



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE CIÊNCIAS APLICADAS



LARISSA ALVES MATOS MONTEIRO

CROWDFUNDING NO BRASIL: UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DA LITERATURA NACIONAL

Limeira

2017



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE CIÊNCIAS APLICADAS



LARISSA ALVES MATOS MONTEIRO

CROWDFUNDING NO BRASIL: UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DA LITERATURA NACIONAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Gestão de Empresas à Faculdade de Ciências Aplicadas da Universidade Estadual de Campinas.

Orientador: Prof. Dr. Edmundo Inácio Junior

Limeira

2017

Agência(s) de fomento e nº(s) de processo(s): Não se aplica.

Ficha catalográfica
Universidade Estadual de Campinas
Biblioteca da Faculdade de Ciências Aplicadas
Renata Eleuterio da Silva - CRB 8/9281

M764c Monteiro, Larissa Alves Matos, 1991-
Crowdfunding no Brasil : uma análise bibliométrica da literatura nacional /
Larissa Alves Matos Monteiro. – Limeira, SP : [s.n.], 2017.

Orientador: Edmundo Inácio Júnior.
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Estadual de
Campinas, Faculdade de Ciências Aplicadas.

1. Financiamento colaborativo. 2. Bibliometria. 3. Pesquisa bibliográfica. I.
Inácio Júnior, Edmundo, 1972-. II. Universidade Estadual de Campinas. Faculdade
de Ciências Aplicadas. III. Título.

Titulação: Bacharel em Gestão de Empresas

Data de entrega do trabalho definitivo: 27-11-2017



TCC II

Dados do Aluno	
RA 117553	Nome do Aluno Larissa Alves Matos Monteiro
Nível Graduação	Curso 105G - Gestão de Empresas
Habilitação / Ênfase -	

Dados do Trabalho	
Data/Hora do Exame 27/11/2017 - 19:00	Local FCA Unicamp
Título "CROWDFUNDING NO BRASIL "	
Código - Nome Disciplina GL800EDM - Trabalho de Conclusão II	
Orientador Prof. Dr. Edmundo Inacio Junior	

A Comissão Examinadora foi composta pelos Professores:

Presidente		Nota
Nome Prof. Dr. Edmundo Inacio Junior / FCA	Matrícula 301336	8,5
Membros		
Nome Mestre Eduardo Avancchi Dionisio / FCA	Matrícula 333505	8,5

Coordenadora	
Nome Profa. Dra. Milena Pavan Serafim	Matrícula 302193

CÓDIGO DE AUTENTICIDADE

Verifique a autenticidade deste documento na página <http://www.daonline.unicamp.br/ActionConsultaDiploma.asp>
Código: 3372658dccc0fe319b1a74ed0988b6e42c574db8

UNICAMP - Universidade Estadual de Campinas
Comissão Central de Pós-Graduação
Rua 6 de Agosto, 251 - Cidade Universitária - Barão Geraldo - Campinas/SP -13083-970

RESUMO

MONTEIRO, Larissa A. M. **Crowdfunding no Brasil: Uma análise bibliométrica da literatura nacional**. 2017. 34f. Trabalho de conclusão de curso de Bacharel em Gestão de Empresas à Faculdade de Ciências Aplicadas da Universidade Estadual de Campinas.

O presente trabalho tem o objetivo de gerar os primeiros conhecimentos no pesquisador sobre o assunto crowdfunding no Brasil. Para tanto, apresenta-se e desenvolve-se o processo de seleção do portfólio bibliográfico assim como o de análise bibliométrica dos artigos selecionados e suas referências. Na análise bibliométrica evidenciaram-se os artigos, autores e periódicos mais relevantes sobre o tema crowdfunding no Brasil. A metodologia *Knowledge Development Process - Constructivist (ProKnow-C)* foi a utilizada para realizar a revisão bibliográfica. O trabalho caracteriza-se como exploratório e descritivo, com abordagem tanto qualitativa quanto quantitativa. Os principais resultados da pesquisa são: A autora mais relevante para o tema é Vanessa Amália Dalpizol Valiati, que possui três artigos na amostra selecionada, sendo eles: “*Crowdfunding e Indústria Cultural: as novas relações de produção e consumo baseadas na cultura da participação e no financiamento coletivo.*”, “*Crowdfunding e Audiovisual: análise de novas perspectivas a partir do caso Ajuntamento Criativo*”, e “*Crowdfunding: O financiamento coletivo como Mecanismo de Fomento à Produção Audiovisual*”; e o artigo de maior destaque é “*Inteligência estratégica antecipativa coletiva e crowdfunding: aplicação do método L.E.SCAning em empresa social de economia peer-to-peer (P2P).*” com 12 citações. Conclui-se que a pesquisa contribui com o tema crowdfunding no Brasil em função da revisão da literatura realizada.

Palavras Chaves: Crowdfunding; Crowdfunding no Brasil; Bibliometria; ProKnow-C; Processo de busca bibliográfica.

ABSTRACT

This research aims to generate the first concepts in the researcher about the theme "Crowdfunding in Brazil". Thus, to reach this objective the work shows the selection process of the portfólio bibliographic and also the bibliometric analysis of the selected papers and their references. In the bibliometric analysis was evidenced the papers, authors and journals most relevant about the theme crowdfunding in Brazil. The methodology "Knowledge Development Process - Constructivist (ProKnow-C)" was used to develop the literature review. The work is characterized as exploratory and descriptive, using quantitative and qualitative approach. The main results of this research are: the most important author related to the topic is Vanessa Amália Dalpizol Valiati, that has three papers in the selected sample: "Crowdfunding e Indústria Cultural: as novas relações de produção e consumo baseadas na cultura da participação e no financiamento coletivo.", "Crowdfunding e Audiovisual: análise de novas perspectivas a partir do caso Ajuntamento Criativo", and "Crowdfunding: O financiamento coletivo como Mecanismo de Fomento à Produção Audiovisual", and the most important paper in the portfólio bibliographic is Inteligência estratégica antecipativa coletiva e crowdfunding: aplicação do método L.E.SCAning em empresa social de economia peer-to-peer (P2P)."" with 12 quotes. Therefore, this research contributes with the theme crowdfunding in Brazil because of the bibliometric analysis made.

Keywords: Crowdfunding; Crowdfunding on Brazil; Bibliometric; ProKnow-C; bibliographic research process.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: N° de Artigos Publicados por Periódico.....	30
Gráfico 2: N° de Citações (Google Scholar) Por Artigo.....	31
Gráfico 3: Autores com Maior Participação no Portfólio Bibliográfico	32
Gráfico 4: Palavras-chave citadas no Portfólio Bibliográfico.....	33

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Ilustração das etapas do processo ProKnow-C.....	20
--	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Artigos Seleccionados para o Portfólio Bibliográfico.....	25
Tabela 2: Análise Bibliométrica do Portfólio Bibliográfico.....	26

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	11
1.1.	Definição do Problema.....	11
1.1.a.	Caracterização do modelo de negócio e seu ambiente.....	12
1.1.b.	Situação Problemática.....	12
1.2.	Objetivos.....	13
1.3.	Justificativa.....	13
2.	REFERENCIAL TEÓRICO.....	14
2.1.	Economia Solidária e Conceito de Rede.....	14
2.2.	Comportamento dos indivíduos participantes do crowdfunding.....	15
2.3.	Como funciona uma plataforma de crowdfunding.....	17
3.	METODOLOGIA.....	18
3.1.	Enquadramento Metodológico.....	18
3.2.	Procedimento de Revisão da Literatura.....	19
4.	ANÁLISE DO PORTFFÓLIO BIBLIOGRÁFICO.....	23
4.1.	Seleção do Portfólio Bibliográfico.....	23
4.2.	Análise Bibliométrica.....	27
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	34
6.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	37

1. INTRODUÇÃO

1.1. Definição do problema:

a. Caracterização do modelo de negócio e seu ambiente:

O Crowdfunding é a prática de arrecadação, via plataformas ou sistemas online, de pequenas e médias quantias de dinheiro. Tal renda deve ser proveniente de diferentes indivíduos ou organizações a fim de financiar um bem ou uma causa comum ou de interesse coletivo, como por exemplo o financiamento de um projeto comunitário, um projeto pessoal, negócios e demais. (INTERNACIONAL ORGANIZATION OF SECURITIES COMMISSION RESEARCH DEPARTMENT, 2014, pag. 4-8). O nome, por si só, ajuda a caracterizar o fenômeno que, em inglês, desmembrando-se o termo, “crowd” significa “multidão” e “funding” “financiamento”, entendendo-se então pela tradução literária por “financiamento da multidão”. Dessa forma, toma-se por base que são financiamentos de uma multidão ou público específico, não esse se baseando em dinheiro privado, mas sim em dinheiro do público.

O primeiro caso de projeto crowdfunding online ocorreu em meados de 2006, com arrecadação para iniciativas musicais. Entretanto, apenas em 2009 houve o surgimento da primeira plataforma de crowdfunding de expressão mundial, o norte-americano *Kickstarter*, em que o dono do projeto submete sua idéia ao público, colocando as definições do projeto, objetivo, prazo para finalização e meta financeira a ser atingida por doações para que tal projeto saia do papel. Já no Brasil, o primeiro website a surgir com esse core business foi o Vakinha, voltado para projetos de viés cultural e artístico, também nos mesmos modelos do norte-americano *Kickstarter*.

No entanto, mesmo com os primeiros sites datando de 2009, o modelo de financiamento não é tido como novo. Segundo Howe (Howe, 2009), o financiamento destinado à campanhas de cunho político já vem sendo empregado desde 2000, com políticos e partidos buscando apoio financeiro e validação idealitária de seu público para suas campanhas eleitorais mundo afora. Em 2008, o movimento ganhou notória repercussão quando o então

candidato à presidência dos Estados Unidos, Barack Obama, conseguiu financiar a sua campanha eleitoral por meio de uma campanha de crowdfunding.

Nesse cenário, as plataformas de crowdfunding surgem como uma nova alternativa de sucesso para o financiamento e o apoio de projetos de pessoas físicas ou jurídicas, por permitir que pessoas comuns possam apoiar diversos projetos com doações financeiras para estes. É o poder da multidão refinando e definindo os caminhos de acesso ao mercado.

Além disso, por ser um modelo que surgiu, estruturou-se em tempos de crise financeira e vem ganhando significativo crescimento e aceitação mundial, mostra-se bastante resistente em economias de recessão, sendo capaz até de ganhar mais força e aceitação nesse cenário do que em economias estabilizadas (MONTAVI, 2014).

Desse modo, ganha importante papel no cenário econômico mundial, evidenciando até uma tendência de evolução do modelo capitalista para um possível avanço à economia solidária (RIFKIN, 2015). Por isso a importância de se estudar o modelo e ainda propor melhorias ou ações a serem tomadas em prol do seu crescimento e seu sucesso.

b. Situação problemática:

O crowdfunding destaca-se como uma recente prática financeira que se mostrou capaz de movimentar o equivalente a US\$ 2 milhões em campanhas no mundo diariamente, em forma de doações, pré-compras, empréstimos e aquisição de ações lucrativas. Tomando-se por base esse potencial, é de notável importância na economia e na sociedade (DE MENDONÇA, 2015). Entretanto, mesmo com a expressiva expansão desse modelo, o crowdfunding naturalmente encontra uma certa resistência para que consiga atingir seu potencial máximo, ou pelo menos esperado (MAXIMILIANO, 2015). Tais barreiras já foram amplamente estudadas por Porter, quando trouxe à luz os conceitos de barreiras à entrada de novos competidores no mercado, no qual novos entrantes encontram resistência natural do mercado, seja por

dificuldades em se adequar às necessidades dos consumidores por parte de conhecimentos limitados no tocante à inovação, seja por dificuldades para ganhar público e se estabelecer no mercado como condição para competição natural com seus concorrentes (PORTER, 1999). Como o modelo de negócio é relativamente novo com as primeiras plataformas online datando de meados de 2009, nota-se que ainda não existem muitos estudos destinados a abordagem o tema, ressaltando a importância de se desenvolver uma agenda de estudos e pesquisas específicas relacionadas ao tema do crowdfunding no país.

1.2. Objetivos:

1.2.1. Objetivo Geral

Construir conhecimento sobre o tema Crowdfunding no Brasil

1.2.2. Objetivos Específicos

- Selecionar um portfólio bibliográfico específico sobre o tema;
- Fazer a análise bibliométrica do portfólio levantado;
- Identificar oportunidades de pesquisa relacionadas ao tema.

1.3. Justificativa:

Com a finalidade de entender melhor o funcionamento e a dinâmica do modelo de financiamento coletivo no país, tem-se a oportunidade de desbravar um modelo de negócio ainda pouco estudado e pouco explorado. O financiamento coletivo, por definição, é um modelo econômico existente desde os primórdios do capitalismo moderno, em que os primeiros produtores organizavam-se para compras coletivas de matéria-prima ou produtos de outrem (MANCINI, 1999). Entretanto, tais técnicas, mesmo comuns e presentes, ainda não eram empregadas de maneira disseminada e dependiam da confiança entre conhecidos para torná-la viável. Com a evolução dos meios de comunicação e disseminação de idéias e informações de maneira quase concomitante aos acontecimentos, uma nova oportunidade surge: A da formalização do modelo da economia colaborativa pós-moderna (SINGER, 1997).

Assim, a cultura da internet, ou cibercultura como denomina Lemos (Lemos, 2002), preenche uma lacuna entre a falta de proximidade e intimidade entre as pessoas, que supostamente seria responsável pela confiança que deveria ser gerada e o dinamismo da vida atual (LEMOS, 2002). Com a internet, é possível a comunicação de pessoas de diferentes localidades e culturas, aproximadas por um interesse em comum ou pessoas correlatas e, nesse novo cenário, o compartilhamento e a noção de causas comuns são capazes de expandir antigas fronteiras para essa sociedade baseada em interesses compartilhados.

A cibercultura vai se caracterizar pela formação de uma sociedade estruturada através de uma conectividade telemática generalizada, ampliando o potencial comunicativo, proporcionando a troca de informações sob as mais diversas formas, fomentando agregações sociais. (LEMOS, 2002, p.87)

Apresentando-se assim como um novo modelo econômico estabelecido nesse cenário de economia colaborativa e nascido graças aos avanços tecnológicos desse tempo, faz-se necessário trazer o financiamento colaborativo à luz das produções da sociedade acadêmica. Esta, por sua vez, é capaz de apresentar à sociedade estudos com potencial de serem aplicados e trazerem retornos positivos. Desse modo, o presente trabalho mostra-se importante, uma vez que propõe um estudo sistematizado sobre a produção acadêmica do tema em questão.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Economia Solidária e Conceito de Rede:

Para o presente projeto, a bibliografia foi selecionada para que se faça possível explicar sobre a evolução do modelo de economia colaborativa até que esta alcance potencial para tornar possível o financiamento coletivo em prol de causas coletivas e particulares também. Só a partir de então, com esse

histórico já conhecido, a busca das barreiras para o avanço desse modelo no Brasil será plausível.

Singer considera a evolução do capitalismo para uma nova economia que denomina solidária, na qual indivíduos e organizações se unem para arrecadar fundos ou viabilizar, de maneiras alternativas, o desenvolvimento de projetos para o bem coletivo ou causas de ajuda. Ele dita também que indivíduos são capazes de se unir para conseguir gerar renda de maneira alternativa às determinações neoliberais (SINGER, 1997). Esse seria o cerne do financiamento colaborativo, segundo Maximiliano que, junto com as teorias do capitalismo solidário, utiliza-se da internet como causa principal da expansão das atuais fronteiras dos modelos de negócio vigentes e traz à luz a capacidade de produção, comercialização e difusão da informação independente dos meios tradicionais. (MAXIMILIANO, 2015).

Mance reforçou e evoluiu o conceito abordado por Singer ao abordar como as redes e formações conjuntas podem fomentar alternativas ao modelo de lucro e produção capitalista atual. (MANCE, 1999).

Trata-se de uma articulação entre diversas unidades que, através de certas ligações, trocam elementos entre si, fortalecendo-se reciprocamente, e que podem se multiplicar em novas unidades, as quais, por sua vez, fortalecem todo o conjunto na medida em que são fortalecidas por ele, permitindo-lhe expandir em novas unidades ou manter-se em equilíbrio sustentável. Cada nódulo da rede representa uma unidade e cada fio um canal por onde essas unidades se articulam através de diversos fluxos. (MANCE, 1999)

Utilizando-se do conceito de redes, os estudos de Mance elucidam como o coletivo consegue movimentar causas e fundos pelo conceito de cada unidade estar ligada por um “fio” como denomina, possibilitando articulações de diversos fluxos e direções, utilizando-se de uma dialética comum a todos os

indivíduos interessados e atingidos e unindo-se em rede para atingirem uma meta delimitada. (MANCE, 1999)

2.2. Comportamento dos indivíduos participantes do crowdfunding:

Utilizando-se da rede colaborativa denominada anteriormente, os indivíduos são capazes de tornarem-se receptores de informações inversas com a mesma facilidade de tornarem-se comunicadores e difusores de informações, utilizando-se então do mesmo canal (MANCE, 1999). Neste sentido, Lévy discorre sobre a existência de uma inteligência coletiva, criada e alimentada pelos participantes da rede (LÉVY, 1996). Assim, a comunidade virtual fomenta um ambiente capaz de criar e validar coletivamente conhecimentos que teriam maior dificuldade se criados por um único indivíduo, podendo-se este ser melhorado e aprimorado com participação de demais membros da comunidade.

As plataformas de crowdfunding, locadas em ambientes virtuais e compartilhados, funcionam dessa maneira. Uma vez que um projeto é submetido ao público, é possível compartilhar a informação com conhecidos e indivíduos que a priori não saberiam da existência desse projeto, entrar em discussões abertas a fim de aprimorá-lo, acompanhar o seu desenvolvimento, colaborar com doações de valores diversos e ainda é possível que o dono do projeto possa validar a sua idéia e colocá-la a teste para futuros colaboradores e consumidores em potencial, e então o ambiente possibilita uma fase de “pré-teste” de mercado para investidores e empreendedores, de maneira colaborativa, irrestrita e gratuita (MAXIMILIANO, 2015).

Outro fator importante a destacar é a não necessidade de especialização dos indivíduos, ou seja, não é necessário nem que o favorecido seja especialista nos assuntos que envolvem o projeto, nem que os doadores assim o sejam. O que ocorre é que, quanto maior a credibilidade e maior o refinamento que o projeto se apresenta ao público, maiores são as chances de conseguir financiamento. Primo embasa essa argumentação quando explica que os usuários da internet podem validar e contribuir com diferentes idéias sem nenhuma obrigação de identificação entre os usuários entre si, formadores e

contribuintes (PRIMO, 2007). Nesse aspecto, a falta de obrigação para com os usuários de plataformas online revalida o conceito de inteligência coletiva apresentado por Lévy (LÉVY, 1996) e elucida um livre acesso para todos, tornando o fator de contato entre indivíduos das redes muito mais importante do que os conhecimentos requeridos pelo livre mercado e tornando o ambiente com livres possibilidades de sucesso para diferentes projetos.

2.3. Como funciona uma plataforma de crowdfunding:

Por via de regra geral, o empreendedor cria um projeto de qualquer natureza e o submete a angariar fundos por meio de uma plataforma online. Nesse projeto, existe a descrição dele, constando sua natureza, seu desenvolvimento, prazo para conclusão e materiais necessários, assim como uma meta específica de dinheiro que precisa levantar por meio de doações na plataforma. Uma vez que o projeto vai ao ar, qualquer indivíduo pode fazer uma doação financeira (por intermédio da plataforma de crowdfunding) e contribuir para que o projeto saia do papel. Como recompensa pelas doações, o dono do projeto pode optar ou não por distribuir brindes aos doadores, produtos específicos ou participações nas ações das empresas, conforme o tipo de plataforma, conforme apresentado pelo Departamento de Pesquisa da Internacional Organization of Securities Commission (IOSCO):

Crowdfunding baseado em doações: São campanhas destinadas a angariar fundos por meio de doações e emana o caráter assistencialista fomentado por organizações sociais sem fins lucrativos. Como exemplo a essa categoria, têm-se projetos de auxílio a vítimas de catástrofes naturais e levantamento de fundos para campanhas eleitorais. Nessa modalidade, os projetos podem ou não ter meta financeira específica (depende das exigências e normas da plataforma em que será submetido), e não oferecerem brindes em troca de doações como motivação para tal.

Crowdfunding baseado em recompensas: Nessa modalidade, os projetos são submetidos em plataformas diversas, com meta e natureza variadas, e a cada doação feita o dono do projeto se compromete a dar uma recompensa ao doador, podendo assim a recompensa variar conforme o valor

da doação ou ser fixa para todos os doadores do projeto. Nesse cenário, o projeto pode ou não ter meta delimitada (dependendo das exigências ou normas da plataforma em que será submetido) e necessariamente oferece brindes aos doadores. Nesse caso encontram-se projetos variados, como um projeto para reformar uma casa ou um projeto para lançar um novo smartphone no mercado.

Crowdfunding para empréstimos: Nessa modalidade, indivíduos e corporações emprestam e tomam emprestado valores com taxas mais favoráveis do que as do mercado e com taxas de remuneração mais atrativas. Entretanto, essa modalidade não é explorada no Brasil graças a impedimentos legais do país para tal, sendo restrita apenas a instituições financeiras.

Crowdfunding para capital inicial de empresas nascentes: Configura-se como um espaço propício para práticas semelhantes a um investimento anjo, destinado a angariar fundos para o capital inicial de empresas e startups. Ou seja, os investidores doam recursos para lançamento de determinada empresa e, no final, auferem uma participação nessa empresa que será de maior ou menor importância dependendo do sucesso ou do fracasso desta.

Atualmente, no Brasil as plataformas de crowdfunding mais expressivas e populares restringem-se aos primeiros dois tipos listados, sendo mais comuns por possibilitarem a qualquer indivíduo lançar qualquer projeto em campanha aberta, em prol de arrecadar dinheiro para sua elaboração e não envolvendo atores importantes do mercado tradicional, como empresas, startups e investidores do mercado corporativo.

3. METODOLOGIA

3.1. Enquadramento Metodológico

O enquadramento metodológico da presente pesquisa será apresentado considerando a natureza do objeto, a natureza da pesquisa, a abordagem do problema e o instrumento de intervenção (RICHARDSON, 1999). Desse

modo, a pesquisa é classificada como exploratória e descritiva. Exploratória, uma vez que se baseia no levantamento da bibliografia já produzida nacionalmente e considerada relevante para o contexto acadêmico, descritiva, pois tem como objetivo principal apresentar as características da amostra de publicações científicas e, assim, identificar oportunidades de pesquisa (RICHARDSON, 1999).

Referindo-se à natureza da pesquisa, ela é classificada como teórico/ilustrativa, uma vez que visa apresentar o processo de busca de artigos relevantes sobre o tema em questão e analisa a amostra de artigos selecionados por meio da técnica de análise bibliométrica (RICHARDSON, 1999).

A pesquisa caracteriza-se tanto como qualitativa quanto quantitativa considerando-se a abordagem do problema. Qualitativa, uma vez que visa aplicar um processo de busca de uma determinada amostra de publicações pertinentes ao assunto e que geram o portfólio bibliográfico (RICHARDSON, 1999; AFONSO *et al*, 2011). Quantitativa, graças a análise bibliométrica e suas referências, realizadas por meio da contagem das variáveis investigadas (AFONSO *et al*, 2011).

Quanto ao procedimento de intervenção, o presente trabalho utilizou-se da pesquisa bibliográfica. Assim, é classificada como bibliográfica uma vez que se baseia na análise das publicações pertinentes ao meio acadêmico (RICHARDSON, 1999).

3.2. Procedimento de Revisão da Literatura

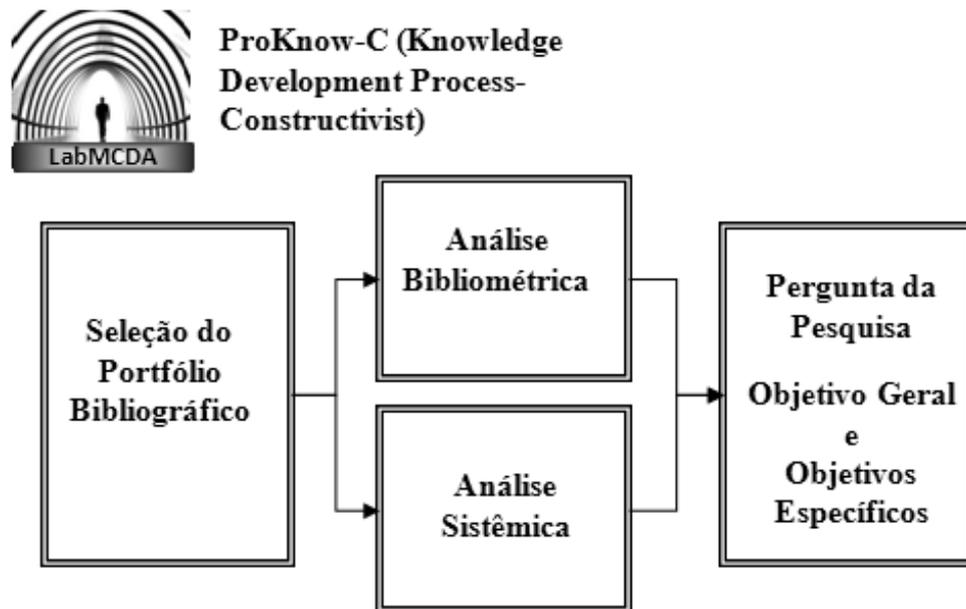
O processo metodológico escolhido para delimitar e analisar o referencial teórico foi o Knowledge Development Process - Constructivist (ProKnow-C) (ENSSLIN, ENSSLIN, LACERDA, TASCA, 2010).

Para tanto, faz-se necessário explicar sobre as etapas desse processo para desenvolvimento do conhecimento. Ele segmenta-se em: Seleção do Portfólio Bibliográfico, Análise Bibliométrica, Análise Sistêmica e Definição da Pergunta da Pesquisa, Objetivo Geral e Objetivos Específicos.

Para fins deste trabalho, apenas as etapas de Seleção do Portfólio Bibliográfico e Análise Bibliométrica serão exploradas e cumpridas. Justifica-se a escolha deste caminho uma vez que o foco do trabalho é demonstrar o

caminho para o aprimoramento do conhecimento do pesquisador ainda na primeira fase, momento em que esse possui apenas a definição do tema em mente e deseja aprofundar-se fazendo uso de estudos das produções acadêmicas a serem aqui tratadas.

Figura 1 - Ilustração das etapas do processo ProKnow-C.



Fonte: Adaptado de Ensslin, Ensslin, Lacerda, Tasca (2010)

A etapa de Seleção do Portfólio Bibliográfico tem por finalidade identificar as publicações científicas referentes à temática a ser abordada pelo pesquisador. Ela é composta por três etapas: seleção do banco de artigos bruto, filtragem do banco de artigos, e realização do teste de representatividade do Portfólio bibliográfico. (ENSSLIN, ENSSLIN, LACERDA, TASCAS, 2010).

A etapa seguinte delimita-se pela análise bibliométrica dos artigos anteriormente levantados, na intenção de identificar quais são as características de tais publicações e, assim, construir o conhecimento do pesquisador. Caracteriza-se, basicamente, por uma contagem de ocorrências de características nas publicações relevantes para o objeto de estudo. (ENSSLIN, ENSSLIN, LACERDA, TASCAS, 2010). A proposta do presente trabalho é trazer à luz justamente a análise bibliométrica da produção acadêmica nacional sobre o tema *crowdfunding*.

A etapa da análise sistêmica tem por objetivo oferecer subsídios para a que o pesquisador seja capaz de realizar uma análise crítica do portfólio bibliográfico selecionado. Ela é uma atividade reflexiva e analítica em que o pesquisador, baseando-se em um referencial teórico, analisa se tais publicações possuem afiliação com esse referencial. (ENSSLIN, ENSSLIN, LACERDA, TASCA, 2010).

Todos os processos anteriores geram atividade para aflorar suficiente conhecimento sobre o fragmento de literatura no pesquisador, e este passa então a ser capaz de identificar como intervir cientificamente no estudo do objeto em questão em meio às publicações da comunidade acadêmica e justificar, de forma fundamentada, tal intervenção. Como consequente, com essa etapa o pesquisador pode evidenciar a pergunta da pesquisa e o objetivo que serão capazes de orientar futuros trabalhos acerca do tema. (ENSSLIN, ENSSLIN, LACERDA, TASCA, 2010).

A fim de delimitar o portfólio bibliográfico da pesquisa, o processo será dividido em três fases: Seleção do banco de artigos bruto, Filtragem do banco de artigos e Teste de representatividade do portfólio bibliográfico (ENSSLIN, ENSSLIN, LACERDA, TASCA, 2010). A primeira fase é subdividida em três demais etapas, que são:

- Definir palavras-chave: Definem-se palavras-chave alinhadas ao tema da pesquisa para que sejam usadas como filtro na ferramenta de busca das publicações;
- Definir bases de dados: Definem-se as bases que reúnem as publicações científicas de diversos periódicos;
- Busca de artigos: Busca dos artigos por meio das palavras-chave nas bases de dados anteriormente delimitadas;

A segunda fase, de filtragem do banco de artigos, é subdividida em outras cinco etapas, quais são:

- Eliminação de artigos repetidos: Eliminam-se artigos repetidos a fim de evitar retrabalho;
- Alinhamento pela leitura do título: Realiza-se a leitura dos títulos de todos os artigos a fim de excluir aqueles que estão em inconformidade com o tema;

- Alinhamento quanto ao reconhecimento científico: Verifica-se quão relevante o artigo é perante o meio científico graças a identificação de quantas vezes o artigo foi citado no meio acadêmico.
- Alinhamento pela leitura do resumo: Verificam-se quais artigos estão em inconformidade com o tema graças a uma leitura preliminar do seu resumo.
- Alinhamento pela leitura integral dos artigos: Procede-se a leitura integral do artigo a fim de identificar o alinhamento deste com o tema da pesquisa.

Por fim, realiza-se um Teste de representatividade do portfólio bibliográfico a fim de incorporar no portfólio previamente delimitado artigos que não foram selecionados nas etapas anteriores e então verificar a representatividades desses no portfólio, baseando-se pelo total de referências bibliográficas relacionadas a tais artigos no meio acadêmico. Caso tais artigos angariem alta representatividade pelas citações, então são incorporados ao portfólio bibliográfico da pesquisa.

Os artigos considerados alinhados e pertinentes ao assunto passam a compor o portfólio bibliográfico a ser analisado pelo pesquisador.

Uma vez definido o portfólio bibliográfico, realiza-se a análise das publicações acadêmicas a fim de quantificar as características de cada publicação. Nesse momento da análise, cinco aspectos são levados em consideração: (a) relevância dos periódicos; (b) reconhecimento científico das publicações; (c) autores de maior destaque; (d) palavras-chave mais utilizadas; e, (e) análise do fator de impacto dos periódicos do PB (BORTOLUZZI et al., 2011; ENSSLIN et al., 2012).

Dessa forma, dando seqüência à explanação quanto ao procedimento de pesquisa, uma vez realizadas as análises de todos os aspectos quantitativos das publicações acadêmicas delimitadas pelo portfólio bibliográfico, é possível realizar comparações e explanações acerca do estado da arte elucidado, e, desse modo, a presente pesquisa cumpre com o propósito de realizar uma revisão sistemática e estruturada da produção nacional sobre o tema *crowdfunding*.

4. ANÁLISE DO PORTFÓLIO BIBLIOGRÁFICO

4.1. Seleção do Portfólio Bibliográfico

O objetivo da fase de seleção do portfólio bibliográfico consiste em permitir ao pesquisador reunir um grupo específico de artigos relacionados ao tema a ser pesquisado. Para tanto, o pesquisador faz uso de três procedimentos distintos: Seleção do Banco de Artigos Bruto; filtragem dos artigos conforme alinhamento de pesquisa; e teste de representatividade do portfólio bibliográfico (BORTOLUZZI et al., 2011; ENSSLIN et al., 2012). Ao final desse processo, o pesquisador delimita o conjunto de artigos relevantes e alinhados à sua pesquisa, denominado Portfólio Bibliográfico.

Seleção do Banco de Artigos Bruto: O primeiro procedimento para nortear o pesquisador é definir o eixo de pesquisa, no caso do presente trabalho é definido o eixo diretamente pelo tema do trabalho, qual seja: *Crowdfunding*. Uma vez com o eixo de pesquisa definido, o pesquisador segue as seguintes fases para delimitação do Banco de Artigos Bruto:

- Definição da(s) palavras(s)-chave: Após a definição do eixo de pesquisa, o pesquisador delimita palavras-chave que servirão de guias para a busca dos artigos que a contenham. Para o presente trabalho, a palavra-chave delimitada foi *crowdfunding*, uma vez que engloba o conceito e o modelo de negócio a ser estudado.
- Definição da base de dados: A busca pelas publicações acadêmicas que contenham a palavra-chave deve ser feita em portais pré delimitados pelo pesquisador. Para essa pesquisa, foram delimitados os seguintes portais eletrônicos: *Spell*, *Scielo*, *Portal Periódico Capes* e *Banco de dados SBU (Sistema de Bibliotecas da Unicamp)*. Além dessas bases de dados, foi utilizada a base do *Google Scholar* para fazer a busca apenas por artigos em português, disponíveis para leitura do conteúdo integral online e que tivessem uma ou mais citações (comprovando assim sua relevância para o contexto acadêmico).

A partir da escolha da base, inicia-se a busca das publicações por meio da palavra-chave. Como a pesquisa visa estudar o estado da arte de produção nacional, como critério de restrição à pesquisa do banco de dados tem-se: busca pela palavra-chave *crowdfunding*, produção *Brasil*, idioma *Português*, apenas publicações analisadas por especialistas e desconsiderar nota bibliográfica.

- Busca nos artigos nas bases de dados com a palavra-chave: Neste momento, há a busca nas bases delimitadas no passo anterior com a palavra-chave escolhida. Com essa busca, chegou-se a um total de 86 artigos que passaram então a formar o Banco de Artigos Bruto. Cumpre informar que o gerenciador bibliográfico Endnote X7 foi utilizado para organização de reunião das publicações do Banco de Artigos.
- Teste de Aderência da palavra-chave: Uma vez com o portfólio bruto delimitado, foram escolhidos 6 artigos aleatórios para verificar se havia a necessidade de incluir novas palavras-chave. Neste caso, concluiu-se que não haveria necessidade dessa inclusão, uma vez que a palavra-chave selecionada estava alinhada com os artigos e com o tema da pesquisa.

Filtragem do Banco de Artigos Bruto e Teste de Representatividade: Uma vez com o Banco de Artigos Bruto delimitado, realiza-se a filtragem deste a fim de excluir artigos que ainda não estejam condizentes com a pesquisa. Neste momento da pesquisa, com o auxílio do gerenciador bibliográfico foram excluídos:

- Artigos repetidos: Uma vez com os artigos repetidos excluídos, o portfólio bibliográfico de 86 artigos passou a conter apenas 48 títulos;
- Alinhamento dos títulos com o tema da pesquisa: Pela leitura dos títulos dos artigos, pode-se excluir do portfólio bibliográfico aquelas publicações que não condizem com o

tema de pesquisa. Dessa forma, o portfólio bibliográfico passou a conter 31 artigos.

- Reconhecimento científico dos artigos: Como a revisão dos trabalhos por analistas já foi considerada no filtro preliminar da busca, todos os 31 artigos tinham reconhecimento científico considerado.
- Alinhamento dos resumos com o tema: Nesta etapa, os resumos dos trabalhos foram lidos e foi constatado que, tomando-se por base o resumo, apenas 27 artigos estavam alinhados com o tema de pesquisa.
- Disponibilidade dos artigos na íntegra nas bases: Neste quesito, foi verificado se todos os trabalhos encontravam-se disponíveis e em português. Dos 27 artigos delimitados anteriormente, apenas 24 artigos estão disponíveis na íntegra e em português nas bases pesquisadas. São eles:

Tabela 1: Artigos Selecionados para o Portfólio Bibliográfico

Autor	Título	Ano
Azevedo, R. T. T. d	Crowdfunding no Brasil: percepção do empreendedor na utilização do Crowdfunding	2015
Belo de Oliveira, T.	Economia de rede na produção teatral: a campanha de crowdfunding da Cia. Luis louis.	2015
Bernardes, B. ; Lucian, R.	Comportamento de consumidores brasileiros e portugueses em plataformas de crowdfunding.	2015
Bernardes, B. ; Lucian, R.	Crowdfunding: A Influência da Co-Criação e do Sentimento de Pertença na Satisfação dos Apoiadores Luso-Brasileiros.	2015
Bier, C. A. ; Cavalheiro, R. A.	Lei Rouanet x Crowdfunding: fomentando os Empreendimentos Culturais.	2015
Blanck, M. ; Janissek-Muniz, R.	Inteligência estratégica antecipativa coletiva e crowdfunding: aplicação do método L.E.SCAning em empresa social de economia peer-to-peer (P2P).	2014
Cocate, F. M ; Júnior, C. P.	Crowdfunding: estudo sobre o fenômeno virtual.	2016
Cocate, F. M ; Júnior, C. P.	Estudo sobre crowdfunding: fenômeno virtual em que o apoio de uns se torna a força de muitos.	2011

Valiati, V. A. D.	Crowdfunding e Indústria Cultural: as novas relações de produção e consumo baseadas na cultura da participação e no financiamento coletivo.	2013
Araújo, L. V. d.	Inovação no Jornalismo: um estudo de caso do crowdfunding.	2016
Felinto, E.	Crowdfunding: entre as Multidões e as Corporações.	2012
Felitti, G. ; Corrêa, E. S.	O crowdfunding no Brasil: configuração de um canal midiático ou uma simples modalidade econômica?	2015
Lima, F. Q.	Crowdfunding: renovando o financiamento à inovação.	2014
Machado, T. P.	A economia do crowdfunding.	2015
Martins, L. ; Medeiros, M. L.	Crowdfunding como Alternativa no Turismo: Análise do Modus Operandi das Plataformas Brasileiras.	2017
Menezes, U. G. d.	Consumo colaborativo: relação entre confiança e cooperação.	2015
Monteiro, M. d. C. P.	Crowdfunding no Brasil: uma análise sobre as motivações de quem participa.	2014
PALOMINO, P. T.	A Cultura Participativa e o Crowdfunding: um estudo sobre a influência dos fãs no financiamento de projetos.	2014
Pintado, D. H.	Crowdfunding e a cultura da participação: motivações envolvidas na participação em projetos de patrocínio coletivo.	2011
Riffel, M. G.	Crowdfunding: de modismo a novo instrumento financeiro.	2016
Sbegen, B. M.	A multidão do crowdfunding na economia do virtual: um estudo do site catarse.	2012
Steffen, C.	Meios digitais participativos e economia criativa: uma exploração das plataformas Brasileiras de crowdfunding.	2015
Valiati, V. A. D. ; Tietzmann, R.	Crowdfunding: O financiamento coletivo como Mecanismo de Fomento à Produção Audiovisual.	2012
Valiati, V. A. D.	Crowdfunding e Audiovisual: análise de novas perspectivas a partir do caso Ajuntamento Criativo.	2015

Fonte: Dados da pesquisa

Ao término desse processo, chega-se ao número de 24 publicações acadêmicas que compõem o portfólio bibliográfico usado para determinar o estado da arte pelo pesquisador.

4.2. Análise Bibliométrica

Uma vez que o pesquisador possui o portfólio bibliográfico já definido, ele pode iniciar o processo de identificação das características quantitativas de cada artigo e, dessa forma, gerar conhecimento quanto ao tema de pesquisa. Para tanto, segundo Bortoluzzi e Ensslin, é possível considerar 5 quantificações, quais são: Relevância dos periódicos; reconhecimento científico dos artigos; autores de maior destaque; palavras-chave mais utilizadas; e, análise do fator de impacto dos periódicos (Bortoluzzi et al., 2011; Ensslin et al., 2013). Cabe ressaltar que os artigos são de publicação muito recente e esse fator impacta diretamente nas quantificações a serem analisadas.

Na Tabela 3 dispõe-se das informações pertinentes para a análise bibliométrica de todos os artigos selecionados.

Tabela 2: Análise Bibliométrica do Portfólio Bibliográfico

Autor	Título	Ano	Publicado em	Citações
Azevedo, R. T. T. d	Crowdfunding no Brasil: percepção do empreendedor na utilização do Crowdfunding	2015	Repositório Uniceub	1
Belo de Oliveira, T.	Economia de rede na produção teatral: a campanha de crowdfunding da Cia. Luis louis.	2015	Repositório Uniceub	1
Bernardes, B. ; Lucian, R.	Comportamento de consumidores brasileiros e portugueses em plataformas de crowdfunding.	2015	Revista de Gestão dos Países de Língua Portuguesa	4
Bernardes, B. ; Lucian, R.	Crowdfunding: A Influência da Co-Criação e do Sentimento de Pertença na Satisfação dos Apoiadores Luso-Brasileiros.	2015	Revista Eletrônica de Gestão Organizacional	1
Bier, C. A. ; Cavalheiro, R. A.	Lei Rouanet x Crowdfunding: fomentando os Empreendimentos Culturais.	2015	Revista Pensamento Contemporâneo em Administração	3

Blanck, M. ; Janissek- Muniz, R.	Inteligência estratégica antecipativa coletiva e crowdfunding: aplicação do método L.E.SCAning em empresa social de economia peer-to-peer (P2P).	2014	Revista de Administração	12
Cocate, F. M ; Júnior, C. P.	Crowdfunding: estudo sobre o fenômeno virtual.	2016	LÍBERO. ISSN	4
Cocate, F. M ; Júnior, C. P.	Estudo sobre crowdfunding: fenômeno virtual em que o apoio de uns se torna a força de muitos.	2011	SIMPÓSIO NACIONAL ABCiber	10
Valiati, V. A. D.	Crowdfunding e Indústria Cultural: as novas relações de produção e consumo baseadas na cultura da participação e no financiamento coletivo.	2013	Verso e Reverso	4
Araújo, L. V. d.	Inovação no Jornalismo: um estudo de caso do crowdfunding.	2016	Estudos em Jornalismo e Mídia	0
Felinto, E.	Crowdfunding: entre as Multidões e as Corporações.	2012	Comunicação, Mídia e Consumo	8
Felitti, G. ; Corrêa, E. S.	O crowdfunding no Brasil: configuração de um canal midiático ou uma simples modalidade econômica?	2015	11ª Conferência Mundial de Economia e Gestão de Mídia	1
Lima, F. Q.	Crowdfunding: renovando o financiamento à inovação.	2014	Biblioteca central UNB	3
Machado, T. P.	A economia do crowdfunding.	2015	Repositório Unesp	1
Martins, L. ; Medeiros, M. L.	Crowdfunding como Alternativa no Turismo: Análise do Modus Operandi das Plataformas Brasileiras.	2017	PODIUM	0
Menezes, U. G. d.	Consumo colaborativo: relação entre confiança e cooperação.	2015	Revista Metropolitana de Sustentabilidad e	3
Monteiro, M. d. C. P.	Crowdfunding no Brasil: uma análise sobre as motivações de quem participa.	2014	Biblioteca Digital FGV	3
PALOMINO , P. T.	A Cultura Participativa e o Crowdfunding: um estudo sobre a influência dos fãs no financiamento de projetos	2014	XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação	1

Pintado, D. H.	Crowdfunding e a cultura da participação: motivações envolvidas na participação em projetos de patrocínio coletivo.	2011	LUME UFRGS	6
Riffel, M. G.	Crowdfunding: de modismo a novo instrumento financeiro.	2016	Biblioteca Digital FGV	1
Sbeghen, B. M.	A multidão do crowdfunding na economia do virtual: um estudo do site catarse.	2012	LUME UFRGS	2
Steffen, C.	Meios digitais participativos e economia criativa: uma exploração das plataformas Brasileiras de crowdfunding.	2015	Intexto UFRGS	2
Valiati, V. A. D. ; Tietzmann, R.	Crowdfunding: O financiamento coletivo como Mecanismo de Fomento à Produção Audiovisual.	2012	XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul	6
Valiati, V. A. D.	Crowdfunding e Audiovisual: análise de novas perspectivas a partir do caso Ajuntamento Criativo.	2015	Periodicos UFPB	2

Fonte: Dados da pesquisa

Dando-se sequência à análise bibliométrica, tem-se a análise quanto à relevância dos periódicos do portfólio bibliográfico. A importância dessa etapa dá-se graças ao objetivo de identificar quais periódicos têm maior destaque para que, em futuras pesquisas, pesquisadores tenham o caminho facilitado para busca por publicações referentes a esse tema (BORTOLUZZI et al, 2011). Com essa análise, define-se que não há um periódico que se destaque com maior número de publicações analisadas, uma vez que essas estão distribuídas em 11 periódicos distintos. Gráfico 1 ilustra a quantidade de publicações referentes ao portfólio bibliográfico em que se encontra cada periódico.

Gráfico 1: Nº de Artigos Publicados por Periódico



Fonte: Dados da pesquisa

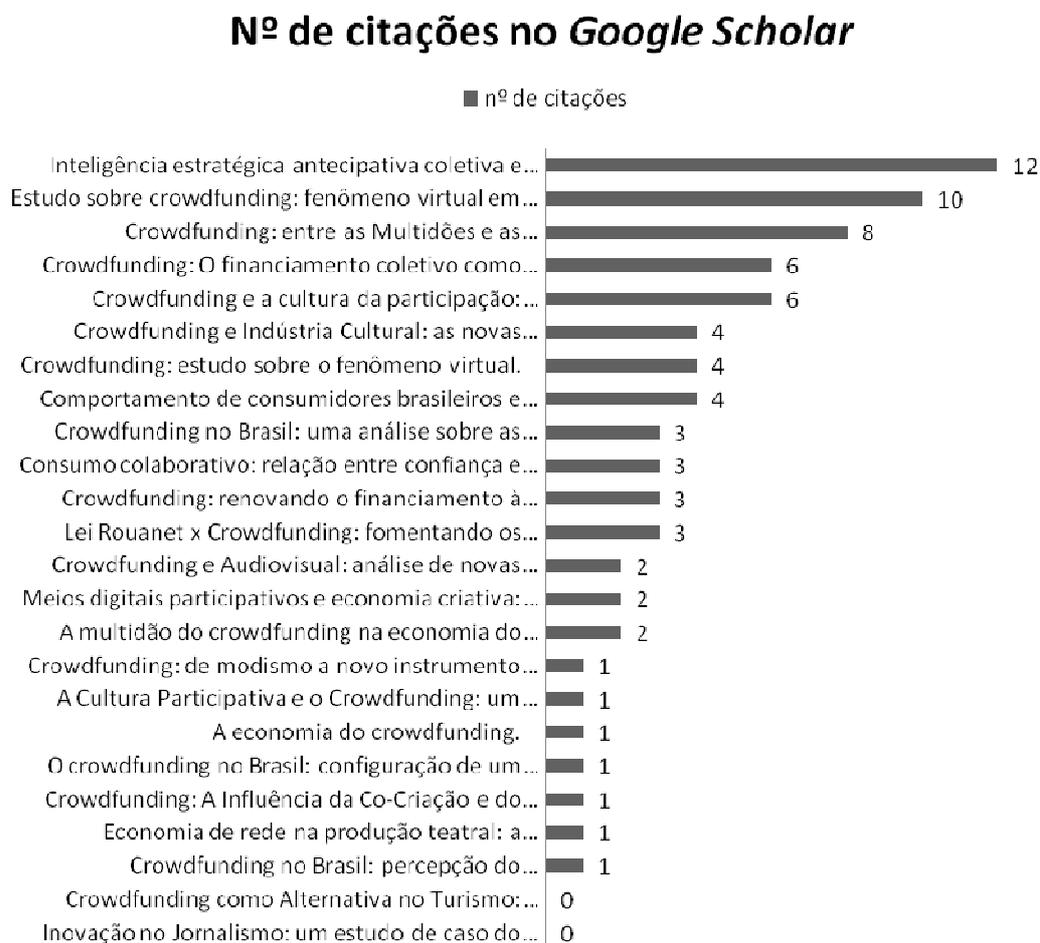
Para além na análise da quantidade de artigos que cada periódico publicou, é importante analisar quais periódicos se destacam graças à quantidade de artigos citados por cada publicação. Nesta análise em específico, constatou-se que os periódicos que foram mais reverenciados pelos artigos do portfólio delimitado foram: Revista Eptic Online, com 7 referências, Revista Novos Olhares, com 5 referências e Revista Radar Inovação, essa, por sua vez, com 4 referências.

Além de verificar a participação de cada periódico, faz-se necessário identificar a relevância científica dos artigos do portfólio selecionado, dessa forma futuros pesquisadores poderão utilizar tal artigo como referência na formação do conhecimento relacionado ao tema (BORTOLUZZI et al, 2011). Para realização dessa etapa, foi pesquisado no *Google Scholar* o número de citações que cada artigo recebeu na comunidade de produção acadêmica.

Em uma análise breve, é possível notar que todas as publicações do portfólio são recentes (as mais antigas datam de 2011), isso graças ao modelo de negócios e tema dessa pesquisa ser também novo. Também é notável que os artigos tenham um número baixo de citações (o mais citado segundo o *Google*

Scholar possui 12 citações) e os artigos mais antigos também são, por conseguinte, os com maior número de citações.

Gráfico 2: Nº de Citações (Google Scholar) Por Artigo

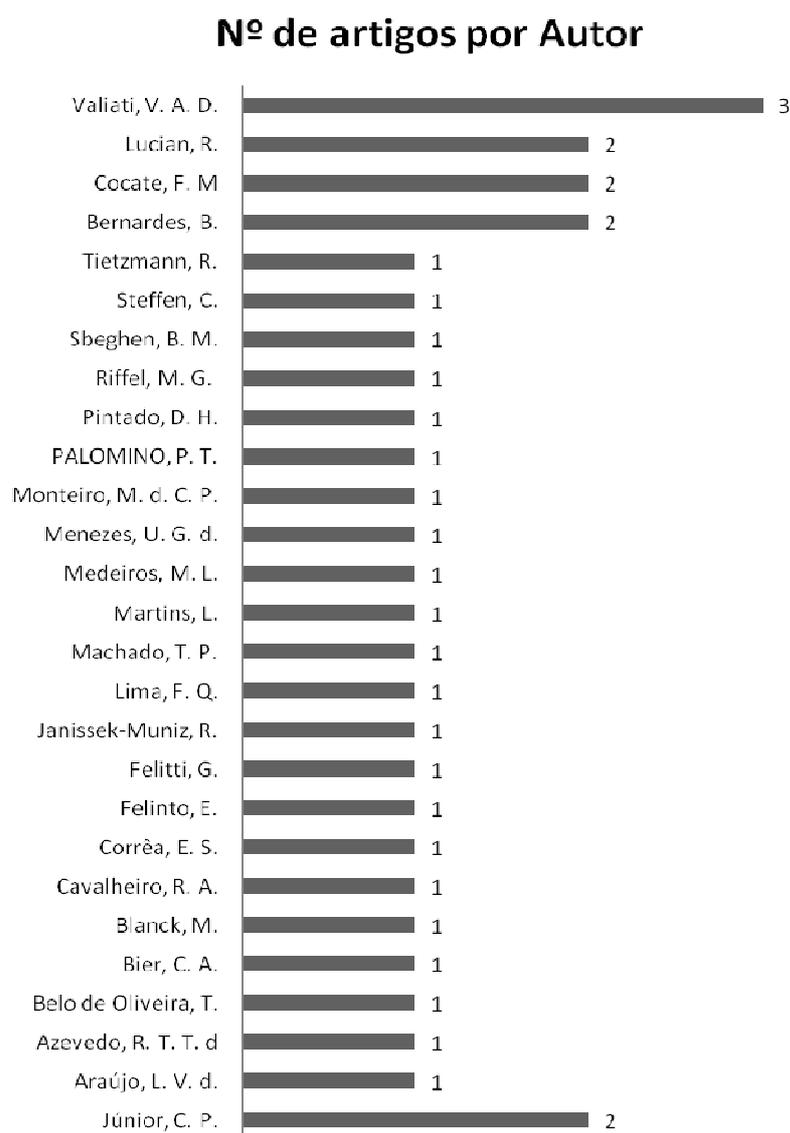


Fonte: Dados da pesquisa

Os artigos que possuem mais citações são: *Inteligência estratégica antecipativa coletiva e crowdfunding: aplicação do método L.E.SCA...*; *Estudo sobre crowdfunding: fenômeno virtual em que o apoio de uns se torna a força de muitos; e, Crowdfunding: entre as Multidões e as Corporações*, contando com 12, 10 e 8 citações até a data da pesquisa. Cumpre explicar que a presente pesquisa foi feita entre os meses de junho e novembro de 2017.

A próxima questão a ser analisada refere-se ao autor que mais se sobrepõe no portfólio bibliográfico. Neste caso, a autora, Vanessa Amália Dalpizol Valiati contribuiu com a maior participação no portfólio bibliográfico analisado, sendo autora de 3 artigos, os autores Barto Bernardes e Rafael Lucian contribuíram em conjunto com 2 artigos e os autores Flávia Medeiros Cocate e Pernisa Júnior contribuíram com outros 2 artigos.

Gráfico 3: Autores com Maior Participação no Portfólio Bibliográfico



Fonte: Dados da pesquisa

Cruzando-se a informação de citações dos artigos com número de citações dos autores mais citados das referências do portfólio bibliográfico

encontra-se o artigo com o maior destaque perante todos os apresentados nos estudos. Ao realizar tal análise, o artigo de maior peso na literatura relacionada ao tema é: *Estudo sobre crowdfunding: fenômeno virtual em que o apoio de uns se torna a força de muitos*, de autoria de Flavia Medeiros Cocate e Pernisa Júnior (2011), com 8 referências nos artigos do portfólio bibliográfico estudado. Demais artigos que tiveram referências foram: *Crowdfunding: entre as Multidões e as Corporações* (FELINTO, 2012), *Crowdfunding e Indústria Cultural: as novas relações de produção e consumo baseadas na cultura da participação e no financiamento coletivo* (VALIATI, 2013) e *Crowdfunding no Brasil: uma análise sobre as motivações de quem participa* (MONTEIRO, 2014). Importante notar que o número de citações acompanha a data das produções, com os maiores números de referências destinados aos artigos com maior tempo de existência.

Seguindo-se a análise, referente às palavras-chaves que mais foram utilizadas nos artigos, indicou-se que 46 palavras-chave foram usadas nas publicações, sendo que as que mais aparecem são: *Crowdfunding*, *Financiamento*, *Empreendedorismo* e *Cultura Participativa*, sendo citadas 16, 4, 4, e 4 vezes respectivamente. O Gráfico 4 elucida a referência às palavras-chave utilizadas.

Gráfico 4: Palavras-chave citadas no Portfólio Bibliográfico

Palavras-chave mais utilizadas



Fonte: Dados da pesquisa

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O modelo de financiamento coletivo crowdfunding vem angariando cada vez maior espaço no modelo econômico atual e ganhando cada vez mais representatividade (PASCOAL, 2015). Dada a sua importância, estudiosos e pesquisadores da temática produzem trabalhos a fim de trazendo à luz dos estudos acadêmicos esse modelo, bastante recente e promissor. Desse modo, para auxiliar o processo de produção e formalização do conhecimento na área do crowdfunding esse trabalho teve como meta mapear e preconizar as produções acadêmicas mais relevantes sobre o tema para que, com tal conhecimento já disponível para o pesquisador, esse venha a desenvolver sua pesquisa de maneira a se valerem deste processo já estruturado para elaborar um referencial teórico forte.

Para alcançar esse objetivo, este trabalho desenvolveu uma investigação das publicações nacionais e disponíveis publicamente referentes ao tema crowdfunding no Brasil, sob a ótica do instrumento de intervenção ProKnow-C.

Ao iniciar a pesquisa bibliográfica, necessariamente houve uma seleção do banco de artigos bruto e conseguinte filtragem do banco de artigos, para que assim o escopo da presente pesquisa pudesse começar a ser burilado. Na fase da seleção, houve a busca das publicações acadêmicas em cinco portais de buscas diferentes, quais sejam: *Spell*, *SciELO*, *Portal Periódico Capes* e *Banco de dados SBU (Sistema de Bibliotecas da Unicamp)* e *Google Scholar*. Para realizar a busca, foram escolhidos tanto o eixo de pesquisa quanto a palavra-chave. A primeira fase da busca permitiu que fossem encontrados 86 artigos, na filtragem do banco de dados esse número se reduziu a 24 trabalhos alinhados com o tema que o estudo destina-se a realizar.

Para todos os 24 artigos delimitados para o portfólio bibliográfico foi feita uma análise estruturada das características importantes para a confirmação da importância desses na participação do portfólio bibliográfico, comprovando assim tais artigos poderiam ser considerados necessários para a construção do conhecimento do pesquisador.

Assim, iniciou-se o processo de análise bibliométrica dos artigos delimitados no portfólio bibliográfico pautando-se na sistemática do ProkNow-C, para que, assim, fosse possível averiguar o impacto do reconhecimento científico destes artigos, tanto quanto seu grau de relevância baseando-se em seus autores e no uso das palavras-chave relacionadas à pesquisa.

Da base de artigos estudada, destaca-se o artigo *Inteligência estratégica antecipativa coletiva e crowdfunding: aplicação do método L.E.SCAning em empresa social de economia peer-to-peer (P2P)*, dos autores Blanck, M. e Janissek-Muniz, R., que apresentou 12 citações e consequente melhor reconhecimento científico, entretanto quando analisado ele não possui muitas citações, deve-se isso grande parte ao ano em que foi publicado (2014) e pela quantidade de artigos disponíveis relacionados à temática (48 artigos na base ao se excluir os títulos redundantes). A Autora que mais contribuiu com publicações referentes ao tema foi Vanessa Amália Dalpizol Valiati, tendo 3 artigos de sua autoria analisados no portfólio bibliográfico definido nesse estudo. Já entre os artigos das referências constantes no portfólio bibliográfico, o estudo *Estudo sobre crowdfunding: fenômeno virtual em que o apoio de uns se torna a força de muitos*, de autoria de Flavia Medeiros Cocate e Pernisa Júnior (2011), mostrou-se o mais relevante perante a comunidade acadêmica, e os autores os mais importante dentre os autores referenciados do portfólio bibliográfico, angariando 8 citações em publicações acadêmicas. Encerrando-se a análise bibliométrica, na análise relativa às palavras-chave as mais utilizadas foram *Crowdfunding*, *Financiamento*, *Empreendedorismo* e *Cultura Participativa*, sendo citadas 16, 4, 4, e 4 vezes respectivamente. Nesta análise, fica claro que o modelo de crowdfunding é bem entendido como único e que em sua concepção surge das linhas de pensamento de empreendedorismo e cultura participativa.

Ao se referenciar as limitações desta pesquisa, pode-se verificar que o estudo ficou restrito a artigos e periódicos que são referenciados nas bases pesquisadas (*Spell, Scielo, Portal Periódico Capes e Banco de dados SBU e Google Scholar*), e referenciou apenas artigos disponíveis em sua integridade e disponíveis em português. Outro fator limitante é o momento em que a pesquisa foi realizada, como os artigos estudados são muito recentes (todos com menos de 7 anos da data de sua publicação), a quantidade de citações desses artigos fica comprometida graças ao pouco tempo que ele tem de existência no meio acadêmico para que possa exercer grande impacto.

Levando-se em consideração os limites da pesquisa, sugere-se para futuros estudos que se expandam as bases de pesquisa, também sendo possível de se estudar a possibilidade de incluir artigos não apenas em português e outros que o pesquisador possa ter acesso. Além disso, uma oportunidade de pesquisa seria a comparação da quantidade e da qualidade da produção nacional referente ao tema crowdfunding com a produção a nível global. Por fim, há a lacuna de pesquisa relacionada ao conteúdo dos artigos contidos no portfólio bibliográfico, com dúvidas direcionadas à que tipo de pesquisas são feitas a âmbito nacional. Nesse âmbito, futuros pesquisadores podem dedicar seus estudos a prosseguirem com o processo sistemático do Proknow-C e, desse modo, desenvolver a análise sistêmica dos artigos referenciados no portfólio bibliográfico para identificação de oportunidades de pesquisa.

Apesar dos limitantes, acredita-se que o pesquisador conseguiu, baseando-se no conhecimento gerado durante esse estudo, alcançar o objetivo pautando-se nos objetivos específicos evidenciados no começo dessa pesquisa. Assim, os resultados encontrados irão contribuir para futuras pesquisas no tema estudado.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AFONSO, Michele Hartmann Feyh; SOUZA, Juliane Vieira de; ENSSLIN, Sandra Rolim; ENSSLIN, Leonardo. **Como construir conhecimento sobre o tema de pesquisa? Aplicação do processo proknow-c na busca de literatura sobre avaliação do desenvolvimento sustentável.** Revista de Gestão Social e Ambiental - RGSA, São Paulo, v. 5, n. 2, p.47-62, mai./ago. 2011.

BORTOLUZZI, S. C.; ENSSLIN, S. R.; ENSSLIN, L.; VALMORBIDA, S. M. I. **Avaliação de Desempenho em Redes de Pequenas e Médias Empresas: Estado da arte para as delimitações postas pelo pesquisador.** Revista Eletrônica Estratégia & Negócios, v. 4, n. 2, 2011a.

BORTOLUZZI, Sandro; ENSSLIN, Sandra R.; ENSSLIN, Leonardo. **Modelo Multicritério para apoiar decisões relacionadas ao desempenho da área de mercado de uma empresa de informática.** Revista Produção Online, Florianópolis, SC, v. 13, n.1, p- 2-36, jan-mar. 2013.

DE MENDONÇA, Rafael Uttempergher; MACHADO, Luiz Henrique Mourão. **ANÁLISE DO CROWDFUNDING NO EMPREENDEDORISMO BRASILEIRO – CARACTERÍSTICAS E TENDÊNCIAS.** *South American Development Society Journal*, [S.l.], v. 1, n. 3, p. 37 - 53, mar. 2017. ISSN 2446-5763. Disponível em: <<http://www.sadsj.org/index.php/revista/article/view/21>>. Acesso em: 29 out. 2017.

ENSSLIN, L.; ENSSLIN, S. R.; LACERDA, R. T. O.; TASCA, J. E. **ProKnow-C, Knowledge Development Process - Constructivist.** Processo técnico com patente de registro pendente junto ao INPI. Brasil, 2010.

ENSSLIN, L., GIFFHORN, E., ENSSLIN, S. R., PETRI, S. M. & VIANNA, W. B. **Avaliação do desempenho de empresas terceirizadas com o uso da metodologia multicritério de apoio à decisão-constructivista.** Pesquisa Operacional, v.30, n.1, p.125-152, 2010b.

LEMONS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Sulina: 2002;

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996;

INTERNATIONAL ORGANIZATION OF SECURITIES COMMISSIONS. **Staff Working**

Paper of the IOSCO Research Department. Crowd-funding: An Infant Industry Growing Fast, 2014. Disponível em: <http://www.iosco.org/research/pdf/swp/Crowd-funding-An-Infant-Industry-Growing-Fast.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2016;

HOWE, Jeff. **O poder das multidões: por que a força da coletividade está remodelando o futuro dos negócios.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2009;

- MANCE, E. A. **A revolução das redes: a colaboração solidária como uma alternativa pós-capitalista à globalização atual.** Petrópolis: Vozes. 1999;
- MAXIMILIANO, C. V. **Dinheiro da Multidão: burocracia x oportunidades no crowdfunding nacional.** Vinicius Maximiliano, 2015;
- MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento.** Vol. 1, São Paulo: Atlas, 1997;
- MONTAVI, N. MARTINS. **Funcionalidade dos sistemas financeiros e o financiamento a pequenas e medias empresas: o caso do crowdfunding.** Disponível em: http://www.ie.ufrj.br/images/pesquisa/publicacoes/discussao/2014/TD_IE_004-2014-Montani-v.2.pdf . Acesso em: 20 abr. 2016.
- PASCOAL, Candice. **O amadurecimento do modelo crowdfunding no Brasil.** Brasil Post, 15 jul. 2014. Disponível em: Acesso em: 13 abr. 2015
- PORTER, M. E. **Competição: Estratégias Competitivas Essenciais.** 3ª ed. Rio de Janeiro: Campus, p. 83, 1999;
- PRIMO, Alex. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0.** E- Compós (Brasília), 2007, v. 9, p. 1-21.
- RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social: métodos e técnicas.** 3.ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- RIFKIN, Jeremy. **Sociedade com custo marginal zero.** 1ª Ed. São Paulo: M. Books, 2015;
- SINGER, P. **Economia Solidária: geração de renda e alternativa ao neoliberalismo.** In: *Proposta– Revista Trimestral de Debates.* São Paulo: FASE, 1997;
- TASCA, J. E., ENSSLIN, L., ENSSLIN, S. R., & ALVES, M. B. M. (2010). **An approach for selecting a theoretical framework for the evaluation of training programs.** Journal of European Industrial Training, 34(7), 631-655. doi: 10.1108/03090591011070761
- YIN, R. K. **Case Study Research: Design and Methods.** Sage, London, 2003.

