVD, camiseta, bloco de anotações e o direito de

participar do sorteio do bon sai personalizado utilizado nas filmagens.”

Projetos audiovisuais são os mais atraentes, até por já contar com uma base de fãs ou por ser mais fácil mostrar o objetivo da ideia. Para transformar a série de TV *Veronica Mars* em um filme de Hollywood, por exemplo, o Kickstarter bateu todos os recordes. Em apenas 12 horas, atingiu 2 milhões de dólares. No fim, foram levantados 5,7 milhões por 91 585 pessoas de 21 países, incluindo o Brasil.

“Os sites de *crowdfunding* são perfeitos para obras artísticas autorais que demonstrem uma paixão por trás do projeto”, diz Carolina Albuquerque, que no início de julho levantou 8 mil reais para fazer uma peça de teatro chamada *Maria*. “Quanto mais pessoal e íntimo você for, maior a chance de chamar a atenção em meio a tanto ruído na internet.”

Para bancar projetos assim, o segredo é tentar entender quem é seu público e quem poderia concretizar seu sonho. “Você precisa assumir o lado independente e autorial, sem ter pé no comercial, sem pensar no lucro, e assim procurar seu nicho”, diz Marcatti, ícone dos quadrinhos brasileiros que marcou os anos 80, com seu estilo escatológico, em revistas como *Mijo*, *Lôdo*, *Cbiclete com Banana* e *Casseta & Planeta*.

Há três meses, ele teve a ideia de produzir uma coletânea especial, intitulada *Cropólitos*, na qual pretendia resgatar 28 histórias publicadas de 1986 a 1992. A intenção era fazer apenas 500 exemplares e, para isso, seriam necessários 8 370 reais.

## PARA NÃO ERRAR

QUATRO PERGUNTAS ESSENCIAIS ANTES DE COMEÇAR UM PROJETO

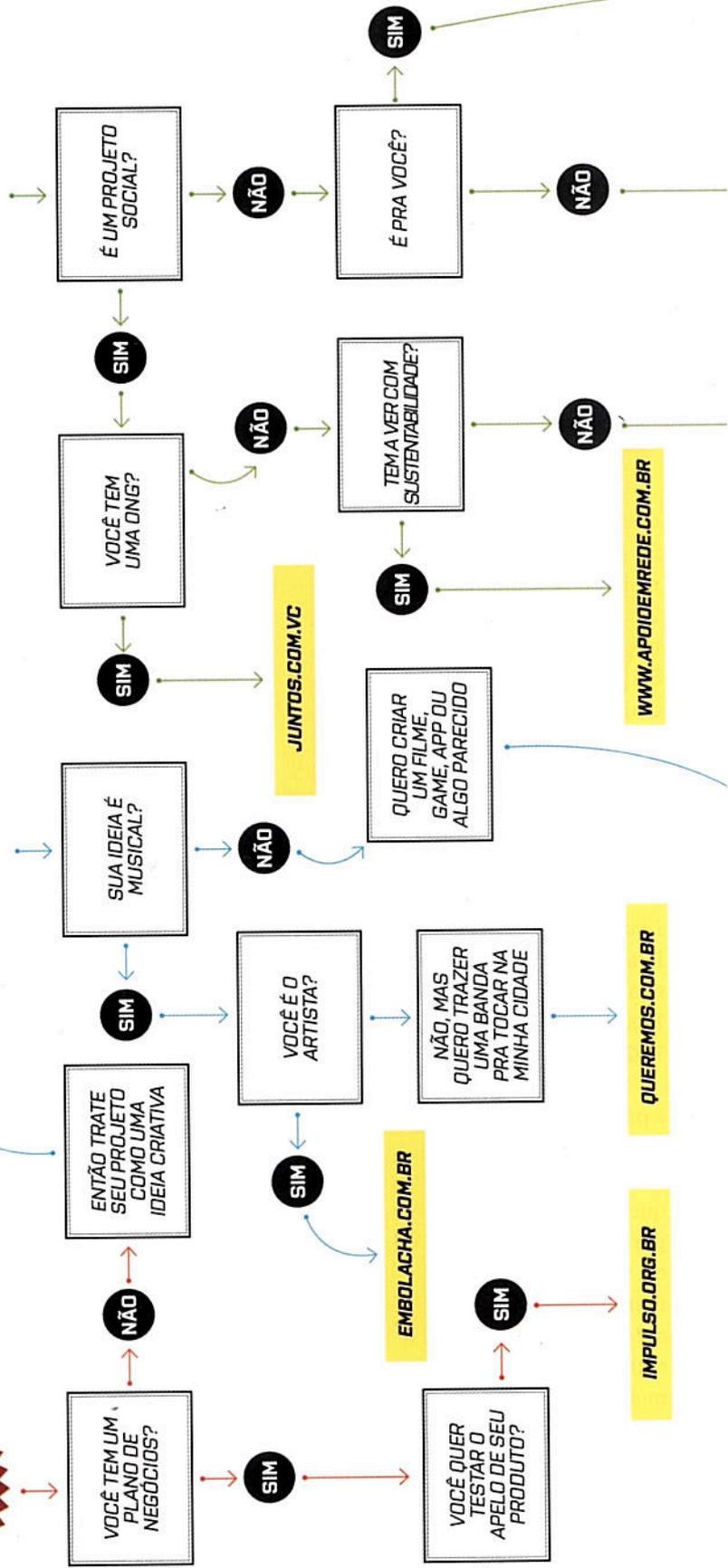
> **1\_A IDEIA É MESMO BOA?** Faça uma pesquisa para ver os projetos de sucesso e os que não despertaram atenção. Analise o que diferencia sua iniciativa. É bom ter algo para exibir, como um protótipo do produto ou cenas de um game que quer lançar. As melhores campanhas no Kickstarter e no Catarse são as que têm o que mostrar.

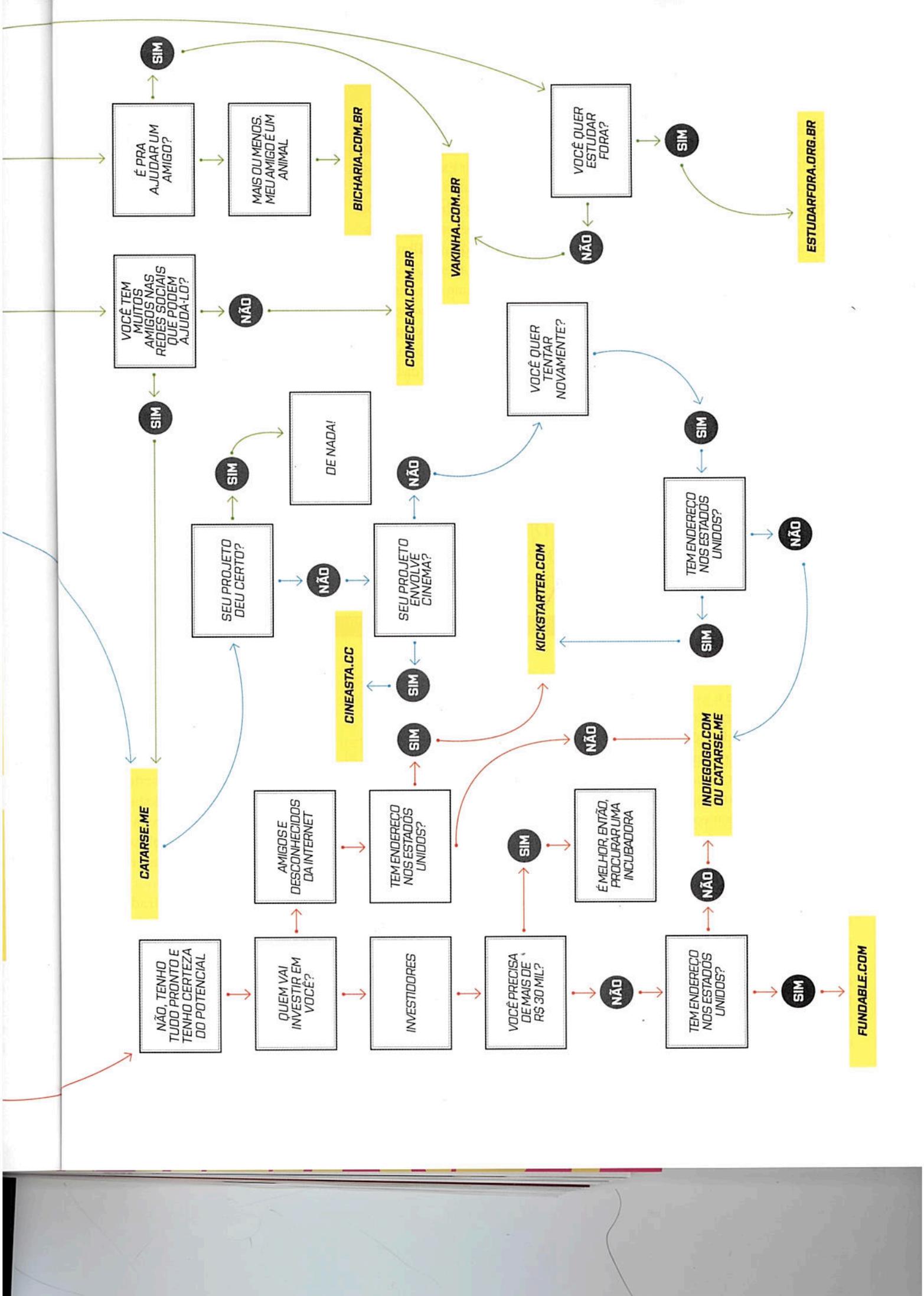
> **2\_O PROJETO PODE SER MOSTRADO DE FORMA SIMPLES?** Comunicar bem é essencial. É preciso contar uma boa história, que remeta a uma jornada e que inspire, a ponto de fazer um doador se envolver. Escolha um bom nome, um logotipo e um design diferenciado. A página de *crowdfunding* deve ser simples, mas com título criativo e gramática impecável. Pense num discurso de 20 segundos para vender a ideia, com o essencial na abertura.

> **3\_QUEM VAI COMPRAR A IDEIA?** Entenda o público. Amigos e parentes ajudam, mas, segundo o Catarse, representam no máximo 60% das doações. Se a ideia é criar um game, aposte em canais para gamers. Divulgue até o último suspiro do prazo. Boa parte das doações aparece na última semana.

> **4\_A RECOMPENSA É BOA?** Vale a pena bolar diferentes recompensas para os doadores. Comece com algo para quem doa até 30 reais, como adesivos ou broches. Vá aumentando de acordo com os valores. Quanto mais exclusivo, melhor. Se o projeto é de um filme, inclua uma visita ao set. As melhores recompensas são as criativas.

# OS SITES DE CROWDFUNDING MAIS INDICADOS PARA O SEU CASO





“Consegui 15 mil reais. Foi impressionante ver como há uma base de fãs de quadrinhos que estão a fim de bancar suas ideias mais malucas, desde que você demonstre como aquilo pode ser especial”, diz Marcatti.

Para motivar ainda mais os possíveis doadores, Marcatti deu uma atenção redobrada às recompensas. Se por 45 reais era possível levar o livro, dois fãs desembolsaram 800 reais para ganhar um exemplar numerado e assinado, ilustrações originais a nanquim, pôster 3D emoldurado, estatueta em resina e uma página original de uma das HQs publicadas no livro, com certificado de autenticidade.

“Nunca conseguiria ter esse projeto bancado por uma editora, porque ela não ganharia dinheiro”, diz Marcatti. “No *crowdfunding*, consigo unir pessoas que têm o mesmo gosto. E não estou só vendendo algo. Estou dizendo: ‘Eu quero fazer isso. Se você gosta, me apoie’. E dá certo.”

### *EU QUERO O VINIL*

Até mesmo grandes projetos culturais já começam a sair do papel com o *crowdfunding*, principalmente quando se trata de música. O site Queremos.com.br, por exemplo, um dos pioneiros a usar o financiamento coletivo para trazer artistas internacionais para o Brasil, começou em 2010 organizando uma espécie de “vaquinha” online para shows de bandas como o LCD Soundsystem e o Vampire Weekend. Cinquenta shows depois, a empresa virou case de sucesso e rodou o mundo em eventos de tecnologia, como o TechCrunch San Francisco e o Futures of Entertainment MIT, nos Estados Unidos. Para as bandas, também é uma oportunidade de criar vínculo ainda mais direto com os fãs, uma

espécie de bote salva-vidas para uma indústria em profunda transformação.

Talvez o melhor exemplo dessa revolução seja a banda Raimundos, maior grupo de rock brasileiro dos anos 90, com mais de 3 milhões de discos vendidos. O próximo álbum, no entanto, vai vender apenas 3 mil unidades. E é isso mesmo que eles queriam ao optar pelo *crowdfunding*. O total pedido foi 55 mil reais para gravar o disco nos Estados Unidos com o produtor Billy Graziadei, líder da banda Biohazard. Em uma semana, o grupo já havia superado a marca. Serão prensados exatamente 3 mil CDs,

“Pesquisamos muito para fazer o *crowdfunding*, pensamos nas contrapartidas, mas sem colocar opções demais para não confundir. O financiamento coletivo é como uma compra antecipada. E o CD é um suvenir. O fã está pagando porque quer se sentir parte, quer que a gente seja o Raimundos de sempre. É uma nova etapa, e parece excitante”, diz Digão.

### *CRIE UMA NOVA EMPRESA*

Para quem sonha em montar uma pequena empresa ou negócio, essa nova etapa também pode representar uma mudança de paradigma, já

*Os sites de crowdfunding são uma boa opção para testar ideias e levantar o investimento inicial. Se aprovado, o projeto pode se transformar em empresa*

distribuídos aos que contribuíram.

“Acabou esse negócio de gravadora. Não vale mais a pena. Agora a gente fala diretamente com o fã, como em uma conversa mesmo, e consegue ouvir o que ele tem a dizer”, diz Digão, guitarrista e vocalista da banda. Diversas recompensas foram pensadas para motivar os doadores, de 10 reais (que permitia o download antecipado do álbum) a 5 mil reais (que incluía álbum autografado, vinil exclusivo, camiseta e ingresso para shows, além de pulseirinha de backstage com direito a todos os shows do Raimundos em 2014).

que possibilita o teste de conceito e a criação de produtos que nunca seriam incentivados pelo capital de risco de grandes investidores. É o caso do game *Soul Gambler*, do estúdio Mgaia, de Bauru (interior de São Paulo). Em um mês no Kickstarter, obteve 5 831 dólares. O jogo já está disponível no site soulgambler.com. Ou do aplicativo Vectorlooza, criado pelo designer Ricardo Gimenes para facilitar o trabalho de ilustradores no iPad. Exatos 21 729 reais foram levantados no Catarse. “Os doadores acreditaram em mim”, diz Gimenes.

# PIMP MY VIDEO

UM BOM VÍDEO É MEIO CAMINHO PARA O SUCESSO



Não é preciso ser Steven Spielberg, mas um bom vídeo é essencial para uma campanha de *crowdfunding*. Segundo o Kickstarter, 60% dos projetos com vídeos são bem-sucedidos. A taxa de sucesso para quem não aposta em vídeo cai para 25%. No Indiegogo, as campanhas com vídeo ganham 115% mais dinheiro. Veja aqui como fazer um bom vídeo para sua campanha.

## >> 1\_PLANEJE COM ATENÇÃO

Faça um storyboard e mostre aos amigos. Os melhores vídeos no Kickstarter e no Catarse têm de 2 a 4 minutos e usam quase sempre a mesma estrutura: um resumo da vida da pessoa, a história do projeto, por que ela quer tanto realizá-lo e quais as recompensas para quem participa.

## >> 2\_USE O QUE TEM

**À DISPOSIÇÃO** Não tem uma câmera HD ou uma ilha de edição? Use seu smartphone ou a webcam. Vários sites ensinam como tirar o máximo da câmera do celular e usar editores de vídeo online. Mas lembre-se: quanto melhor a qualidade, maior a chance de sucesso.

## >> 3\_MOSTRE PERSONALIDADE

As pessoas não estão financiando apenas o seu projeto, elas estão apostando em você. Portanto, é essencial que você apareça no vídeo. Isso ajuda a criar um elo de confiança.

## >> 4\_SENTE-SE DIREITO

Postura é tudo. Não mexa demais braços e mãos e nunca imite um rapper. Fale com calma e não use gírias. Seja afetuoso.

## >> 5\_COMECE BEM

Os 10 primeiros segundos são vitais. Seja criativo e pense em como fisgar a atenção com uma história comovente ou engraçada. Vale a dica do século 19 dada pelo escritor inglês Charles Reade: "Faça-os rir, faça-os chorar, faça-os esperar".

## >> 6\_USE "NÓS", NUNCA "EU"

Em vez de dizer "Eu preciso da sua ajuda", diga "Nós podemos fazer isso". Seja inclusivo, mostre que a pessoa do outro lado da tela é importante para o projeto.

## >> 7\_PREFIRA IMAGENS E

**GRÁFICOS COLORIDOS** Se você já tem imagens do projeto, mostre-as. Também vale criar gráficos, de preferência bem coloridos, em tons como amarelo, laranja e vermelho, que chamam mais a atenção.

## >> 8\_AGRADEÇA! Um muito obrigado é obrigatório.

Quanto mais você mostrar apreço pela doação, maior a chance de alguém financiar o projeto. Exemplos: "Obrigado pela atenção e por ter visto meu vídeo"; "Temos apenas cinco semanas para levantar 3 mil reais, e é importante que você nos ajude. Muito obrigado por transformar nosso sonho em realidade".

No *crowdfunding* dá até para sonhar mais alto. Rodrigo Rodrigues da Silva, 26 anos, formado em engenharia da computação, por exemplo, tirou do papel uma linha de produção de impressoras 3D com 30 mil reais levantados no Catarse. "Foi o pontapé inicial para abrir um negócio", afirma.

Já os designers Mateus Bagatini e Camila Dias queriam algo mais específico: uma prateleira bonita para segurar uma bicicleta na parede. Outras 134 pessoas desejavam a mesma coisa e, assim, uma boa ideia virou uma empresa. "O importante é criar vínculos, divulgar muito no Facebook, para encontrar essas pessoas que gostam das mesmas coisas que você", diz Bagatini. "A gente já colocou dinheiro em outros projetos que têm a ver com bicicleta e cicloativistas."

Uma dessas iniciativas em que a dupla de designers investiu é o Cidades para as Pessoas, rede de conteúdo criada pela jornalista Natália Garcia para estudar soluções urbanas. Com 25 785 reais arrecadados em doações, Natália viajou para 12 destinos a fim de estudar como tornar uma cidade melhor para seus habitantes. "Do mesmo jeito que me ajudaram, eu já doei para iniciativas em que acredito", diz Natália. "Você participa porque também divide aquele sonho.

Em tempo: enquanto você lia esta reportagem, o que pode ter levado cerca de meia hora, pelo menos três novos projetos foram postados no Kickstarter, Indiegogo e Catarse, e 200 mil dólares terão sido arrecadados. Como a taxa de sucesso das iniciativas é de 44%, pelo menos um empreendedor logo deverá postar para os seus doadores mais um "CONSEGUIMOS! :D". ✓