

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
APLICADAS

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS



REBECA CARDOSO DE COVAS SANTOS

O QUE OS ESTUDOS TÊM OBSERVADO SOBRE O
***CROWDFUNDING* NO BRASIL? UMA ANÁLISE**
BIBLIOMÉTRICA DA ÚLTIMA DÉCADA E AGENDAS DE
PESQUISA

Mariana

2021

REBECA CARDOSO DE COVAS SANTOS

**O QUE OS ESTUDOS TÊM OBSERVADO SOBRE O *CROWDFUNDING*
NO BRASIL? UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DA ÚLTIMA
DÉCADA E AGENDAS DE PESQUISA**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Universidade Federal de
Ouro Preto – UFOP, como requisito para a
obtenção do título de Bacharel em
Administração.

**Orientador: Prof. Dr. Israel José dos
Santos Felipe**

Mariana

2021

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

S237q Santos, Rebeca Cardoso De Covas .

O que os estudos têm observado sobre o crowdfunding no Brasil?
[manuscrito]: uma análise bibliométrica da última década e agendas de
pesquisa . / Rebeca Cardoso De Covas Santos. - 2021.
58 f.: il.: color..

Orientador: Prof. Dr. Israel José dos Santos Felipe.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Administração .

1. Bibliometria. 2. Financiamento. 3. Instituições financeiras - Brasil.
4. Crowd funding. I. Felipe, Israel José dos Santos. II. Universidade Federal
de Ouro Preto. III. Título.

CDU 005.915(815.1)

Bibliotecário(a) Responsável: Essevalter De Sousa-Bibliotecário ICSA/UFOP-CRB6A1407



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
REITORIA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS



FOLHA DE APROVAÇÃO

Rebeca Cardoso de Covas Santos

O QUE OS ESTUDOS TÊM OBSERVADO SOBRE O CROWDFUNDING NO BRASIL? UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DA ÚLTIMA DÉCADA E AGENDAS DE PESQUISA

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Administração

Aprovada em 19 de Abril de 2021

Membros da banca

Dr. - Israel José dos Santos Felipe - Orientador (Universidade Federal de Ouro Preto)
Dr. - Harrison Bachion Ceribeli - membro 1 (Universidade Federal de Ouro Preto)
Me. - Gustavo Nunes Maciel - membro 2 (Universidade Federal de Lavras)

Israel José dos Santos Felipe, orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 29/04/2021.



Documento assinado eletronicamente por **Israel Jose dos Santos Felipe, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 29/04/2021, às 13:56, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0165230** e o código CRC **D3D5344B**.

Referência: Caso responda este documento, indicar expressamente o Processo nº 23109.003964/2021-30

SEI nº 0165230

R. Diogo de Vasconcelos, 122, - Bairro Pilar Ouro Preto/MG, CEP 35400-000
Telefone: - www.ufop.br

Agradecimentos

Agradeço primeiramente aos meus pais pela oportunidade de viver essa vida!

Ao meu pai Carmo Covas pela paciência e por todas as sessões de ajuda, à minha mãe Regina Lúcia e minha irmã Raquel por sempre me apoiarem.

Agradeço ao meu orientador prof. Dr. Israel José por me guiar e acreditar no meu trabalho.

Agradeço também ao prof. Gustavo Nunes pela atenção e auxílio.

Aos meus amores que me incentivaram e me deram forças até o último minuto: Larissa, João Renato, Thais, Masse, Clara, Uine, Rafaela e Hallem, muito obrigada!

Por fim agradeço à UFOP/ICSA pelo ensino gratuito e de qualidade.

*“When the power of love overcomes the
love of power the world will know peace”*

Jimi Hendrix

Resumo

O objetivo deste artigo é investigar as características dos estudos sobre *crowdfunding* publicados no Brasil. A partir de uma análise bibliométrica realizada na base de dados do Google Acadêmico foram analisados, sob uma abordagem quantitativa e qualitativa, 109 trabalhos acadêmicos, entre dissertações de mestrado, teses de doutorado e artigos publicados em periódicos entre os anos de 2010 e 2020. Foi utilizada a estatística descritiva e a técnica de elaboração de nuvem de palavras para compilar os dados. Também foram catalogadas 70 plataformas de *crowdfunding* ativas no país e reunidas 17 agendas de pesquisa. O trabalho contribui com um panorama da pesquisa brasileira sobre o tema e auxilia na compreensão de seus subtemas e particularidades do país, como o *crowdfunding* de jornalismo, eleitoral e social, além de indicar quais são as instituições e autores nacionais com maior número de publicações e citações.

Palavras-chave: *Crowdfunding*; Financiamento coletivo; Análise bibliométrica; *Fintech*; Brasil.

Abstract

The purpose of this article is to investigate the characteristics of studies on crowdfunding published in Brazil. From a bibliometric analysis carried out in the Google Scholar database, with a quantitative and qualitative approach, 109 academic papers were analyzed including master's dissertations, doctoral theses and articles published in journals between the years of 2010 and 2020. Descriptive statistics and the word cloud elaboration technique were used to compile the data. 70 active crowdfunding platforms in the country were also cataloged and 17 research agendas were gathered. The work contributes with an overview of Brazilian research on the subject and assists in the understanding of its subthemes and particularities of the country, such as the crowdfunding of journalism, electoral and social, in addition to indicating which are the national institutions and authors with the largest number of publications and quotes.

Keywords: Crowdfunding; Bibliometric analysis; Fintech; Brazil.

Lista de Figuras

Figura 1. Quantidade de trabalhos por ano.....	31
Figura 2. Relação dos trabalhos acadêmicos por áreas de estudo	35
Figura 3. Palavras-chave dos artigos analisados	40
Figura 4. Palavras-chave dos trabalhos acadêmicos analisados	40

Lista de Tabelas

Tabela 1. Plataformas de lending, donation e reward-based crowdfunding ativas no Brasil...	17
Tabela 2. Plataformas de equity-based crowdfunding ativas no Brasil.....	18
Tabela 3. Artigos revisados	23
Tabela 4. Trabalhos acadêmicos revisados.....	28
Tabela 5. Distribuição do total de trabalhos no período analisado.....	31
Tabela 6. Distribuição dos artigos por tema	32
Tabela 7. Distribuição dos trabalhos acadêmicos por tema.....	32
Tabela 8. Distribuição dos autores dos artigos por tema.....	33
Tabela 9. Distribuição dos autores dos trabalhos acadêmicos por tema	33
Tabela 10. Quantidade de trabalhos por instituição de ensino	35
Tabela 11. Trabalhos acadêmicos mais citados.....	37
Tabela 12. Artigos mais citados	37
Tabela 13. Número de artigos por autor(a).....	39
Tabela 14. Número de periódicos por classificação Qualis/CAPES 2013-2016.....	39
Tabela 15. Agendas de pesquisa dos artigos revisados	42

Lista de Abreviaturas e Siglas

Fintech – Tecnologia financeira

BACEN – Banco Central do Brasil

CVM – Comissão de Valores Mobiliários

JOBS – *Jumpstart Our Business Startups Act*

DCF – *Donation-based crowdfunding*

LCF – *Lending-based crowdfunding*

ECF – *Equity-based crowdfunding*

RCF – *Reward-based crowdfunding*

P2P – *Peer-to-peer*

OCOLEFIN – O Coletivo do Financiamento

PIB – Produto Interno Bruto

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

Sumário

1. Introdução.....	13
2. Revisão da Literatura	15
3. Metodologia	21
4. Discussão dos Resultados.....	22
5. Considerações Finais.....	44
Referências Bibliográficas.....	45

1. Introdução

O surgimento e a consolidação de *Fintechs* nos últimos anos deram início a uma nova era para o sistema tradicional bancário (Berger, 2003; Mareev, 2016; Shim & Shin, 2016; Milian et al., 2019). Derivando a partir dos princípios de microfinanças (Armendáriz De Aghion & Morduch, 2000) e *crowdsourcing* (Howe, 2006; Brabham, 2008; Poetz & Schreier, 2012) o *crowdfunding*, financiamento coletivo em português, surge como uma nova forma facilitada dos empreendedores angariarem fundos sem se envolverem com o capital de risco ou se tornarem reféns dos meios convencionais e ineficientes de financiamentos (Mollick & Robb, 2016).

Como definido por Mollick (2014), o *crowdfunding* se refere aos esforços de indivíduos e grupos empresariais - cultural, social e com fins lucrativos - para financiar seus empreendimentos, recorrendo a contribuições de valores relativamente pequenos, de um número relativamente grande de indivíduos, utilizando uma plataforma na internet, sem intermediários financeiros padrão. Ele é capaz de auxiliar na seleção de novos projetos valiosos e de reduzir a incerteza de sucesso dos projetos (Strausz, 2017). Também diminui a lacuna de financiamento que dificulta o deslanche dos empreendimentos em fases iniciais (Moritz & Block, 2016) e garante a competição no mercado (Yeh et al., 2019).

A literatura indica o *crowdfunding* como um instrumento de democratização do financiamento (Brabham, 2008; Kim & Hann, 2014), visto que ele viabiliza a redução das assimetrias de informações (Colombo et al., 2015) ao fornecer inovações que permitem o contato prévio dos empreendedores com os investidores (Chesbrough, 2010; Mollick & Robb, 2016) e a reduzir as fricções econômicas relacionadas à distância (Agrawal, Catalini & Goldfarb, 2011) pois a plataforma on-line fornece um ambiente informacional bastante útil onde os empreendedores conseguem extrapolar a barreira geográfica e apresentar seus projetos e planos de negócios ao mundo.

Assim, o *crowdfunding* aparelha o empreendedorismo promovendo o bem-estar nas sociedades e complementando o modelo tradicional de financiamento (Chesbrough, 2010; Mollick & Robb, 2016). Mendonça e Machado (2017) investigam a realidade brasileira, e afirmam que experiências mais inovadoras como o *crowdfunding* têm a capacidade de propiciar oportunidades em diversas áreas, principalmente no que tange à indústria cultural, onde o poder de decisão está centralizado nas mãos de poucos e, com o auxílio dessa nova modalidade, passa a ser responsabilidade do coletivo (Valiati, 2013).

De Buysere et al. (2012) e Alehrs et al. (2015) declaram existir quatro principais categorias dessa nova forma de financiamento: o *crowdfunding* de doação, de empréstimo, de recompensa e de ações/investimento. O terceiro modelo se mostra como o mais predominante de todos, sendo as recompensas uma das motivações mais significantes para o engajamento de um financiador com um projeto de *crowdfunding* (Antonenko, Lee & Kleinheksel, 2014). No Brasil, o *crowdfunding* de empréstimo (*peer-to-peer lending*) foi regulamentado pelo Banco Central do Brasil (BACEN) em 2018 e o *crowdfunding* de investimento pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) em 2017. Já nos Estados Unidos a movimentação começou mais cedo, quando em 2012 foi sancionada a JOBS Act (*Jumpstart Our Business Startups Act*), lei que impulsionou e serviu de exemplo para outros países iniciarem a regulamentação do *crowdfunding*.

Dados os impactos econômico-sociais significativos do *crowdfunding* e sua recente regulamentação no Brasil, salienta-se a importância de melhor compreender essa prática e suas particularidades. Para tal, uma análise da produção científica pode desempenhar o importante papel de referência para fornecer um panorama geral da pesquisa brasileira sobre o tema. Pois mesmo diante da recente popularização da prática entre os indivíduos e interesse de estudiosos a compreensão desse novo modelo de financiamento ainda é muito rasa (Gerber & Hui, 2013) e isso fica ainda mais evidente quando explorado apenas o cenário brasileiro.

Indaga-se então, o que se tem pesquisado sobre o *crowdfunding* no Brasil? Assim, o presente estudo busca compilar informações para investigar as características dos estudos sobre *crowdfunding* publicados no país a partir da análise bibliométrica de 60 artigos publicados e 49 estudos acadêmicos, além da elaboração de uma tabela de plataformas de *crowdfunding* ativas no país e agenda de pesquisa.

O trabalho está estruturado em cinco seções. A primeira apresenta a motivação do estudo. A segunda, uma revisão da literatura. A terceira seção descreve a metodologia utilizada para realizar o estudo. Em seguida, a quarta seção apresenta a análise dos resultados através de quadros comparativos, tabelas e duas nuvens de palavras. Por fim, na quinta seção, as considerações finais incluindo uma agenda de pesquisa composta a partir dos conteúdos analisados.

2. Revisão da Literatura

Arrecadar pequenas quantias monetárias provindas de muitas pessoas é uma prática recorrente na história mesmo sem o advento da *internet*. A construção do pedestal da Estátua da Liberdade em Nova Iorque, por exemplo, foi financiada por pequenas doações do povo estadunidense e francês (a maioria doou menos de um dólar) através de uma intensa campanha do editor e jornalista Joseph Pulitzer, que arrecadou mais de cem mil dólares em seis meses. Uma reação positiva é percebida ao divulgar informações sobre problemas ou planos para um grande grupo externo solucionar (ex.: consumidores) (Lakhani et al., 2007).

O *crowdfunding* se encaixa no fenômeno ao terceirizar as atividades de um agente financeiro tradicional para um largo grupo de pessoas, que Poetz e Schreier (2012) se referem como a “multidão”. Essa terceirização se encaixa no que Howe (2006) diz ser a manifestação anterior ao *crowdfunding*, o *crowdsourcing*. O termo, foi usado pela primeira vez por Jeff Howe e Mark Robinson na edição de junho de 2006 da *Wired Magazine*. O que diferencia os dois conceitos é que o primeiro reúne recursos de mão-de-obra e o segundo reúne outro fator de produção, recursos financeiros (Harms, 2007).

Esta nova forma de captação monetária ganhou mais forças a partir do uso difundido da internet, onde suas operações passaram a ser divulgadas e realizadas através das redes e mídias sociais (Lehner, 2013). Com a ajuda e interesse da multidão, o *crowdfunding* estimula a inovação e potencializa a democratização do acesso ao capital (Brabham, 2008; Kim & Hann, 2014) dando a oportunidade de um mundo mais social e interconectado que pode impulsionar futuras inovações (Mollick & Robb, 2016). Howe (2006) observa que o fenômeno também trata da influência que as multidões podem exercer sobre as empresas.

Giudici et al. (2012) apresentam os quatro principais tipos de *crowdfunding*, analisando-os sobre a ótica dos direitos de participação dos investidores no resultado do projeto, levando em conta as taxas iniciais cobradas bem como as vantagens e serviços oferecidos pela plataforma. O primeiro deles é o *donation-based crowdfunding* (DCF), baseado em doação, onde os fundos são fornecidos para projetos sem a espera de qualquer compensação. As motivações filantrópicas para essas contribuições (Read, 2013) podem ser amparadas pelo princípio do *warm-glow*. Andreoni (1990) relaciona esse termo aos sentimentos de satisfação e orgulho pessoal intrínseco de cada ser humano, que ele também chama de altruísmo impuro.

O segundo, *lending-based crowdfunding* (LCF), baseado em empréstimos, ocorre quando uma porcentagem da quantia disponibilizada encontra seu caminho de volta para os

investidores em forma de juro contratualmente acordado (Agrawal et al., 2014). Esse modelo inovador tem resolvido as necessidades das pessoas que precisam de financiamento, e de quem tem interesse em investir, conectando-os (Li et al., 2015).

Já o terceiro modelo *equity-based crowdfunding* (ECF), baseado em ações, possibilita que investidores comprem certa participação acionária em projetos e empreendimentos (Stemler, 2013). Começar a levantar capital vendendo títulos mobiliários para uma multidão não é um processo fácil. Isso ocorre porque o mercado de ações se encontra imerso em demandas incertas e sob a influência de riscos operacionais (Mollick, 2014) requerendo devida legislação.

Nos Estados Unidos, esse modelo foi respaldado pela *JOBS Act*, lei assinada em abril de 2012 destinada a incentivar o financiamento de pequenas empresas, facilitando muitos dos regulamentos de valores mobiliários do país (Stemler, 2013). Já no Brasil, em 2017, foi editada a Instrução CVM 588, regulamentando as ofertas públicas de empresas de pequeno porte por meio das plataformas eletrônicas de investimento participativo. Em novembro de 2020 a resolução CVM 13 também aprovou registro, operações e a divulgação de informações de investidores não residentes no país.

É no quarto modelo, *reward-based crowdfunding* (RCF), baseado em recompensas, que o *crowdfunding* ganha maiores proporções e estimula a democratização do capital (Mollick & Robb, 2016). Nesta versão os fundos para os projetos são providos em troca de uma compensação não monetária, podendo ser tangível ou não, como cartões de agradecimento, autógrafa de artistas, até mesmo ter o nome mencionado nos créditos de um filme, um broche da campanha ou a pré-compra de produtos ou serviços (Hemer 2011).

Por ter traços do modelo de doação, no *reward-based crowdfunding* também é esperada a influência do *warm-glow*, contentamento e orgulho pessoal de cada ser humano, e do altruísmo nas operações (Andreoni, 1990). Nessa linha, Felipe (2015) atesta a presença de alguns elementos da teoria de criação de valor compartilhado de Porter e Kramer (2011), como a sustentabilidade, que fica evidente quando todo capital arrecadado é direcionado ao projeto. Isso ocorre porque no *crowdfunding* as relações entre o empreendedor e investidor não tem intermediação de agente financeiro, ou seja, podendo não incidir juros ou taxas administrativas.

Apesar de ser o modelo em maior destaque ele ainda não foi propriamente regulamentado no Brasil. Na tentativa de mudar este cenário, a senadora Zenaide Maia (Pros-RN) apresentou o projeto de lei PL 3.883/2020 que acrescenta uma nova seção à Lei nº

4.595/1964 (Lei da Reforma Bancária) e tem como objetivo regulamentar os quatro modelos de *crowdfunding*. O projeto trata de itens como: a contratação desse tipo de financiamento, possíveis titulares das plataformas, dos deveres e das responsabilidades das entidades gestoras das plataformas e das condições de financiamento.

O público tem se interessado na modalidade de recompensas por ser uma forma descomplicada de se financiar através da multidão, e com isso vem atingindo altos valores de arrecadação (Thürriidl & Kamleitner, 2016). De acordo com o último relatório da Massolution (2015), o *crowdfunding* de recompensa já movimentou mais de US\$ 2,68 bilhões na economia mundial e seu valor transacional deve aumentar 12% em 2021 (Statista 2021). Projetos de vários tipos e dimensões podem ser encontrados nas mais diferentes indústrias e economias, demonstrando o caráter flexível das operações de *reward-based crowdfunding*, que apresentam um risco médio (Felipe, 2017).

Além do caráter econômico, o *crowdfunding* também oferece retorno social a partir do momento que viabiliza a socialização do capital (Mollick & Robb, 2016) Essa característica pôde ser observada quando um mês após a eclosão da pandemia do Covid-19 no Brasil, em março de 2020, o site Kickante, que é uma das maiores plataformas virtuais de DCF e RCF da América Latina, recebeu duas mil novas campanhas em prol do combate ao novo coronavírus em apenas quinze dias. São elas que reúnem esforços para conectar apoiadores e projetos, assim, o *crowdfunding* consegue auxiliar na sustentabilidade financeira de questão públicas e privadas (Lee et al., 2016).

No Brasil, apesar de o RCF ser muito presente (14 plataformas) e praticado, é o modelo de ECF que possui mais que o dobro de plataformas ativas (41), que podem ou não ser regulamentadas pela CVM. Foram catalogadas durante este estudo 70 plataformas ativas no total (Tabelas 1 e 2). Foi possível notar uma certa volatilidade nesse número, algumas plataformas de ECF que estavam ativas e regulamentadas em dezembro, já não estavam mais em março como por exemplo a Urbe.me. Assim como dos outros modelos de *crowdfunding*, durante o tempo algumas deixaram de existir e outras novas surgiram.

Tabela 1. Plataformas de *lending*, *donation* e *reward-based crowdfunding* ativas no Brasil

Nome	Site	Modelo
Apoia.org	https://apoia.org/	DCF
Arrekade	http://www.arrekade.com.br/	DCF
Bepart.me	https://bepart.me/	DCF
CaridadeX	https://www.caridadx.com.br/	DCF
Doação Legal	https://doacaolegal.com.br/	DCF
Doare	https://doare.org/	DCF

Tabela 1 (Continuação)

Nome	Site	Modelo
Firgun	https://www.firgun.com.br/	DCF
NoonApp	https://www.noonapp.com/	DCF
O Pote	https://www.opote.com.br/	DCF
Ribon	https://www.ribon.io/	DCF
Sharity	https://sharity.com.br/	DCF
Unlock	https://unlock.fund/	DCF
Vasco Dívida Zero	http://vascodividazero.com.br/	DCF
Vakinha	https://www.vakinha.com.br/	DCF
Catarse	https://www.catarse.me/	DCF e RCF
Kickante	https://www.kickante.com.br/	DCF e RCF
Biva	https://biva.com.br/	LCF
Apoia.se	https://apoia.se/	RCF
Apoie.me	https://apoie.me/	RCF
Benfeitoria	https://benfeitoria.com/	RCF
Bicharia	https://bichariastaging.herokuapp.com/	RCF
Evoé	https://evoe.cc/	RCF
Garupa	http://garupa.org.br/	RCF
Mais torcida	http://www.maistorcida.com/	RCF
Padrim	https://www.padrim.com.br/	RCF
Partio	https://partio.com.br/	RCF
Queremos	https://www.queremos.com.br/	RCF
Social Beers	https://socialbeers.com.br/	RCF
Traga Seu Show	http://tragaseushow.com.br/	RCF

Fonte: Elaborada pela autora

Tabela 2. Plataformas de *equity-based crowdfunding* ativas no Brasil

Nome	Site	Registro CVM
100 Open Angels	https://www.openstartups.net/openangels/	Sim
Avstralis	https://avstralis.com.br/	Sim
Basement	https://www.basement.io/	Sim
Beegin	https://beegin.com.br/	Sim
Bloxs	https://bloxs.com.br/	Sim
Bricksave	https://www.bricksave.com/pt/	Não
Cap Table	https://www.captable.com.br/	Sim
Cluster21	https://cluster21.com.br/	Sim
Confiance Invest	https://confianceinvest.com.br/	Sim
din4mo	http://din4mo.com/	Não
Distrito	https://distrito.me/	Sim
eqseed	https://eqseed.com/	Sim
Eu Sócio	https://eusocio.com/	Não
Glebba	https://glebbainvestimentos.com.br/	Sim
House2Invest	https://house2invest.com.br/	Sim
Hurst	https://hurst.capital/	Sim
Ice Capital	https://icecapital.com.br/	Sim

Tabela 2 (Continuação)

Nome	Site	Registro CVM
Inco.vc	https://inco.vc/	Sim
Investweb	https://investweb.co/	Sim
Iq Option	https://iq-option.com/	Não
Kria	https://www.kria.vc/	Sim
Linkainvets	https://www.linkainvest.com.br/	Sim
Mais Aporte	https://www.maisaporte.com/	Sim
My first IPO	https://myfirstipo.com/	Sim
nexoos	https://www.nexoos.com.br/	Não
Nosso Investimento	http://www.nossoinvestimento.com.br/	Sim
Organismo Brasil	https://www.organismobrasil.com.br/	Sim
PeerBR	https://peerbr.com/	Não
Platta	https://platta.com.br/	Sim
Primecap	https://www.primecap.com.br/	Sim
Profit Investing	https://profitinvesting.com.br/	Sim
Raiser Fund	https://www.raiserfund.com.br/	Sim
Rentabilizei	Não encontrado	Sim
Siim	https://siim.club/	Sim
Startmeup	https://www.startmeup.com.br/	Sim
Thinvest	https://www.thinvest.com.br/	Sim
Tiger Equity	Não encontrado	Sim
Up Angel	https://www.upangel.com.br/	Sim
Vangardi	https://www.vangardi.com.br/	Sim
We Build	https://webuildsales.com.br/	Sim
Wishe	Não encontrado	Sim
Wiztartup	https://www.wiztartup.com/	Sim
Yuca Invest	https://www.paginas.yuca.live/	Não

Fonte: Elaborada pela autora

Nota. Conforme lista atualizada em 9 de março de 2021 disponibilizada pelo site da CVM. Acesso em: 28 de março, 2021

Devido ao *crowdfunding* ser uma prática que acontece no ambiente *on-line*, Cruz (2018), Zuquetto (2015) e Andrade (2016) atestam a importância da rede social para o sucesso das campanhas. A interação, via redes e mídias *on-line*, entre os criadores de projetos e os indivíduos dispostos a financiá-los minimiza o problema de assimetria informacional entre financiador e projeto (Agrawal et al., 2011, 2015). É através do diálogo entre as partes, que o apoiador envolvido no processo recebe sinais como respostas às dúvidas e atualizações, fatores que atraem mais colaboradores e ajudam os investidores na compreensão dos detalhes de cada projeto (Clauss et al., 2018; Wang et al., 2018).

Segundo resultados do relatório O Coletivo do Financiamento, lançado em fevereiro de 2021, a “Qualidade de Apresentação do Projeto” é o segundo fator mais relevante no momento que os brasileiros decidem apoiar projetos de RCF (OCOLEFIN, 2021). O relatório

informa que com o amadurecimento do *crowdfunding* as campanhas foram se tornando mais profissionais e passaram a alcançar não só pessoas próximas, como é característico do modelo “vaquinha”, mas também pessoas geograficamente dispersas. Ainda assim, Mendes-da-Silva et al. (2016) sugerem uma associação significativamente negativa entre a distância e o valor investido em projetos, o que é consistente com a noção de que a rede de contatos próximos do empreendedor, desempenha um papel central no financiamento.

A falta de obstáculos para se criar uma campanha facilita a entrada indiscriminada e cria grandes dificuldades para os investidores conseguirem identificar os projetos de alta qualidade (Wang et al., 2018). Um projeto bem desenhado em seu processo de inovação e comercialização (Mollick & Robb, 2016) pode servir de estímulo para maiores e mais investimentos (Qiu, 2013; Antonenko et al., 2014). No Brasil, 63% dos participantes da pesquisa do OCOLEFIN (2021) responderam que só apoiam projetos que apresentam o uso da verba de forma totalmente transparente.

Já os atributos locais dos projetos podem revelar informações que dizem respeito ao desenvolvimento social e econômico de determinada região, além de poderem evidenciar aspectos culturais como elementos de diversidade e criatividade (Florida, 2014). O que pode ser observado no Brasil, quando mais de 60% dos projetos de RCF são apoiados ou criados por moradores da região sudeste (OCOLEFIN, 2021), região que sozinha é responsável por 53% do Produto Interno Bruto (PIB) do país, segundo dados do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Sistema de Contas Regionais. Brasil, 2016. (Contas Nacionais, nº 77, p.4).

Campanhas de sucesso não só levantam milhões de reais através de *crowdfunding*, mas também agregaram outros benefícios. Cruz (2018) fornece suporte empírico para a ideia de que empreendedores usam o RCF para aprender sobre a demanda do mercado. Ao abordar diretamente os consumidores, o empresário consegue investigar a demanda agregada por algum produto ou serviço específico e coletar informações sobre o mercado, ajudando a construir comunidades de clientes (Belleflamme et al., 2014; Mollick & Robb, 2016). O *crowdfunding* também pode promover empreendimentos sustentáveis e de longo prazo, bem como esquentar o mercado de criação de empregos (Mollick & Robb, 2016).

Além de favorecer o empreendedorismo, o *crowdfunding* também se mostrou presente na política. O fenômeno do *crowdfunding* eleitoral se consolidou durante a campanha de Barack Obama para a presidência dos Estados Unidos, quando foram arrecadados cerca de duzentos e setenta e dois milhões de dólares via financiamento coletivo (Folha, 2008). O tema

é complexo, pois o modelo pode tanto estimular a população a participar politicamente (Santano, 2016; Mohallem & Costa, 2015; Striquer Soares & Costa, 2018) como pode acabar categorizando esse investimento das pessoas como consumismo e não como um ato político (Striquer Soares & Costa, 2018).

3. Metodologia

A presente pesquisa é classificada como exploratória quanto ao objetivo pois busca propiciar maior familiaridade com o tema do *crowdfunding* no Brasil, tornando-o mais explícito e evidenciado (Gil, 2007). Uma forma de atingir esse objetivo é pela aproximação do assunto a partir de fontes bibliográficas (Gil, 2007). Tal estudo, permite um amplo alcance de informações (Gil, 1994) a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas e publicadas (Fonseca, 2002) e o aproveitamento de dados pulverizados em diversas publicações (Gil, 1994).

A compilação desses dados permitiu a composição de uma análise bibliométrica que investigou o que os estudos têm direcionado sobre o *crowdfunding* no Brasil. A abordagem dessa pesquisa é quantitativa por empregar elementos estatísticos (Afonso et al., 2011). Os dados estatísticos coletados a partir de estudos bibliométricos podem ser úteis para estimar o nível de contribuição científica e para representar tendências de pesquisa, bem como identificar novos temas (Su & Lee, 2010).

Para tratamento dos dados foi utilizada a estatística descritiva simples (Stevenson, 2001). A organização dos dados, contendo frequências e percentuais, utilizou do software Microsoft Excel™. Na elaboração da nuvem de palavras a partir da frequência de palavras-chave foi utilizado o suplemento ProWordCloud™ disponível no Microsoft Word™. Para investigar o assunto e compor a base de dados o Google Acadêmico foi escolhido como fonte de pesquisa devido a produção científica acerca do tema *crowdfunding* ainda se encontrar em crescimento no Brasil, permitindo a análise de um volume mais significativo.

A coleta foi realizada entre no segundo semestre de 2020. A pesquisa foi dividida em dois blocos de busca utilizando os termos (I) “*Crowdfunding Brazil*” e (II) “*Crowdfunding Brasil*”, foi também aplicado em ambos o filtro para o período específico de 2010 a 2020, resultando em (I) 7.350 e (II) 5.380 menções para cada termo, respectivamente. Na primeira rodada foram selecionados 290 trabalhos provenientes dos dois blocos utilizando a técnica de leitura *skimming* que busca detectar o sentido geral de cada texto no intuito de não incluir materiais que fugissem do contexto brasileiro e a técnica *scanning* buscando excluir os textos

que não levassem ao menos uma das palavras-chaves: “*crowdfunding*”, “financiamento coletivo” ou “*fintech*” no corpo do texto.

Assim, a pesquisa também possui característica qualitativa devido ao processo de interpretação indispensável do pesquisador, presente desde a coleta até a análise dos dados (Pereira et al., 2018). Foi então feita uma categorização dos trabalhos entre: artigos publicados, livros, congressos, dissertações e teses. Destes, foram selecionados apenas os trabalhos que possuíssem em suas *Keywords* os termos mencionados anteriormente e que estivessem na categoria artigos publicados, dissertações e teses. A amostra final resultou em 60 artigos publicados em periódicos, 45 dissertações de mestrado e 4 teses de doutorado. Os trabalhos foram então considerados individualmente para a construção de uma base de dados em um único documento que contém detalhes e informação de cada um.

4. Discussão dos Resultados

Como consequência da busca e apuração de dados apresentados na seção anterior, foi elaborada uma série de quadros e tabelas comparativas com dados qualitativos e quantitativos sobre os materiais analisados. Este conteúdo será apresentado juntamente com dois gráficos e duas nuvens de palavras. Para delinear a justificativa deste estudo e sua relevância para a academia, a totalidade dos trabalhos revisados podem ser conhecidos nas Tabelas 3 e 4.

Tabela 3. Artigos revisados

	Título	Autores(as)	Tema	Periódico
1	<i>Crowdfunding</i> : Uma análise da produção científica em bases de dados de 2013 a 2017	Rossi e de Melo Alves (2020)	CF	Revista Brasileira de Gestão e Inovação
2	O efeito das estratégias de recompensas no sucesso das campanhas de financiamento coletivo	Verschoore e Araújo (2020)	RCF	Revista de Administração Mackenzie - RAM
3	Plataformas de financiamento coletivo como instrumento de incentivo à inovação social no contexto brasileiro	Nodari, Schmitt-Figuiró, Froehlich, Veiga-Neto e Barreto-Miranda (2020)	RCF	Revista Lasallista de Investigación
4	Um olho no peixe e outro no gato: como as <i>fintechs</i> disputam espaço com os bancos em época de juros baixos	Partyka, Lana e Gama (2020)	<i>Fintech</i>	Administração: Ensino e Pesquisa – RAEP
5	<i>Crowdfunding</i> ou financiamento coletivo: um exame da tributação incidente sobre as modalidades pura e condicionada	Tupiassu, Coimbra e Nobrega (2020)	DCF e RCF	Revista Tributária e de Finanças Públicas
6	O crime de insider trading nas operações de <i>equity crowdfunding</i>	Santos e Cruz (2020).	ECF	Revista da PGBC
7	O Impacto da Distância no Valor Investido em Equity Crowdfunding no Brasil	Nascimento, Francisco e Felipe (2020)	ECF	Teoria e Prática em Administração
8	Shared Value Creation and Crowdfunding in Brazil	Felipe (2015)	CF	Journal of Financial Innovation
9	Determinantes do sucesso de campanhas de <i>equity crowdfunding</i>	Felipe e Ferreira (2020)	ECF	Revista Contabilidade & Finanças
10	<i>Crowdfunding</i> research agenda: semantic analysis of the media and geography of investments	Felipe, Mendes-Da-Silva e Gattaz (2019)	CF	Encyclopedia with Semantic Computing and Robotic Intelligence
11	<i>Fintechs</i> : a literature review and research agenda	Milian, Spinola e de Carvalho (2019)	<i>Fintech</i>	Electronic Commerce Research and Applications
12	Interactive value formation: types of <i>crowdfunding</i> and exchanged resources' characteristics	M. Inácio, R. Inácio, Botelho e Sandes (2019)	CF	Revista Administração em Diálogo - RAD
13	O <i>crowdfunding</i> no contexto de políticas públicas de ciência, tecnologia e inovação brasileiras	Silva e Hassem (2019)	CF	Revista Internacional de Tecnología, Ciencia y Sociedad

Tabela 3 (Continuação)

	Título	Autores(as)	Tema	Periódico
14	Anotações acerca do sistema financeiro brasileiro, mercado de capitais e a regulamentação do <i>invested-based crowdfunding</i> no Brasil	Lupi, de Séllos Knoerr e de Oliveira (2019)	ECF	Administração de Empresas em Revista
15	Uso de plataformas de financiamento coletivo para fomento a projetos da agricultura familiar no estado do Rio de Janeiro	Scarascia (2019).	RCF	Revista Eletrônica Competências Digitais para Agricultura Familiar
16	Estratégia de financiamento inovadora combinando recursos públicos com financiamento coletivo: o caso do programa Matchfunding BNDES+ Patrimônio Cultural	Borges e Zendron (2019)	CF	Revista do BNDES
17	Direito fundamental econômico das <i>fintechs</i> : desenvolvimento brasileiro	Merlone (2019)	<i>Fintech</i>	Revista de Doutrina e Jurisprudência
18	Many are never too many: an analysis of <i>crowdfunding</i> projects in Brazil	Mourao, Silveira e De Melo (2018)	RCF	International Journal of Financial Studies
19	<i>Crowdfunding</i> : análise dos comportamentos de satisfação e lealdade dos consumidores brasileiros em contexto de produtos culturais	Bernardes, Lucian e Abreu (2018)	RCF	Revista de Gestão e Projetos
20	Financiamento coletivo em turismo no Brasil	Martins e de Lima Medeiros (2018)	RCF	Cultur: Revista de Cultura e Turismo
21	<i>Reward-based crowdfunding</i> : a study of the entrepreneurs' motivations when choosing the model as a venture capital alternative in Brazil	Amedomar e Spers (2018)	RCF	International Journal of Innovation
22	Identification, analysis and treatment of risks in the introduction of new technologies by start-ups	Teberga e Oliva (2018)	RCF	Emerald Insight
23	Financiamento coletivo aplicado ao jornalismo: uma classificação das iniciativas financiadas no Catarse	dos Santos, Pontes e de Souza Paes (2018)	RCF	Revista Pauta Geral
24	<i>Crowdfunding</i> eleitoral: a doação eleitoral como forma de participação política	Striquer Soares e Costa (2018)	CF	Revista Percurso
25	Notas sobre o <i>crowdfunding</i> no direito brasileiro	Terra (2018)	CF	Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM

Tabela 3 (Continuação)

Título	Autores(as)	Tema	Periódico
26 Empreendedorismo tecnológico: Investimentos de risco em startups no Brasil	Cruz, Silva, Mendonça, dos Santos, Paixão e de Aragão Gomes (2018)	ECF	Revista de empreendedorismo, negócios e inovação
27 A não aplicação da lei 8.078 de 1990 nas relações jurídicas entre investidor e idealizador de <i>crowdfunding</i> – investimento coletivo	Bastos, Lino e Torquete (2018)	RCF	Revista Jurídica Direito & Realidade
28 <i>Crowdfunding</i> e <i>crowdsourcing</i> como meio de viabilizar inovação	Presser, Prim, Silva, Braviano e Vieira (2017)	CF	Triades – Transversalidades Design Linguagens
29 <i>Crowdfunding</i> como alternativa no turismo: análise do modus operandi das plataformas brasileiras	Martins e de Lima Medeiros (2017)	CF	Revista Podium
30 <i>Crowdfunding</i> e inovação: um estudo sobre startups no Brasil	Cardoso e Zilber (2017)	CF	Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana
31 A livre iniciativa na pós-modernidade: o fenômeno do <i>crowdfunding</i> sob a perspectiva da solidariedade social	Silingardi e Santiago (2017)	CF	Revista de Direito, Economia e Desenvolvimento Sustentável
32 Análise estratégica do <i>crowdfunding</i> e sua relação com o mercado de capitais brasileiro	de Andrade Gabrich e Apolinário (2017)	ECF	Revista Brasileira de Direito Empresarial
33 <i>Crowdfunding</i> ou financiamento coletivo no Brasil: possibilidades para o desenvolvimento de projetos na área da educação	Pereira, Cutrim e Rodrigues (2017)	RCF	Revista Educaonline
34 Financiamento no jornalismo pós-industrial: considerações sobre o <i>crowdfunding</i> no Brasil	Rocha e Bitar (2017)	DCF e RCF	Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo - REBEJ
35 As transformações do mercado musical e as plataformas de <i>crowdfunding</i> e licenciamento musical	Pizzi (2017)	RCF	Sonora
36 The impacts of fundraising periods and geographic distance on financing music production via <i>crowdfunding</i> in Brazil	Mendes-Da-Silva, Rossoni, Conte, Gattaz e Francisco (2016)	RCF	Journal of Cultural Economics

Tabela 3 (Continuação)

	Título	Autores(as)	Tema	Periódico
37	Inovação no Jornalismo: um estudo de caso do <i>crowdfunding</i>	de Araújo (2016)	CF	Revista Estudos em Jornalismo e Mídia
38	" <i>Crowdfunding</i> " em políticas públicas: ciberparticipação e espelho referencial a agenda política	Bolesina e Migliavacca (2016)	CF	Revista da Faculdade de Direito da UERJ - RFD
39	<i>Crowdfunding</i> e a percepção de valor para os stakeholders: o caso do Projeto Quilombo Solar	Cacciolari e Finocchio (2016)	RCF	Revista Espacios
40	O financiamento coletivo de campanhas eleitorais como medida econômica de democratização das eleições	Santano (2016)	CF	Revista Estudos Eleitorais
41	Considerações sobre o regime legal de tributação da operação de <i>crowdfunding</i> por recompensa	Correia e Pompeu (2017)	RCF	Revista de Estudos Jurídicos UNA
42	Comportamento de consumidores brasileiros e portugueses em plataformas de <i>crowdfunding</i>	Bernardes e Lucian (2015)	CF	Revista de Gestão dos Países de Língua Portuguesa
43	Financiamento Coletivo: problematizando empreendedorismo, inovação e mecanismos de visibilização	Costa, Lorenzi e Hennigen (2015)	RCF	Informática na educação
44	Financiamento coletivo no cinema brasileiro: um panorama a partir da plataforma Catarse	Valiati e Tietzmann (2015)	RCF	Revista Sessões do Imaginário
45	Blogs, colaborativismo e <i>crowdfunding</i> : novos arranjos para o livre exercício do jornalismo e a prática da cidadania	Nonato (2015)	CF	Revista Alterjor
46	<i>Crowdfunding</i> : a Influência da Co-Criação e do Sentimento de Pertença na Satisfação dos Apoiadores Luso-Brasileiros	Bernardes e Lucian (2015)	CF	Revista Eletrônica de Gestão Organizacional
47	Lei Rouanet x <i>Crowdfunding</i> : fomentando os empreendimentos culturais	Bier e Cavalheiro (2015)	CF	Revista Pensamento Contemporâneo em Administração
48	Desdobramentos do papel dos agentes formadores da cadeia produtiva em publicações: um caso de <i>crowdfunding</i>	de Araujo Barcellos e Garcia (2015)	RCF	Revista Brasileira de História da Mídia

Tabela 3 (Continuação)

	Título	Autores(as)	Tema	Periódico
49	Quem paga a conta? As possibilidades do <i>crowdfunding</i> para o jornalismo nas indústrias criativas	de Carvalho e de Andrade (2015)	CF	Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo - REBEJ
50	<i>Crowdfunding</i> : um financiamento evolucionário?	Martins e Machado (2015)	RCF	Revista Iniciativa Econômica
51	<i>Crowdfunding</i> e o futuro do financiamento eleitoral no Brasil	Mohallem e Costa (2015)	CF	Revista Estudos Eleitorais
52	Os públicos fazem o espetáculo: protagonismo nas práticas de financiamento coletivo através da internet	Henriques e Lima (2014)	RCF	Conexão – Comunicação e Cultura
53	<i>Crowdfunding</i> : o modelo canvas do site Catarse	Aveni e Pinto (2014)	RCF	Revista Eletrônica Gestão & Saúde
54	Funcionalidade dos sistemas financeiros e o financiamento a pequenas e médias empresas: o caso do <i>crowdfunding</i>	Martins e Silva (2014)	CF	Revista Economia Ensaios
55	Inteligência estratégica antecipativa coletiva e <i>crowdfunding</i> : aplicação do método L.E.SCAning em empresa social de economia peer-to-peer (P2P)	Blanck e Janissek-Muniz (2014)	LCF	RAUSP Management Journal
56	<i>Crowdfunding</i> e indústria cultural: as novas relações de produção e consumo baseadas na cultura da participação e no financiamento coletivo	Valiati (2013)	RCF	Revista Verso e Reverso
57	<i>Crowdfunding</i> : uma fronteira entre a indústria cultural e a arte erudita	Silva Domingues (2013)	CF	Revista Pensamento & Realidade
58	<i>Crowdfunding</i> : estudo sobre o fenômeno virtual	Cocate e Pernisa Júnior (2016)	RCF	Revista Líbero
59	A abordagem sistêmica para o <i>crowdfunding</i> no Brasil: um estudo exploratório – visão sistêmica dos negócios	Silva e Freitas (2012)	RCF	Revista Gestão & Conhecimento
60	O <i>crowdfunding</i> e a oferta pública de valores	de Noronha Najjarian (2013)	CF	Revista Eletrônica FMU Direito

Fonte: Elaborado pela autora a partir de análise bibliográfica

Tabela 4. Trabalhos acadêmicos revisados

	Título	Autor(a)	Tema	Instituição
1	<i>Crowdfunding</i> de investimento para viabilização de novos negócios no Brasil	Hassem (2020)	ECF	UFSCAR
2	Project success prediction in the brazilian crowdfunding ecosystem: a case study of Benfeitoria.com platform	Carvalho (2019)	RCF	NOVA IMS
3	O desenvolvimento de um <i>chatbot</i> para auxiliar na identificação e listagem de normas do BACEN para fintechs de crédito	Silva (2019)	Fintech	UNISINOS
4	Desenvolvimento entre garantia e elasticidade: a regulação das <i>fintechs</i> de crédito no Brasil	Ferreira (2019)	Fintech	USP
5	Tributação das plataformas de financiamento coletivo <i>crowdfunding</i> – doação, prestação de serviço ou fornecimento de mercadoria?	Sapienza Filho (2019)	DCF e RCF	FGV
6	Jornalismo investigativo na internet financiado e pautado pelo leitor: o caso do Reportagem Pública 2017	Francisco (2019)	CF	UFP
7	Consumo inovador e serviços bancários: adoção de serviços das <i>fintechs</i>	Araújo (2019)	Fintech	FUMEC
8	A inovação do modelo de negócio em <i>fintechs</i> do Rio Grande do Sul	Köche (2019)	Fintech	UFSM
9	<i>Fintechs</i> e inclusão financeira no Brasil: uma abordagem delphi	Cordeiro (2019)	Fintech	FGV
10	Regulação das <i>fintechs</i> e <i>sandboxes</i> regulatórias	Vianna (2019)	Fintech	FGV
11	Understanding fintech ecosystem evolution through service innovation and socio-technical system perspective	D'Albuquerque (2019)	Fintech	U. PORTO
12	Características da informação financiada coletivamente no Brasil: um estudo dos três casos jornalísticos mais expressivos financiados através da plataforma Catarse	de Almeida (2018)	RCF	UFBA
13	O <i>crowdfunding</i> a partir das perspectivas sobre a cultura material - o processo comunicacional do projeto Mola Structural Kit	Dias (2018)	RCF	UFF
14	<i>Crowdfunding</i> no jornalismo: a utilização das práticas de financiamento coletivo como indicadores das mudanças na atuação de jornalistas	Galli (2018)	RCF	PUCRS
15	Governança e jornalismo: financiamento coletivo na busca de sustentabilidade para organizações jornalísticas	Santos (2018)	RCF	UEPG
16	<i>Fintechs</i> nos segmentos de empréstimo entre pessoas, criptomoedas e criptoativos – aspectos jurídicos do direito brasileiro	Salman (2018)	Fintech	FMU
17	Investimento em tecnologia nas instituições financeiras e a influência das <i>fintechs</i>	Araujo (2018)	Fintech	FGV

Tabela 4 (Continuação)

	Título	Autor(a)	Tema	Instituição
18	Inovação e <i>crowdfunding</i> : um estudo sobre startups	Cardoso (2018)	ECF e RCF	UPMackenzie
19	Tributação de operações no mercado doméstico de <i>crowdfunding</i> de investimento	Marçal (2018)	ECF	FGV
20	Colaboração e apropriação mercadológica em financiamentos coletivos	Pereira (2018)	CF	UFES
21	Fintech and financial inclusion: the case of Banco Maré	Giarelli (2018)	Fintech	FGV
22	Financiamento à inovação para MPMEs: o emergente <i>crowdfunding</i>	Bronzeri (2018)	CF	U. POSITIVO
23	<i>Fintechs</i> : a atuação das empresas de tecnologia de serviço financeiro no setor bancário e financeiro brasileiro	Barbosa (2018)	Fintech	UFRGS
24	Lógicas de actuação das empresas <i>fintech</i> : o caso das <i>fintech</i> plataforma no Brasil	Blumberg (2018)	Fintech	ISEG
25	As plataformas e os sindicatos no <i>investment-based crowdfunding</i> : regulação, riscos e mitigações.	Fonseca (2018)	ECF	FGV
26	O <i>equity crowdfunding</i> no Brasil: um estudo sobre as percepções iniciais de potenciais investidores	Vieira (2017)	ECF	FGV
27	Financiamentos coletivos on-line: uma perspectiva antropológica sobre projetos e empreendedores	Chiesa (2017)	DCF e RCF	UFRGS
28	The role of time and past funding in non-investment crowdfunding decision	Barros (2017)	RCF	FGV
29	Determinantes do sucesso de campanhas de <i>equity</i> e de <i>reward crowdfunding</i>	Felipe (2017)	ECF e RCF	FGV
30	<i>Crowdfunding</i> : o que as campanhas de sucesso fazem diferente? Uma análise comparativa com uso de conjuntos <i>fuzzy set</i>	Araújo (2017)	RCF	UNISINOS
31	Organizações na era pós-industrial: a complexidade, as <i>fintechs</i> e os bancos	Passos (2017)	Fintech	ISCTE Business School
32	A regulação das formas de captação coletiva de recursos pela internet mediante emissão de valor mobiliário	Ragil (2017)	ECF	UFMG
33	Fatores críticos de sucesso no sistema de financiamento coletivo de produtos na visão dos desenvolvedores bem-sucedidos	Catecati (2016)	RCF	UFSC
34	<i>Crowdfunding</i> nas espécies de doação e de recompensa: fundamentos e responsabilidade civil	Souza (2016)	DCF e RCF	UFRGS
35	A forma organizativa das plataformas brasileiras de <i>crowdfunding</i> disponíveis para o financiamento de projetos de economia criativa	Silva (2016)	CF	UFRRJ

Tabela 4 (Continuação)

	Título	Autor(a)	Tema	Instituição
35	A forma organizativa das plataformas brasileiras de <i>crowdfunding</i> disponíveis para o financiamento de projetos de economia criativa	Silva (2016)	CF	UFRRJ
36	Jornalismo da multidão: estudo sobre as formas de financiamento coletivo da Agência Pública	Andrade (2016)	CF	UNESP
37	Financiamento para empreendedores tecnológicos: estudo de casos múltiplos no estado de Sergipe	Massoni (2016)	CF	UFS
38	Comunicação e consumo em <i>crowdfunding</i> : estratégias discursivas do empreendedorismo social e a construção do consumidor-investidor	Batista (2016)	RCF	ESPM
39	<i>Crowdfunding</i> : de modismo a novo instrumento financeiro	Riffel (2016)	CF	FGV
40	Qualificação jurídica das plataformas de <i>crowdinvesting</i> no Brasil: um estudo de caso da plataforma online da Broota Brasil	Mendes (2016)	ECF	FGV
41	Redes ego centradas e os projetos de <i>crowdfunding</i> : uma análise da relação entre as características estruturais da rede social do empreendedor e o sucesso de projetos de financiamento coletivo no Brasil	Zuquetto (2015)	RCF	UNISINOS
42	<i>Crowdfunding</i> no Brasil	Justo (2015)	RCF	UFPE
43	O <i>crowdfunding</i> de recompensas como alternativa de capital empreendedor para empresas de base tecnológica no Brasil: um estudo descritivo-exploratório	Amedomar (2015)	RCF	USP
44	Factors influencing consumer decision in crowdfunding	Rodrigues (2015)	RCF	FGV
45	<i>Crowdfunding</i> no Brasil: uma análise sobre as motivações de quem participa	Monteiro (2014)	RCF	FGV
46	Produzir, consumir, colaborar: experiências singulares na prática de <i>crowdfunding</i>	Lima (2014)	RCF	UFMG
47	A influência do capital social no fomento de projetos de financiamento coletivo no Brasil	Centenaro (2013)	RCF	UNISINOS
48	<i>Crowdfunding</i> no cinema brasileiro: um estudo sobre o uso do financiamento coletivo em obras audiovisuais brasileiras de baixo orçamento	Valiati (2013)	RCF	PUCRS
49	Procuram-se colaboradores, recompensa-se bem: a trama da colaboração nos sites de <i>crowdfunding</i>	Costa (2013)	RCF	UFRGS

Fonte: Elaborado pela autora a partir de análise bibliográfica

A amostra final, que totalizou 109 trabalhos, teve a seguinte distribuição de produção no intervalo pesquisado entre os anos de 2010 e 2020, como mostra a Figura 1.

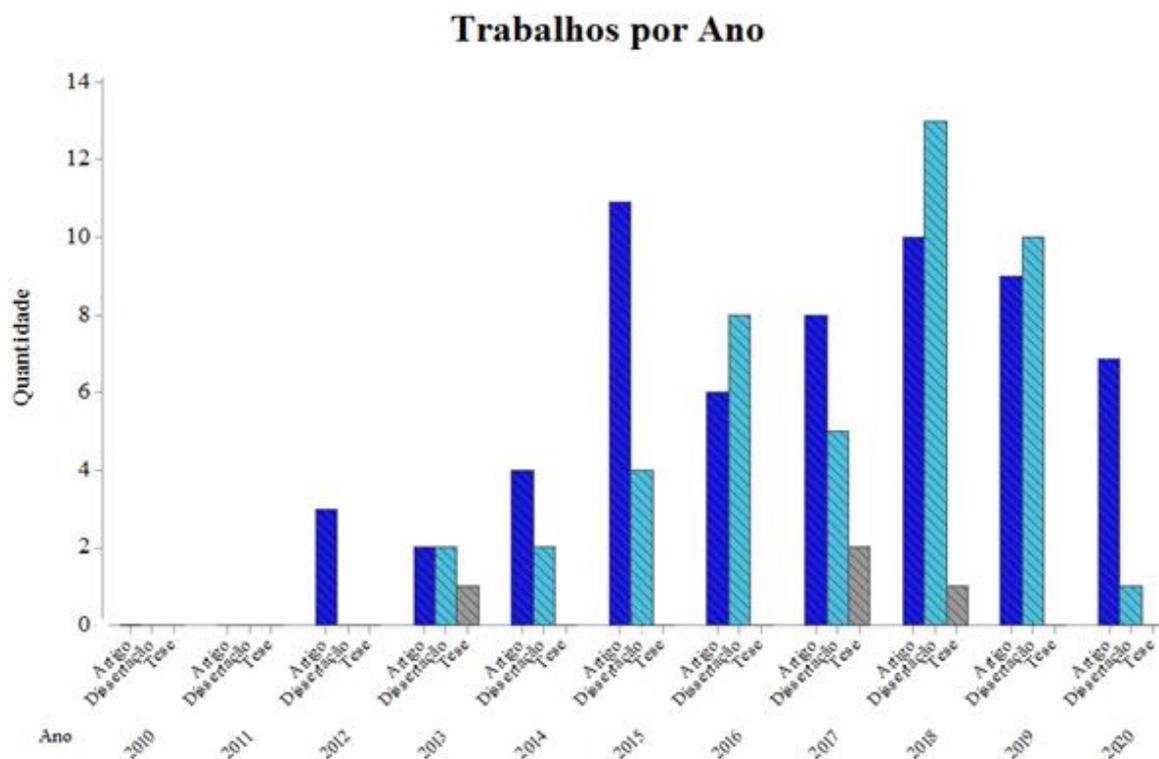


Figura 1. Quantidade de trabalhos por ano

Fonte: Elaborado pela autora a partir de análise bibliográfica

Observa-se que a produção científica alcançou seu pico em 2018, com 10 artigos, 13 dissertações e 1 tese, totalizando 24 trabalhos ou 22,43% da produção total analisada, como pode ser notado na Tabela 5. Nos anos adjacentes 2017 e 2019 também houve um número expressivo de trabalhos, 15 e 19 respectivamente, sendo 8 artigos, 5 dissertações e 2 teses em 2017 e 9 artigos, 10 dissertações e nenhuma tese em 2019.

É possível relacionar esses dados com os resultados da pesquisa do Coletivo do Financiamento (2021) onde 27,4% das pessoas envolvidas informaram terem conhecido o *crowdfunding* entre os anos de 2016 e 2018 e, 7,5% em 2019. As participações de cada tipo de trabalho por ano podem ser encontradas na Tabela 5.

Tabela 5. Distribuição do total de trabalhos no período analisado

Ano	Artigo	Dissertação	Tese	Total por ano	Participação na amostra (%)
2010	0	0	0	0	0,00
2011	0	0	0	0	0,00
2012	3	0	0	3	2,75
2013	2	2	1	5	4,59
2014	4	2	0	6	5,50

Tabela 5 (Continuação)

Ano	Artigo	Dissertação	Tese	Total por ano	Participação na amostra (%)
2015	11	4	0	15	13,76
2016	6	8	0	14	12,84
2017	8	5	2	15	13,76
2018	10	13	1	24	22,02
2019	9	10	0	19	17,43
2020	7	1	0	8	7,34
Total por tipo	60	45	4	109	100

Fonte: Elaborado pela autora.

Durante o período de pesquisa os trabalhos foram agrupados com base nas definições de modelos adotadas por Agrawal et al. (2011), De Buysere et al. (2012), Kuppuswamy e Bayus (2013), Mollick (2013), Belleflamme e Lambert (2014) e Ahlers et al. (2015) resultando em seis grupos, sendo eles *Reward-based crowdfunding* (RCF), *Equity-based crowdfunding* (ECF), *Lending-based crowdfunding* (LCF), *Donation-based crowdfunding* (DCF), *Crowdfunding* (CF) quando o trabalho aborda o *crowdfunding* de forma geral sem destacar algum modelo e *Fintech* para os trabalhos mais focados em tecnologia financeira. A distribuição dos temas por artigos publicados e trabalhos acadêmicos seguem nas Tabelas 6 e 7 respectivamente. Bem como a distribuição dos autores por tema nas Tabelas 8 e 9.

Tabela 6. Distribuição dos artigos por tema

Tema	Quantidade	Participação na amostra (%)
RCF	24	40,00
CF	24	40,00
ECF	6	10,00
<i>Fintech</i>	3	5,00
DCF e RCF	2	3,33
LCF	1	1,67
Total	60	100

Fonte: Elaborado pela autora a partir de análise bibliográfica

Tabela 7. Distribuição dos trabalhos acadêmicos por tema

Tema	Quantidade	Participação na amostra (%)
RCF	18	36,73
<i>Fintech</i>	13	26,53
CF	7	14,29
ECF	6	12,24
DCF e RCF	3	6,12

Tema	Quantidade	Participação na amostra (%)
ECF e RCF	2	4,08
Total	49	100

Fonte: Elaborado pela autora.

Tabela 8. Distribuição dos autores dos artigos por tema

Tema	Artigo Relacionado	Qtde.
RCF	Verschoore e Araújo (2020); Nodari et al (2020); Scarascia (2019); Mourão et al (2018); Bernardes et al (2018); Martins e de Lima Medeiros (2018); Amedomar e Spers (2018); Teberga e Oliva (2018); dos Santos et al (2018); Bastos et al (2018); Pereira et al (2017); Pizzi (2017); Mendes-Da-Silva et al (2016); Cacciolari e Finocchio (2016); Correia e Pompeu (2017); Costa et al (2015); Valiati e Tietzmann (2015); de Araujo Barcellos e Garcia (2015); Martins e Machado (2015); Henriques e Lima (2014); Aveni e Pinto (2014); Valiati (2013); Cocate e Pernisa Júnior (2016); Silva e Freitas (2012)	24
CF	Rossi e de Melo Alves (2020); Felipe et al (2019); Inácio et al (2019); Silva e Hassem (2019); Borges e Zendron (2019); Terra (2018); Presser et al (2017); Martins e de Lima Medeiros (2017); Cardoso e Zilber (2017); Silingardi e Santiago (2017); de Araújo (2016); Bolesina e Migliavacca (2016); Santano (2016); Bernardes e Lucian (2015); Nonato (2015); Bernardes e Lucian (2015); Bier e Cavalheiro (2015) de Carvalho e de Andrade (2015); Mohallem e Costa (2015); Martins e Silva (2014); Silva Domingues (2013); de Noronha Najjarian (2013); Striquer Soares e Costa (2018); Felipe (2015)	24
ECF	Cruz et al (2018); de Andrade Gabrich e Apolinário (2017); Felipe e Ferreira (2020); Lupi et al (2019); Santos e Cruz (2020); Nascimento et al (2020)	6
<i>Fintech</i>	Merlone (2019); Milian, Spinola e de Carvalho (2019); Partyka, Lana e Gama (2020)	3
DCF e RCF	Rocha e Bitar (2017); Tupiassu et al. (2020)	2
LCF	Blanck e Janissek-Muniz (2014)	1

Fonte: Elaborado pela autora.

Tabela 9. Distribuição dos autores dos trabalhos acadêmicos por tema

Tema	Trabalho Relacionado	Qtde.
RCF	Santos (2018); de Almeida (2018); Dias (2018); Galli (2018); Carvalho (2019); Barros (2017) ^a ; Araújo (2017); Catecati (2016); Batista (2016); Zuquette (2015); Justo (2015); Amedomar (2015); Rodrigues (2015); Monteiro (2014); Lima(2014); Centenaro (2013) ^a ; Valiati (2013); Costa (2013)	18

Tabela 9 (Continuação)

Tema	Trabalho Relacionado	Qtde
<i>Fintech</i>	Silva (2019); Ferreira (2019); Araújo (2019); Köche (2019); Cordeiro (2019); Vianna (2019); D'Albuquerque (2019); Salman (2018); Araujo (2018); Giarelli (2018); Barbosa (2018); Blumberg (2018); Passos (2017)	13
CF	Francisco (2019); Pereira (2018); Bronzeri (2018) ^a ; Silva (2016); Andrade (2016); Massoni (2016); Riffel (2016)	7
ECF	Hassem (2020); Marçal (2018); Fonseca (2018); Vieira (2017); Ragil (2017); Mendes (2016)	6
DCF e RCF	Sapienza Filho (2019); Chiesa (2017); Souza (2016)	3
ECF e RCF	Cardoso (2018); Felipe (2017) ^a	2

Fonte: Elaborado pela autora.

Nota. ^a Tese de doutorado

Assim como em pesquisas estrangeiras o *reward-based crowdfunding* é também o modelo mais estudado no Brasil. O início de suas operações no país data a partir de 2011 (Catarse, 2016) e representa 41,38% dos artigos publicados nos últimos dez anos, seguido por 36,73% dos trabalhos acadêmicos. Três das quatro teses de doutorado e 16 das 45 dissertações analisadas tinham o *reward-based crowdfunding* como tema.

Nenhum trabalho acadêmico focou no *lending-based crowdfunding* (ou *P2P-lending*) como tema e apenas um artigo o abordou. Nele, Blanck e Janissek-Muniz (2014) sugerem que existe um potencial impacto significativo para ser observado no universo da economia social quando se passa a entender o cenário externo sob a ótica da inteligência estratégica antecipativa coletiva, e isso favorece decisões em prol do empreendedorismo e da inovação.

Quanto à análise da área de estudo dos trabalhos acadêmicos, o curso de Administração lidera com 40,82% da produção, seguido por Direito com 20,41% e Ciências da Comunicação com 18,37%, como pode ser notado na Figura 2.

Trabalhos por Área de Estudo

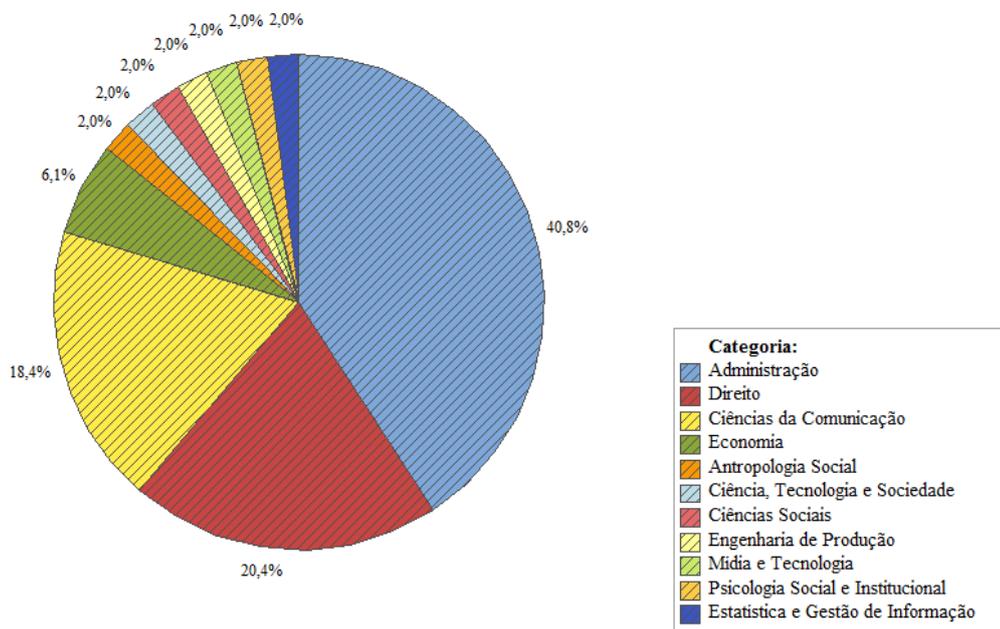


Figura 2. Relação dos trabalhos acadêmicos por áreas de estudo

Fonte: Elaborada pela autora

Ao relacionar as instituições de ensino com a quantidade de trabalhos, a Fundação Getúlio Vargas (FGV) detém 12 dissertações e 2 teses ou 28,57% da produção acadêmica. A Universidade Federal do Rio Grande do Sul com 4, assim como a UNISINOS. Sendo os 27 demais, pulverizados entre 24 instituições, como representado na Tabela 10.

Tabela 10. Quantidade de trabalhos por instituição de ensino

Instituição	Quantidade	Participação na amostra (%)
FGV	14	28,57
UFRGS	4	8,16
UNISINOS	4	8,16
PUCRS	2	4,08
UFMG	2	4,08
USP	2	4,08
ESPM	1	2,04
FMU	1	2,04
FUMEC	1	2,04
ISCTE BUSINESS SCHOOL	1	2,04
ISEG	1	2,04
NOVA IMS	1	2,04
UNIVERSIDADE DO PORTO	1	2,04
UEPG	1	2,04

Tabela 10 (Continuação)

Instituição	Quantidade	Participação na amostra (%)
UFBA	1	2,04
UFES	1	2,04
UFF	1	2,04
UFP	1	2,04
UFPE	1	2,04
UFRRJ	1	2,04
UFS	1	2,04
UFSC	1	2,04
UFSCAR	1	2,04
UFSM	1	2,04
UNESP	1	2,04
UNIVERSIDADE POSITIVO	1	2,04
Mackenzie	1	2,04
Total	49	100

Fonte: Elaborada pela autora

Os 10 trabalhos com o maior número de citações podem ser conhecidos na Tabela 11. Nota-se que o trabalho “*Crowdfunding* no Brasil: uma análise sobre as motivações de quem participa” de Monteiro (2014) possui mais da metade das citações de todos os outros trabalhos, que juntos somam 25 citações. Assim como muitos pesquisadores internacionais (Schwienbacher & Larralde, 2010; Ordanini, 2011; Giudici et al., 2012, 2013; De Buysere et al, 2012; Gerber & Hui, 2013; Belleflamme et al., 2014), a autora investiga uma importante variável, a motivação, para entender o fenômeno do *crowdfunding* com mais profundidade visto que a participação nestas iniciativas é voluntária (Belleflamme et al, 2010).

Coletando dados que refletem a realidade do Brasil a autora valida os resultados de Gerber e Hui (2013) que indicam que as pessoas se envolvem e apoiam uma campanha de *crowdfunding* para apoiar uma causa, ajudar outros, receber recompensas e fazer parte de uma comunidade. Monteiro (2014) afinilou a percepção do que motiva o brasileiro e encontrou como aspectos relevantes a divulgação dos projetos por meio das redes sociais, a confiabilidade e qualidade deles.

Tabela 11. Trabalhos acadêmicos mais citados

Citações	Autor(a)	Tipo	Título
20	Monteiro (2014)	Dissertação	<i>Crowdfunding</i> no Brasil: uma análise sobre as motivações de quem participa
4	Amedomar (2015)	Dissertação	O <i>crowdfunding</i> de recompensas como alternativa de capital empreendedor para empresas de base tecnológica no Brasil: um estudo descritivo-exploratório
3	Valiati (2013)	Dissertação	<i>Crowdfunding</i> no cinema brasileiro: um estudo sobre o uso do financiamento coletivo em obras audiovisuais brasileiras de baixo orçamento
3	Riffel (2016)	Dissertação	<i>Crowdfunding</i> : de modismo a novo instrumento financeiro
3	Mendes (2016)	Dissertação	Qualificação jurídica das plataformas de <i>crowdinvesting</i> no Brasil: um estudo de caso da plataforma online da Broota Brasil
3	Felipe (2017)	Tese	Determinantes do sucesso de campanhas de <i>equity</i> e de <i>reward crowdfunding</i>
3	Barbosa (2018)	Dissertação	<i>Fintechs</i> : a atuação das empresas de tecnologia de serviço financeiro no setor bancário e financeiro brasileiro
2	Cordeiro (2019)	Dissertação	<i>Fintechs</i> e a inclusão financeira no Brasil: uma abordagem Delph
2	Rodrigues (2015)	Dissertação	Factors influencing consumer decision in <i>crowdfunding</i>
2	Passos (2017)	Dissertação	Organização na era pós-industrial: a complexidade, as <i>fintechs</i> e os bancos

Fonte: Elaborada pela autora

No que tange às citações dos artigos publicados, os 10 mais citados estão apresentados na Tabela 12. É observado que Milian et al., (2019) produziram o artigo mais relevante entre os 60, foram somadas 65 citações para o artigo “*Fintechs: A literature review and research agenda*”. Nele os autores exploram um conjunto de definições para o termo *fintech*, que em suma são empresas inovadoras do setor financeiro que fazem uso da internet e do processamento automatizado de informações. A literatura revisada pelos autores concentra-se em questões de regulamentação da indústria e as legislações locais, além de outros temas como *blockchain* e a segurança dos ambientes virtuais utilizados pelas *fintechs*.

Tabela 12. Artigos mais citados

Citações	Autores(as)	Periódico	Título
65	Milian et al. (2019)	Electronic Commerce Research and Applications	and <i>Fintechs: A literature review and research agenda</i>

Tabela 12 (Continuação)

Citações	Autores(as)	Periódico	Título
51	Mendes-Da-Silva et al. (2016)	Journal of Cultural Economics	The impacts of fundraising periods and geographic distance on financing music production via <i>crowdfunding</i> in Brazil
22	Blanck e Janissek-Muniz (2013)	RAUSP Management Journal	Inteligência estratégica antecipativa coletiva e <i>crowdfunding</i> : aplicação do método L.E.SCAanning em empresa social de economia peer-to-peer (P2P)
13	Bernardes e Lucian (2015)	Revista de Gestão dos Países de Língua Portuguesa	Comportamento de consumidores brasileiros e portugueses em plataformas de <i>crowdfunding</i>
12	Cocate e Pernisa Júnior (2012)	Revista Líbero	<i>Crowdfunding</i> : estudo sobre o fenômeno virtual
12	Valiati (2013)	Revista Verso e Reverso	<i>Crowdfunding</i> e Indústria Cultural: as novas relações de produção e consumo baseadas na cultura da participação e no financiamento coletivo
10	Martins e Silva (2014)	Revista Economia Ensaios	Funcionalidade dos sistemas financeiros e o financiamento a pequenas e médias empresas: o caso do <i>crowdfunding</i>
8	Silva e Freitas (2012)	Revista Gestão & Conhecimento	<i>A Abordagem Sistêmica para o Crowdfunding no Brasil: Um Estudo Exploratório - Visão Sistêmica dos Negócios</i>
8	Nonato (2015)	Revista Alterjor	Blogs, Colaborativismo e <i>Crowdfunding</i> : Novos Arranjos para o Livre Exercício do Jornalismo e a Prática da Cidadania
6	Felipe (2015)	Journal of Financial Innovation	Shared Value Creation and Crowdfunding in Brazil

Fonte: Elaborada pela autora

Quando considerado o número de autores(as) dos 60 artigos publicados (Tabela 13), a quantidade mais que duplica em comparação aos 49 autores dos 49 trabalhos acadêmicos, isso se dá porque são poucos que escrevem sozinhos e, apenas 8 dos 117 autores se repetem, 2 deles com dois artigos cada e Israel José dos Santos Felipe com 4. É natural a investigação ser executada por vários pesquisadores, usualmente um coautor ou mais. A maioria, 109 autores/coautores possuem somente 1 artigo publicado.

Tabela 13. Número de artigos por autor(a)

Autor	Quantidade
Israel José dos Santos Felipe	4
Bastos Bernardes	3
Rafael Lucian	3
Wesley Mendes-Da-Silva	2
Eduardo de Rezende Francisco	2
Cristiane Chaves Gattaz	2
Larissa Martins	2
Mirna de Lima Medeiros	2
Vanessa Amália Dalpizol Valiati	2
Autores com um artigo publicado	109
Total	118

Fonte: Elaborada pela autora

Ao analisar a quantidade de artigos por periódico, não houve concentração significativa, apenas os periódicos Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo (Qualis/CAPES B3) e a Revista Estudos Eleitorais (Qualis/CAPES C) possuíam dois artigos cada. Dos 60 artigos, 46 foram publicados em periódicos avaliados pela CAPES no quadriênio 2013-2016, apresentando concentração na classificação B3 como pode ser observado na Tabela 14.

Tabela 14. Número de periódicos por classificação Qualis/CAPES 2013-2016

Qualis/CAPES	Quantidade	Participação na amostra (%)
A1	1	2,17
A2	2	4,35
B1	8	17,39
B2	8	17,39
B3	16	26,09
B4	3	6,52
B5	5	10,87
C	7	15,22
Total	46	100

Fonte: Elaborada pela autora

Nas nuvens de palavras criadas a partir das palavras-chave dos artigos e trabalhos acadêmicos analisados utilizando o *software* ProWordCloud™, foram suprimidas as *keywords* que serviram como base para a seleção dos materiais em primeira instância, com o intuito de obter uma nuvem que indicasse, de forma mais clara, quais as características dos estudos publicado sobre o *crowdfunding* no Brasil.

artigos que analisaram alguma plataforma, analisaram a plataforma Catarse e 20 dos 25 trabalhos acadêmicos também escolheram a plataforma como objeto de estudo.

A palavra “social” também aparece com certo destaque em ambas as nuvens, ela surge a partir de termos como empreendedorismo social, solidariedade social, empresa social, inovação social, rede social e o capital social. O último, que segundo Centenaro (2013) tem como função equipar o financiamento coletivo, garantindo as trocas e o êxito dos empreendedores através de uma rede virtual bem estruturada, o autor afirma que sem o capital social as campanhas de *crowdfunding* não teriam os mesmos alcances e resultados.

Durante a revisão bibliográfica foi percebido um volume notável de estudos envolvendo o jornalismo no Brasil, e que pôde ser confirmado nas duas nuvens de palavras. Estudos como os de Galli (2018), de Carvalho e de Andrade (2015) e Nonato, C. (2015) identificaram o *crowdfunding* como uma possibilidade de se fazer jornalismo de forma mais acessível e capaz de contornar a crise estrutural presente na profissão. Rocha e Bitar (2017) e Santos (2018) apontaram um aumento na quantidade de jornalistas independentes que vêm optando pelo *crowdfunding* por ser também um modelo que fortalece as multidões e viabiliza o engajamento do público em seus projetos.

Também foram revisados alguns artigos interessantes focados no *crowdfunding* “eleitoral”, termo que pode ser notado na Figura 3. O assunto é polêmico e levanta questionamentos, pois apesar de definitivamente favorecer e estimular o direito de participação política da população (Santano, 2016; Mohallem & Costa, 2015; Striquer Soares & Costa, 2018) o modelo pode acabar por enfraquecer sua qualidade democratizante, pois ao participar financeiramente em um processo eleitoral, pessoas físicas podem vir a se comportar como consumidores e não como simples cidadãos (Striquer Soares & Costa, 2018).

Para contribuir de forma mais significativa com o tema *crowdfunding* no Brasil foi construída a Tabela 15, ela faz parte do esforço integrativo do conteúdo encontrado nos trabalhos que compõem a frente de pesquisa. Nela estão reunidas as agendas de pesquisa apresentadas nos artigos publicados entre os anos de 2017 e 2020 e que pode auxiliar pesquisadores e interessados na área, indicando possíveis estudos futuros.

Tabela 15. Agendas de pesquisa dos artigos revisados

Autores	Título	Agenda de pesquisa
Amedomar e Spers (2018)	Reward-based <i>crowdfunding</i> : a study of the entrepreneurs' motivations when choosing the model as a venture capital alternative in Brazil	Aprofundar os estudos sobre as motivações não financeiras que levam os empreendedores a buscarem o <i>reward-based crowdfunding</i> como alternativa de financiamento.
dos Santos et al. (2018)	Financiamento coletivo aplicado ao jornalismo: uma classificação das iniciativas financiadas no Catarse	Conhecer mais profundamente as estratégias de arrecadação e como utilizar os recursos do <i>crowdfunding</i> para obter análises reais sobre o impacto desse novo modelo de financiamento.
Felipe Ferreira (2020)	Determinantes do sucesso de campanhas de <i>equity crowdfunding</i>	Investigar as implicações da nova legislação da CVM sobre o mercado de <i>equity-based crowdfunding</i> além de outras métricas de sucesso desse modelo.
Felipe et al. (2019)	<i>Crowdfunding</i> research agenda: semantic analysis of the media and geography of investments	Compreender, teórica e empiricamente, o efeito da mídia de massa e das características geográficas dos investimentos de <i>crowdfunding</i> , tanto no <i>lending</i> e <i>reward-based</i> , onde a maior parte dos estudos está concentrada, como nos outros modelos.
Inácio et al. (2019)	Interactive value formation: types of <i>crowdfunding</i> and exchanged resources' characteristics	Execução de um estudo qualitativo para melhor entender o processo de formação de valor interativo, sejam eles de cocriação ou co-destruição, nos modelos de <i>crowdfunding</i> , e assim apoiar melhores definições de estratégias de negócios.
Martins e de Lima Medeiros (2017)	<i>Crowdfunding</i> como alternativa no turismo: análise do modus operandi das plataformas brasileiras	Investigar se a noção de pertencimento e participação nos projetos são fatores que propiciam maior fidelização ou atitude favorável por parte dos apoiadores. Também, apurar o papel do marketing no sucesso dos financiamentos.
Martins e de Lima Medeiros (2018)	Financiamento coletivo em turismo no Brasil	Futuras pesquisas podem buscar entender os motivos das regiões Sudoeste e Nordeste apresentarem maior número de projetos aprovados além de buscar relacionar o sucesso dos projetos com a maneira como eles são apresentados ao público.
Mendes-Da-Silva et al. (2016)	The impacts of fundraising periods and geographic distance on financing music production via <i>crowdfunding</i> in Brazil	São necessárias novas perspectivas que auxiliem nas questões de atração de capital externo, flexibilidade, custos de financiamento e assimetria de informações por parte dos doadores. Outros tópicos que podem ser aprofundados são: (1) modelos de negócios e governança corporativa no <i>crowdfunding</i> , (2) relacionamentos com doadores, (3) redes e o papel desempenhado por plataformas de <i>crowdfunding</i> , (4) discussões sobre a legitimidade do <i>crowdfunding</i> , (5) métricas financeiras, (6) barreiras legais e regulatórias e (7) reconhecimento de oportunidades.
Milian et al., (2019)	Fintechs: a literature review and research agenda	Novas pesquisas devem focar nas questões organizacionais, o ambiente competitivo e a tecnologia dos projetos de <i>crowdfunding</i> . Também devem investigar a relação existente entre serviços <i>fintech</i> , empréstimos, investimentos e <i>crowdfunding</i> assim como o vínculo entre tecnologia financeira e <i>blockchain</i> /criptomoedas.

Tabela 15 (Continuação)

Autores	Título	Agenda de pesquisa
Mourao et al., (2018)	Many are never too many: an analysis of <i>crowdfunding</i> projects in Brazil	É importante reunir mais informações de diferentes plataformas tanto brasileiras como latino-americanas para melhor entender o fenômeno do <i>crowdfunding</i> . Também é relevante conhecer as redes sociais e seus promotores além das características geográficas e suas interligações com cada projeto.
Bernardes et al. (2018)	<i>Crowdfunding</i> : análise dos comportamentos de satisfação e lealdade dos consumidores brasileiros em contexto de produtos culturais	Entender quais são os aspectos da geração de valor e qualidade dos serviços que contribuem para nutrir a satisfação e lealdade dos clientes no ambiente das plataformas de <i>crowdfunding</i> .
Nodari et al., (2020)	Plataformas de financiamento coletivo como instrumento de incentivo à inovação social no contexto brasileiro	Analisar os efeitos das iniciativas inovadoras sociais no Brasil tanto qualitativa como quantitativamente. Aprofundar as análises sobre a relação de projetos de bem-estar social com as plataformas de <i>crowdfunding</i> e questionar sua classificação como inovação social capaz de transformar o Brasil.
Presser et al., (2017)	<i>Crowdfunding</i> e <i>crowdsourcing</i> como meio de viabilizar inovação	Investigar a utilização de <i>crowdfunding</i> e <i>crowdsourcing</i> como forma inovadora de pesquisa nas diversas áreas acadêmicas.
Rossi e de Melo Alves (2020)	<i>Crowdfunding</i> : Uma análise da produção científica em bases de dados de 2013 a 2017	Elaborar pesquisas em intervalos diferentes de tempo ou analisando bases de dados distintas, sendo possível comparar os dados obtidos com os deste trabalho; realizar estudo dedicado à América do Sul e África; aprofundar as pesquisas relacionadas a P2P, considerando seu destaque na nuvem de palavras-chave.
Teberga e Oliva (2018)	Identification, analysis and treatment of risks in the introduction of new technologies by start-ups	Futuros estudos poderão se aprofundar na identificação, análise e tratamento de riscos em diferentes <i>start-ups</i> , gerando um maior banco de dados para comparações e propostas para pesquisas quantitativas. Adicionalmente, pretende-se estruturar o método analisado neste estudo.
Verschoore e Araújo (2020)	O efeito das estratégias de recompensas no sucesso das campanhas de financiamento coletivo	Estabelecer associações entre as estratégias de recompensas com o impacto das redes sociais e as atualizações das campanhas, por exemplo. Ademais, analisar questões como sucesso de campanhas com metas menores, quais parâmetros são utilizados para definir metas e estratégias de recompensa, além de conhecer as estratégias de recompensa e o papel das plataformas de <i>crowdfunding</i> na evolução das campanhas.
Nascimento et al., (2020)	O Impacto da Distância no Valor Investido em <i>Equity Crowdfunding</i> no Brasil	Investigar o impacto dos investidores do círculo social do empreendedor sobre o número de investimentos e no valor investido em ECF no Brasil.

Fonte: Elaborado pela autora a partir de revisão bibliográfica.

Esta pesquisa analisou conteúdos brasileiros em um período e em uma base de dados diferente da utilizada por De Rossi e De Melo Alves (2020) podendo então ser considerada

uma continuidade do estudo dos autores. Este apresentou em sua nuvem de palavras o termo “P2P” em evidência, ao passo que neste, apenas um artigo abordou o tema.

Foram observados diversos tópicos sugeridos pelas agendas, variando de estudos sobre questões organizacionais no *crowdfunding*, tendências de inovações e redes sociais, como também o aprofundamento sobre estratégias de recompensa e a relação entre os serviços de *fintechs* no *crowdfunding*, além das métricas de sucesso no modelo de *equity*. Fica assim evidente a necessidade e importância do desenvolvimento de pesquisas neste campo que está evoluindo rapidamente no Brasil.

5. Considerações Finais

Esta pesquisa teve como objetivo geral mapear o que tem sido estudado sobre o *crowdfunding* no Brasil na última década. Para tal, foi realizada uma análise bibliométrica com abordagem quantitativa e qualitativa de 109 trabalhos prospectados da base de pesquisa Google Acadêmico e que tiveram seu pico de produção em 2018 ($\cong 23\%$). Fica assim, evidente que o aprofundamento do tema no país é recente, corroborando com a importância deste estudo em contribuir com dados e informações que situam em que momento a produção científica sobre o tema está no país, capaz de estimular *insights* e futuras pesquisas.

O *reward-based crowdfunding* foi o tema mais pesquisado ($\cong 40\%$) e o mais praticado por investidores/apoiadores de projetos brasileiros. Apesar disto, após a catalogação de 70 plataformas ativas, pôde-se observar que 41 delas são plataformas voltadas para a modalidade do *equity-based crowdfunding*, sendo a Kria e Eqseed as mais conhecidas. Em relação à modalidade do RCF, as plataformas Catarse, Kickante e Benfeitoria se destacaram, tendo a Catarse sido objeto de pesquisa de 76% dos trabalhos que analisaram alguma plataforma.

Dentre os periódicos avaliados pela CAPES, 25% deles possuíam classificação Qualis B3, tendo apenas um artigo sido publicado em uma revista A1. A FGV classificou-se como a instituição de ensino que mais produziu trabalhos acadêmicos sobre o tema ($\cong 30\%$) e a área de estudo foi a Administração com 40% de participação na amostra. Os autores que mais produziram artigos no período foram Israel Felipe e a dupla Bastos Bernardes e Rafael Lucian e os mais citados foram Milian et al. (2019), Mendes-Da-Silva et al. (2016), Blanck e Janissek-Muniz (2013) e Monteiro (2014).

A partir da técnica de elaboração de nuvem de palavras foram identificados importantes subtemas relacionados ao *crowdfunding* estudados pela academia brasileira que se destacaram, como: empreendedorismo, investimentos, jornalismo, financiamento eleitoral,

inovação e capital social. Ao reunir as agendas de pesquisa também foi possível observar diversos temas, propostos tanto na área organizacional como de indicadores estatísticos.

Em relação às limitações deste estudo a base de dados utilizada do Google Acadêmico e a metodologia de revisão bibliométrica ficam em evidência, sendo assim, a realização de novos estudos em bases diferentes uma sugestão. Apesar da oferta de diversas outras propostas nas agendas de pesquisa, o foco metodológico merece destaque.

Referências Bibliográficas

- Afonso, M. H. F., De Souza J.V., Ensslin, S.R., & Ensslin, L. (2011). 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*, São Paulo, 5(2), 47-62.
- Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2011). *The geography of crowdfunding* (No. w16820). National bureau of economic research.
- Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2014). *Some simple economics of crowdfunding*. *Innovation Policy and the Economy*, 14(1), 63-97.
- Agrawal, A., Catalini, C., & Goldfarb, A. (2015). Crowdfunding: Geography, social networks, and the timing of investment decisions. *Journal of Economics & Management Strategy*, 24(2), 253-274.
- Ahlers, G. K. C., Cumming, D., Günther, C., & Schweizer, D. (2015). Signaling in Equity Crowdfunding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(4), 955–980.
- Amedomar, A. A. (2015). *O crowdfunding de recompensas como alternativa de capital empreendedor para EBTs no Brasil: um estudo descritivo-exploratório* [Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo]. Biblioteca Digital USP. <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-01122015-153926/pt-br.php>
- Amedomar, A., & Spers, R. G. (2018). Reward-based crowdfunding: a study of the entrepreneurs' motivations when choosing the model as a venture capital alternative in Brazil. *International Journal of Innovation: IJI Journal*, 6(2), 147-163.
- Andrade, S. S. D. (2016). *Jornalismo da Multidão: estudo sobre as formas de financiamento coletivo da Agência Pública* [Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual Paulista]. Repositório Institucional UNESP. <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/138196>
- Andreoni, J. (1990). Impure altruism and donations to public goods: A theory of warm glow giving. *The Economic Journal*, 100(401), 464-477
- Antonenko, P. D., Lee, B. D., & Kleinheksel, A. J. (2014). Trends in the crowdfunding of educational technology startups. *Techtrends*, 58(6), 36–41.

- Araújo, L. A. (2019). *Consumo inovador e serviços bancários: adoção de serviços das FinTechs* [Dissertação de Mestrado, Universidade FUMEC]. Repositório Institucional FUMEC. <https://repositorio.fumec.br/xmlui/handle/123456789/462>
- Araújo, M. D. M. D. (2017). *Crowdfunding: o que as campanhas de sucesso fazem diferente? Uma análise comparativa com uso de conjuntos fuzzy set* [Dissertação de Mestrado, Universidade Unisinos]. Repositório Digital da Biblioteca Unisinos. <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/6330>
- Araujo, M. V. M. D. (2018). *Investimento em tecnologia nas instituições financeiras e a influência das Fintechs* [Dissertação de Mestrado, Fundação Getúlio Vargas]. FGV Sistema de Bibliotecas. <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/24740>
- Armendáriz de Aghion, B., & Morduch, J. (2000). Microfinance beyond group lending. *Economics of transition*, 8(2), 401-420
- Aveni, A., & Pinto, F. S. Crowdfunding: O modelo canvas do site catarse. *Revista Eletrônica Gestão & Saúde*, 3380-3396.
- Barbosa, R. R. (2018). *Fintechs: A atuação das empresas de tecnologia de serviço financeiro no setor bancário e financeiro brasileiro* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Lume UFRGS. <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/178364>
- Barros, L. S. G. (2017). *The role of time and past funding in non-investment crowdfunding decision* [Tese de Doutorado, Fundação Getúlio Vargas]. FGV Sistema de Bibliotecas. <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/17973>
- Bastos, E. A., Lino, M. L., & Torquete, B. (2018). A não aplicação da lei 8.078 de 1990 nas relações jurídicas entre investidor e idealizador de crowdfunding – investimento coletivo. *Direito & Realidade*, 6(4).
- Batista, E. M. (2016). *Comunicação e consumo em crowdfunding: estratégias discursivas do empreendedorismo social e a construção do consumidor-investidor* [Dissertação de Mestrado, Escola Superior de Propaganda e Marketing]. TEDE ESPM. <http://tede2.espm.br/handle/tede/75>
- Belleflamme, P., & Lambert, T. (2014). Crowdfunding: Some empirical findings and microeconomic underpinnings. *Available at SSRN 2437786*.
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2010). Crowdfunding: An industrial organization perspective. In *Prepared for the workshop Digital Business Models: Understanding Strategies*, held in Paris on June (pp. 25-26).
- Belleflamme, P., T. Lambert and A. Schwienbacher (2014), “Crowdfunding: Tapping the Right Crowd,” *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585-609.
- Berger, A.N. (2003). The economic effects of technological progress: Evidence from the banking industry. *Journal of Money, Credit and Banking* 35, 141–176. <https://doi.org/10.1353/mcb.2003.0009>.

- Bernardes, B., & Lucian, R. (2015). Comportamento de consumidores brasileiros e portugueses em plataformas de crowdfunding. *Revista de Gestão dos Países de Língua Portuguesa*, 14(1), 26-36.
- Bernardes, B., & Lucian, R. (2015). Crowdfunding: A Influência da Co-Criação e do Sentimento de Pertença na Satisfação dos Apoiadores Luso-Brasileiros. *GESTÃO. Org-Revista Eletrônica de Gestão Organizacional*, 13, 360-369.
- Bernardes, B., Lucian, R., & Abreu, N. (2018). Crowdfunding: Análise dos Comportamentos de Satisfação e Lealdade dos Consumidores Brasileiros em Contexto de Produtos Culturais. *Revista de Gestão e Projetos*, 9(2), 65-79.
- Bier, C. A., & Cavalheiro, R. A. (2015). Lei rouanet x crowdfunding: fomentando os empreendimentos culturais. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 9(2), 30-47.
- Blanck, M., & Janissek-Muniz, R. (2014). Inteligência estratégica antecipativa coletiva e crowdfunding: aplicação do método LE SCAnning em empresa social de economia peer-to-peer (P2P). *Revista de Administração*, 49(1), 188-204.
- Blumberg, A. P. (2018). *Lógicas de actuação das empresas fintech: o caso das fintech plataforma no Brasil* [Dissertação de Mestrado, Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade de Lisboa]. Repositório da Universidade de Lisboa. <https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/17798>
- Bolesina, I., & Migliavacca, L. A. "Crowdfunding" em políticas públicas: ciberparticipação e espelho referencial a agenda política. *Revista da Faculdade de Direito*, (29).
- Borges, E. B. D. P., & Zendron, P. (2019). Estratégia de financiamento inovadora combinando recursos públicos com financiamento coletivo: o caso do programa Matchfunding BNDES+ Patrimônio Cultural. *Revista do BNDES*. <http://web.bndes.gov.br/bib/jspui/handle/1408/19563>
- Brabham, D. C. (2008). Crowdsourcing as a model for problem solving an introduction and cases. *Convergence: the international journal of research into new media technologies*, 14(1), 75-90.
- Bronzeri, M. D. S. (2018). *Financiamento à inovação para MPes: o emergente crowdfunding* [Tese de Doutorado, Universidade Positivo]. Research Gate. https://www.researchgate.net/profile/Marcia-Bronzeri-2/publication/326144008_FINANCIAMENTO_A_INOVACAO_PARA_MPMEs_O_E_MERGENTE_CROWDFUNDING/links/5b3ac66ba6fdcc8506ea5102/FINANCIAMENTO-A-INOVACAO-PARA-MPMEs-O-EMERGENTE-CROWDFUNDING.pdf
- Cacciolari, S. C. M., & Finocchio, C. P. S. (2016). Crowdfunding e a percepção de valor para os stakeholders: o caso do Projeto Quilombo Solar. *Revista ESPACIOS*, 37(23)
- Cardoso, L. S. & Zilber, M. A. (2017). Crowdfunding e inovação: um estudo sobre startups no Brasil. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. En línea: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/2017/estudo-startups-brasil.html>

- Cardoso, L. S. (2018). *Inovação e crowdfunding: um estudo sobre startups* [Dissertação de Mestrado, Universidade Presbiteriana Mackenzie]. TEDE Mackenzie. <http://tede.mackenzie.br/jspui/handle/tede/3638>
- Carvalho, R. N. D. (2019). *Project success prediction in the brazilian crowdfunding ecosystem: a case study of Benfeitoria.com* [Dissertação de Mestrado, NOVA Information Management School]. Repositório Universidade Nova. <https://run.unl.pt/handle/10362/66052>
- Catarse. (2016). Sala de imprensa. Recuperado em 05 de março, 2021, em: <https://www.catarse.me/press>
- Catecati, T. (2016). *Fatores críticos de sucesso no sistema de financiamento coletivo de produtos na visão dos desenvolvedores bem-sucedidos* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina]. Repositório Institucional UFSC. <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/167995>
- Centenaro, A. E. M. (2013). *A influência do capital social no fomento de projetos de financiamento coletivo no Brasil* [Tese de Doutorado, Universidade Unisinos]. Repositório Digital da Biblioteca Unisinos. <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/3080>
- Chesbrough, H. (2010). Business model innovation: opportunities and barriers. *Long range planning*, 43(2), 354-363.
- Chiesa, C. D. (2017). *Financiamentos coletivos online: uma perspectiva antropológica sobre projetos e empreendedores* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Lume UFRGS. <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/172939>
- Clauss, T., Breitenecker, R. J., Kraus, S., Brem, A., & Richter, C. (2018). Directing the wisdom of the crowd: The importance of social interaction among founders and the crowd during crowdfunding campaigns. *Economics of Innovation and New Technology*, 27(8), 1–27
- Cocate, F. M., & Júnior, C. P. (2016). Crowdfunding: estudo sobre o fenômeno virtual. *LÍBERO*, (29), 135-144.
- Colombo, M. G., Franzoni, C., & Rossi- Lamastra, C. (2015). Internal social capital and the attraction of early contributions in crowdfunding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(1), 75-100.
- Cordeiro, J. P. D. V. (2019). *Fintechs e inclusão financeira no Brasil: uma abordagem Delphi* [Dissertação de Mestrado, Fundação Getúlio Vargas]. FGV Sistema de Bibliotecas. <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/28667>
- Correia, A. L., & Pompeu, R. G. (2017). Considerações sobre o regime legal de tributação na operação de crowdfunding por recompensa. *Revista de Estudos Jurídicos UNA*, 3(1), 85.
- Costa, B. G. (2013). *Procuram-se colaboradores, recompensa-se bem: a trama da colaboração nos sites de Crowdfunding* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Lume UFRGS. <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/87570>

- Costa, B. G., Lorenzi, F. L., & Hennigen, I. (2015). Financiamento Coletivo: problematizando empreendedorismo, inovação e mecanismos de visibilização. *Informática na educação: teoria & prática*, 18(1).
- Cruz, C. A. B., Silva, A. L. S., Mendonça, V. M., dos Santos, P. R., Paixão, A. E. A., & de Aragão Gomes, I. M. (2018). Empreendedorismo tecnológico: investimentos de risco em startups no Brasil. *Revista de Empreendedorismo, Negócios e Inovação*, 3(2), 21-32.
- Cruz, J. V. (2018). Beyond financing: crowdfunding as an informational mechanism. *Journal of Business Venturing*, 33(3), 371-393.
- CVM. Plataformas Registradas na CVM. Recuperado em 29 de março, 2021, em: https://www.gov.br/cvm/pt-br/assuntos/regulados/consultas-participante/crowdfunding/plataformas-registradas-na-cvm/plataformas_eletronicas_de_investimento_participativo_registradas.pdf
- D'Albuquerque, P. C. (2019). *Understanding FinTech ecosystem evolution through service innovation and socio-technical system perspective* [Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto]. Repositório Aberto UP. <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/124053/2/366387.pdf>
- De Andrade Gabrich, F., & Apolinário, B. A. (2017). Análise estratégica do crowdfunding e sua relação com o mercado de capitais brasileiro. *Revista Brasileira de Direito Empresarial*, 3(1), 81-98.
- De Araujo Barcellos, M., & Garcia, J. M. (2015). Desdobramentos do Papel dos Agentes Formadores da Cadeia Produtiva em Publicações: um caso de Crowdfunding. *Revista Brasileira de História da Mídia*, 4(2).
- De Araújo, L. V. (2016). Inovação no Jornalismo: um estudo de caso do crowdfunding. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 13(1), 103-114.
- De Buysere, K., Gajda, O., Kleverlaan, R., Marom, D., & Klaes, M. (2012). A framework for European crowdfunding. *European Crowdfunding Network*.
- De Carvalho, J. M., & De Andrade, S. S. (2015). Quem paga a conta? As possibilidades do crowdfunding para o jornalismo nas indústrias criativas. *Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo*, 5(17), 9-9.
- De Carvalho, J. M., & De Andrade, S. S. (2015). Quem paga a conta? As possibilidades do crowdfunding para o jornalismo nas indústrias criativas. *Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo*, 5(17), 9-9.
- De Noronha Najarian, I. P. (2013). O crowdfunding e a oferta pública de valores. *FMU Direito-Revista Eletrônica (ISSN: 2316-1515)*, 26(37).
- Dias, N. S. D. (2018) *O crowdfunding a partir das perspectivas sobre a cultura material - o processo comunicacional do projeto mola structural kit* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal Fluminense]. PPG COM. <http://ppgcom.uff.br/natalia-dos-santos-dias/>

- Dos Santos, A. P., Pontes, F. S., & de Souza Paes, P. (2018). Financiamento coletivo aplicado ao jornalismo: uma classificação das iniciativas financiadas no Catarse. *Pauta Geral*, 5(1), 67-85.
- Felipe, I. J. S. (2015). Shared value creation and crowdfunding in Brazil. *Journal of Financial Innovation (JoFI)*, 1(3), 213-230.
- Felipe, I. J. S. (2017). *Determinantes do sucesso de campanhas de equity e de reward crowdfunding* [Tese de Doutorado, Fundação Getúlio Vargas]. FGV Sistema de Bibliotecas. <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/19018>
- Felipe, I. J. S., & Ferreira, B. C. F. (2020). Determinantes do sucesso de campanhas de equity crowdfunding. *Revista Contabilidade & Finanças*, 31(84), 560-573.
- Felipe, I. J. S., Mendes-Da-Silva, W., & Gattaz, C. C. (2019). Crowdfunding research agenda: Semantic analysis of the media and geography of investments. *Encyclopedia with Semantic Computing and Robotic Intelligence*, 1930001.
- Ferreira, A. R. (2019). *Desenvolvimento entre garantia e elasticidade: a regulação das Fintechs de crédito no Brasil* [Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo]. Repositório USP. <https://repositorio.usp.br/item/002952983>
- Florida, R. (2014). *The Rise of the Creative Class—Revisited: Revised and Expanded*. Basic books.
- Folha de São Paulo Mundo (2008). Recuperado 20 de março, 2021, em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mundo/ft2006200813..htm>
- Fonseca, J. J. S. (2002). Apostila de metodologia da pesquisa científica. *Fortaleza: UEC*.
- Fonseca, M. V. P. D. (2018). *As plataformas e os sindicatos no investment-based crowdfunding: regulação, riscos e mitigações* [Dissertação de Mestrado, Fundação Getúlio Vargas]. FGV Sistema de Bibliotecas. <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/23967>
- Francisco, G. R. D. (2019). *Jornalismo investigativo na internet financiado e pautado pelo leitor: o caso do Reportagem Pública 2017* [Dissertação de Mestrado, Universidade Fernando Pessoa]. Repositório Institucional da Universidade Fernando Pessoa. <http://hdl.handle.net/10284/8461>
- Galli, G. (2018). *Crowdfunding no jornalismo: a utilização das práticas de financiamento coletivo como indicadores das mudanças na atuação de jornalistas* [Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul]. TEDE PUCRS. <http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/7942>
- Galvão, J. (2018) *Características da informação produzida por financiamento coletivo no Brasil: um estudo dos três casos jornalísticos mais expressivos financiados através da plataforma Catars*[Dissertação de Mestrado, Universidade Federal da Bahia]. Póscom UFBA. <http://poscom.tempsite.ws/wp-content/uploads/2011/05/Disserta%C3%A7%C3%A3oJulia-Final.pdf>

- Gerber, E. M., & Hui, J. (2013). Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)*, 20(6), 1-32.
- Giarelli, S. (2018). *Fintech and financial inclusion: the case of Banco Maré* [Dissertação de Mestrado, Fundação Getúlio Vargas]. FGV Sistema de Bibliotecas. <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/26087>
- Gil, A. C. (1994). Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo: Atlas.
- Gil, A. C. (2007). Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas.
- Giudici G., Nava R., Rossi-Lamastra C., Verecondo C. (2012) Crowdfunding: the new frontier for financing entrepreneurship? Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2157429>
- Harms, M. (2007). What drives motivation to participate financially in a crowdfunding community? Available at SSRN 2269242.
- Hassem, A. (2020). *Crowdfunding de investimento para viabilização de novos negócios no Brasil* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de São Carlos]. Repositório Institucional UFSCar. <https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/12230>
- Hemer, J. (2011). *A snapshot on crowdfunding* (No. R2/2011). Working papers firms and region.
- Henriques, M. S., & Lima, L. A. B. (2014). Os públicos fazem o espetáculo: protagonismo nas práticas de financiamento coletivo através da internet. *Conexão-Comunicação e Cultura*, 13(25).
- Hermann Nodari, C., Schmitt Figuiró, P., Froehlich, C., Ramos Veiga-Neto, A., & Brenno Barreto Miranda, A. L. (2020). Plataformas de financiamento colectivo como instrumento de incentivo de innovaciones sociales en el contexto brasileño. *Revista Lasallista de Investigación*, 17(1).
- Howe, J. (2006). The rise of crowdsourcing. *Wired magazine*, 14(6), 1-4.
- IBGE - Sistema de Contas Regionais (2018). Recuperado 3 de abril, 2021, em: <http://www.codeplan.df.gov.br/wp-content/uploads/2018/02/Sist.-Contas-Regionais-Brasil-2018-SCR-IBGE.pdf>
- Inácio, M. D. R., Inácio, R. D. O. R., Botelho, D., & Sandes, F. S. (2019). Interactive value formation: types of crowdfunding and exchanged resources' characteristics. *Revista Administração em Diálogo-RAD*, 21(3).
- Instrução CVM n. 588, de 13 de julho de 2017. Dispõe sobre a oferta pública de distribuição de valores mobiliários de emissão de sociedades empresárias de pequeno porte. Recuperado de: <http://conteudo.cvm.gov.br/legislacao/instrucoes/inst588.html>
- Justo, G. D. (2015). *Crowdfunding no Brasil* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Pernambuco]. Attena Repositório Digital da UFPE. <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/17082>

- Kim, K., & Hann, I. H. (2014). Crowdfunding and the democratization of access to capital: a geographical analysis. *Robert H. Smith School Research Paper*, 32.
- Koche, I. G. (2019). *A inovação do modelo de negócio em Fintechs do Rio Grande do Sul* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Santa Maria].
- Kuppuswamy, V., & Bayus, B. L. (2018). Crowdfunding creative ideas: The dynamics of project backers. In *The economics of crowdfunding* (pp. 151-182). Palgrave Macmillan, Cham.
- Lakhani, K.R., L.B. Jeppesen, P.A. Lohse, J.A. Panetta. 2007. The value of openness in scientific problem solving. Working Paper No. 07-050, Harvard Business School, Boston, MA, 1-57.
- Lehner, O. M. (2013). Crowdfunding social ventures: a model and research agenda. *Venture Capital*, 15(4), 289-311.
- Lee, C. H., Zhao, J. L., & Hassna, G. (2016). Government-incentivized crowdfunding for one-belt, one-road enterprises: design and research issues. *Financial Innovation*, 2(1), 1-14.
- Li, C. W., Wang, C., & Yue, W. T. (2015). What Do We Know About Crowdfunding? A Review and a Research Framework. In *Workshop on Internet and BigData Finance (WIBF)*.
- Li, Z., Jarvenpaa, S. (2015). Motivating IT-mediated crowds: the effect of goal setting on project performance in online crowdfunding. In: *Proceedings of the 36th International Conference of Information Systems*, Association for Information Systems, Atlanta, GA.
- Lima, L. A. B. (2014). *Produzir, consumir, colaborar: experiências singulares na prática de crowdfunding* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Minas Gerais]. Repositório UFMG. <http://hdl.handle.net/1843/BUBD-A9CM2Jv>
- Lupi, A. L. P. B., de Séllos Knoerr, V. C., & de Oliveira, J. S. (2019). Anotações acerca do sistema financeiro brasileiro, mercado de capitais e a regulamentação do investidor-based crowdfunding no Brasil. *Administração de Empresas em Revista*, 3(17), 99-121.
- Marçal, D. B. (2018). *Tributação de operações no mercado doméstico de crowdfunding de investimento* [Dissertação de Mestrado, Fundação Getúlio Vargas]. FGV Sistema de Bibliotecas. <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/24827>
- Mareev, S.N., 2016. Understand global capitalism (Reflections on the Book “Global Capital”, by A.V. Buzgalin and A.I Kolganov). *Voprosy Filosofii* 60–67. McCullagh, K., 2017. Brexit: potential trade and data implications for digital and ‘fintech’
- Martins, A. L. S., & Machado, T. P. (2015). Crowdfunding: Um financiamento evolucionário? *Revista Iniciativa Econômica*, 2(1).
- Martins, L. M., & de Lima Medeiros, M. (2018). Financiamento coletivo em turismo no Brasil. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 12(1), 59-79.

- Martins, L., & de Lima Medeiros, M. (2017). Crowdfunding como Alternativa no Turismo: Análise do Modus Operandi das Plataformas Brasileiras. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, 6(1), 92-108.
- Martins, N. M., & da Silva, P. M. B. P. (2014). Funcionalidade dos sistemas financeiros e o financiamento a pequenas e médias empresas: o caso do crowdfunding. *Revista Economia Ensaios*, v. 29.
- Massolution. (2015). Crowdfunding Industry Report. *The Crowdfunding Industry Report*, 2015CF.
- Massoni, B. D. S. L. (2016). *Financiamento para empreendedores tecnológicos: estudo de casos múltiplos no Estado de Sergipe* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Sergipe]. Repositório Institucional UFS. <http://ri.ufs.br/jspui/handle/riufs/8045>
- Matusik, S. F. (2014). A theoretical disaggregation and integration of crowdfunding: Crowd motives and engagement and their consequences. *Available at SSRN 2613517*.
- Mendes, L. D. (2016). *Qualificação jurídica das plataformas de crowdfunding no Brasil: um estudo de caso da plataforma online da Broota Brasil* [Dissertação de Mestrado, Fundação Getúlio Vargas]. FGV Sistema de Bibliotecas. <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/16573>
- Mendes-Da-Silva, W., Rossoni, L., Conte, B. S., Gattaz, C. C., & Francisco, E. R. (2016). The impacts of fundraising periods and geographic distance on financing music production via crowdfunding in Brazil. *Journal of Cultural Economics*, 40(1), 75-99.
- Mendonça, R. U., & Machado, L. H. M. (2017). Análise do crowdfunding no empreendedorismo brasileiro—características e tendências. *South American Development Society Journal*, 1(3), 37-53.
- Merlone, N. (2019). Direito fundamental econômico das fintechs: desenvolvimento brasileiro. *Revista de Doutrina Jurídica*, 110(2), 234-257.
- Milian, E. Z., Spinola, M. D. M., & de Carvalho, M. M. (2019). Fintechs: A literature review and research agenda. *Electronic Commerce Research and Applications*, 34, 100833.
- Mohallem, M. F., & Costa, G. S. (2015). Crowdfunding e o futuro do financiamento eleitoral no Brasil. *Estudos Eleitorais: vol. 10, n. 2 (maio/ago. 2015)*.
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29, 1-16.
- Mollick, E. R. (2013). Swept away by the crowd? Crowdfunding, venture capital, and the selection of entrepreneurs. *Venture Capital, and the Selection of Entrepreneurs* (March 25, 2013).
- Mollick, E. R., & Kuppuswamy, V. (2014). After the campaign: Outcomes of crowdfunding. *UNC Kenan-Flagler Research Paper*, (2376997).
- Mollick, E., & Robb, A. (2016). Democratizing Innovation and Capital Access. *California Management Review*, 58(2), 72-87.

- Monteiro, M. C. P. (2014). *Crowdfunding no Brasil: uma análise sobre as motivações de quem participa* [Dissertação de Mestrado, Fundação Getúlio Vargas]. FGV Sistema de Bibliotecas. <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/13384>
- Moritz, A., & Block, J. H. (2016). Crowdfunding: A literature review and research directions. *Crowdfunding in Europe*, 25-53.
- Mourao, P., Silveira, M. A. P., & De Melo, R. S. (2018). Many are never too many: An analysis of crowdfunding projects in Brazil. *International Journal of Financial Studies*, 6(4), 95.
- Nascimento, L. S., Francisco, E. R., & Felipe, I. J. dos S. (2020). O Impacto da Distância no Valor Investido em Equity Crowdfunding no Brasil. *Teoria e Prática em Administração*, 1(10), 53-70.
- Nonato, C. (2015). Blogs, colaborativismo e crowdfunding: novos arranjos para o livre exercício do jornalismo e a prática da cidadania. *Revista Alterjor*, 12(2), 44-57.
- O Coletivo do Financiamento – OCOLEFIN (2021). Recuperado em 20 de março, 2021, em: <https://ocoletivodofinanciamento.com.br/>
- Partyka, R. B., Lana, J., & Gama, M. A. B. (2020). Um olho no peixe e outro no gato: como as Fintechs disputam espaço com os bancos em época de juros baixos. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 21(1), 146-180.
- Passos, D. S. D. (2017). *Organizações na era pós-industrial: a complexidade, as "fintechs" e os bancos* [Dissertação de Mestrado, ISCTE Business School]. Repositório ISCTE. <http://hdl.handle.net/10071/15824>
- Pereira A. S. et al. (2018). *Metodologia da pesquisa científica* (1st ed.). UAB/NTE/UFSM
- Pereira, S. S. (2018). *Colaboração e apropriação mercadológica em financiamentos coletivos* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Espírito Santo]. Repositório UFES. <http://repositorio.ufes.br/handle/10/7085>
- Pizzi, M. (2017). As Transformações do Mercado Musical e as Plataformas de Crowdfunding e Licenciamento Musical. *Sonora*, 6(12).
- Plenário do Senado Federal. (2020). PL 3.883/2020. Recuperado em 27 de março, 2021, em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/143583>
- Poetz, M., Schreier, M. (2012). The value of crowdsourcing: can users really compete with professionals in generating new product ideas? *Journal of Product Innovation Management* 29.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). The big idea: Creating shared value, rethinking capitalism. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.
- Presser, A., Prim, G. S., Silva, M. M., Braviano, G., & Vieira, M. H. (2017). Crowdfunding e crowdsourcing como meio de viabilizar inovação. *Revista Triades*, 5(1). Recuperado de <https://triades.emnuvens.com.br/triades/article/view/46>

- Qiu, C. (2013). Issues in crowdfunding: Theoretical and empirical investigation on Kickstarter.
- Ragil, R. R. F. (2017). *A regulação das formas de captação coletiva de recursos pela internet mediante emissão de valor mobiliário* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Minas Gerais]. Repositório UFMG. <http://hdl.handle.net/1843/BUOS-ASXFT5>
- Read, A. (2013). Crowdfunding: an empirical and theoretical model of non-profit support. *Economics Theses*. 91.
- Resolução CVM n. 13, de 18 de novembro de 2020. Dispõe sobre o registro, as operações e a divulgação de informações de investidor não residente no País. Recuperado de: <http://conteudo.cvm.gov.br/legislacao/resolucoes/resol013.html>
- Riffel, M. G. (2016). *Crowdfunding: de modismo a novo instrumento financeiro* [Dissertação de Mestrado, Fundação Getúlio Vargas]. FGV Sistema de Bibliotecas. <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/16380>
- Rocha, L. V., & Biatr, M. (2017). Financiamento no jornalismo pós-industrial: considerações sobre o crowdfunding no Brasil. *Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo*, 7(20), 9-9.
- Rodrigues, R. F. F. (2015). *Factors influencing consumer decision in crowdfunding* [Dissertação de Mestrado, Fundação Getúlio Vargas]. FGV Sistema de Bibliotecas. <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/13511>
- Rossi, M., & de Melo Alves, C. A. (2020). Crowdfunding: Uma análise da produção científica em bases de dados de 2013 a 2017. *Revista Brasileira de Gestão e Inovação (Brazilian Journal of Management & Innovation)*, 7(3), 83-99.
- Salman, J. A. (2018). *Fintechs nos segmentos de empréstimos entre pessoas, criptomoedas e criptoativos - aspectos jurídicos do direito brasileiro* [Dissertação de Mestrado, Faculdades Metropolitanas Unidas] Arquivo FMU <https://arquivo.fmu.br/prodisc/mestrador/dir/jeas.pdf>
- Santano, A. C. (2016). O financiamento coletivo de campanhas eleitorais como medida econômica de democratização das eleições. *Estudos Eleitorais: vol. 11, n. 2*.
- Santos, A. P. D. (2018). *Governança e jornalismo: financiamento coletivo na busca da sustentabilidade para organizações jornalísticas* [Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual de Ponta Grossa]. TEDE UEPG. <https://tede2.uepg.br/jspui/handle/prefix/3006>
- Santos, R., & dos Santos Neres da Cruz, V. (2020). O Crime de Insider Trading nas Operações de Equity Crowdfunding. *Revista Da Procuradoria-Geral Do Banco Central*, 14(1), 112-126. Recuperado de <https://revistapgbcbcb.gov.br/index.php/revista/article/view/1050>
- Sapienza Filho, V. D. C. (2019). *Tributação das plataformas de financiamento coletivo crowdfunding: doação, prestação de serviço ou fornecimento de mercadoria?* [Dissertação de Mestrado, Fundação Getúlio Vargas]. FGV Sistema de Bibliotecas. <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/28764>

- Saxton, G. D., & Wang, L. (2014). The social network effect: The determinants of giving through social media. *Nonprofit and voluntary sector quarterly*, 43(5), 850-868.
- Scarascia, G. W. (2019). Uso de plataformas de financiamento coletivo para fomento a projetos da agricultura familiar no estado do Rio de Janeiro. *Revista Eletrônica Competências Digitais para Agricultura Familiar*, 5(1), 42-63.
- Schwiebacher, A., & Larralde, B. (2010). Crowdfunding of small entrepreneurial ventures. *Handbook of entrepreneurial finance*, Oxford University Press, Forthcoming.
- Shim, Y., Shin, D.H., 2016. Analyzing China's fintech industry from the perspective of actor-network theory. *Telecommunications Policy* 40, 168–181. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2015.11.005>.
- Silingardi, B. M & Santiago, M. R. (2017). A livre iniciativa na pós-modernidade: o fenômeno do crowdfunding sob a perspectiva da solidariedade social. *Revista de Direito, Economia e Desenvolvimento Sustentável*, 3(2), 40-60.
- Silva Domingues, C. (2013). Crowdfunding: uma fronteira entre a indústria cultural e a arte erudita. *Pensamento & Realidade*, 28(4), 48-54.
- Silva, E., & Hassem, A. (2019). O crowdfunding no contexto de políticas públicas de ciência, tecnologia e inovação brasileiras. *Revista Internacional de Tecnología, Ciencia y Sociedad*, 8(1), 23-31.
- Silva, L. L. D. (2019). *O desenvolvimento de um chatbot para auxiliar na identificação e listagem de normas do BACEN para fintechs de crédito* [Dissertação de Mestrado, Universidade Unisinos].
- Silva, V. F. (2016). *A forma organizativa das plataformas brasileiras de crowdfunding disponíveis para o financiamento de projetos de economia criativa* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro]. TEDE UFRRJ. <https://tede.ufrrj.br/jspui/handle/jspui/1823>
- Silva, W., & Freitas, J. (2012). A abordagem sistêmica para o Crowdfunding no Brasil: um estudo exploratório—visão sistêmica dos negócios. In 8º CONGRESSO BRASILEIRO DE SISTEMAS, *Revista Gestão & Conhecimento*, 316-334.
- Souza, J. A. A. (2016). *Crowdfunding nas espécies de doação e de recompensa: fundamentos e responsabilidade civil* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Lume UFRGS. <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/147624>
- Statista (2021) Crowdfunding. Recuperado 2 de abril, 2021, em: <https://www.statista.com/outlook/335/100/crowdfunding/worldwide#>.
- Stemler, A. R. (2013). The JOBS Act and crowdfunding: Harnessing the power—and money—of the masses. *Business Horizons*, 56(3), 271-275.
- Stevenson, W.J. (2001). *Estatística aplicada a administração*. São Paulo: Harbra.
- Strausz, R. (2017). “A Theory of Crowdfunding - A mechanism Design Approach with Demand Uncertainty and Moral Hazard.” *American Economic Review*, 107(6): 1430-76.

- Striquer Soares, M. A., & Costa R. A. (2018). Crowdfunding eleitoral: a doação eleitoral como forma de participação política. *Revista Percurso*, 4(27).
- Su, H. N., & Lee, P. C. (2010). Mapping knowledge structure by keyword co-occurrence: a first look at journal papers in Technology Foresight. *Scientometrics*, 85(1), 65-79.
- Teberga, P. M. F. & Oliva, F. L. (2018) "Identification, Analysis and Treatment of Risks in the Introduction of New Technologies by Start-ups". *Benchmarking: An International Journal*, <https://doi.org/10.1108/BIJ-06-2017-0156>.
- Terra, A. D. M. V. (2018). Notas sobre o crowdfunding no direito brasileiro. *Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM*, 13(3), 1134-1160.
- Thürriidl, C., & Kamleitner, B. (2016). What goes around comes around? Rewards as strategic assets in crowdfunding. *California management review*, 58(2), 88-110.
- Tupiassu, L., Coimbra, F. A. H., & Nobrega, B. M. (2020). Crowdfunding ou financiamento coletivo: um exame da tributação incidente sobre as modalidades pura e condicionada. *Revista Tributária e de Finanças Públicas*, 144, 157-176.
- Valiati, V. A. D. (2013). Crowdfunding e Indústria Cultural: as novas relações de produção e consumo baseadas na cultura da participação e no financiamento coletivo. *Verso e Reverso*, 27(64), 43-49.
- Valiati, V. A. D. (2013). *Crowdfunding no cinema brasileiro: um estudo sobre o uso do financiamento coletivo em obras audiovisuais brasileiras de baixo orçamento* [Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul]. TEDE PUCRS. <http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/4554>
- Valiati, V. A. D., & Tietzmann, R. (2015). Financiamento coletivo no cinema brasileiro: um panorama a partir da plataforma Catarse. *Sessões do Imaginário*, 20(33), 59-68.
- Valor Econômico. (2020). Campanha digital multiplica arrecadação. Recuperado em 27 de março, 2021, em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2020/04/08/solidariedade-campanha-digital-multiplica-arrecadacao.ghtml>
- Verschoore, J. R., & Araújo, M. D. M. (2020). O efeito das estratégias de recompensas no sucesso das campanhas de financiamento coletivo. *Revista de Administração Mackenzie*, 21(4), 1–26. doi:10.1590/1678-6971/eRAMR200139
- Vianna, E. A. B. (2019). *Regulação das fintechs e sandboxes regulatórias* [Dissertação de Mestrado, Fundação Getúlio Vargas]. FGV Sistema de Bibliotecas. <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/27348>
- Vieira, A. M. (2017). *O equity crowdfunding no Brasil: um estudo sobre as percepções iniciais de potenciais investidores* [Dissertação de Mestrado, Fundação Getúlio Vargas]. FGV Sistema de Bibliotecas. <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/24215>
- Wang, N., Li, Q., Liang, H., Ye, T., & Ge, S. (2018). Understanding the importance of interaction between creators and backers in crowdfunding success. *Electronic Commerce Research and Applications*, 27, 106-117.

- Yeh, T. L., Chen, T. Y., & Lee, C. C. (2019). Investigating the funding success factors affecting reward-based crowdfunding projects. *Innovation*, 21(3), 466-486.
- Zuquette, R. D. (2015). *Redes ego centradas e os projetos de crowdfunding: uma análise da relação entre as características estruturais da rede social do empreendedor e o sucesso de projetos de financiamento coletivo no Brasil* [Dissertação de Mestrado, Universidade Unisinos]. Repositório Digital da Biblioteca Unisinos. <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/4812>