



EIXO TEMÁTICO:

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Ambiente e Sustentabilidade | <input type="checkbox"/> Crítica, Documentação e Reflexão | <input type="checkbox"/> Espaço Público e Cidadania |
| <input type="checkbox"/> Habitação e Direito à Cidade | <input type="checkbox"/> Infraestrutura e Mobilidade | <input checked="" type="checkbox"/> Novos processos e novas tecnologias |
| <input type="checkbox"/> Patrimônio, Cultura e Identidade | | |

Crowdfunding para o Urbanismo: Possíveis Limitações do Financiamento Coletivo Digital para Intervenções Urbanas

Crowdfunding for Urbanism: Possibilities and Limitations of Digital Collective Financing for Urban Interventions

Crowdfunding para Urbanismo: Posibilidades y Limitaciones del Financiamiento Digital Colectivo de Intervenciones Urbanas

MAIA, Flávia Neves (1);

PEREZ, Ayara Mendo (2)

(1) Doutoranda, Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ, PROURB, Rio de Janeiro, RJ, Brasil; e-mail: flavianevesmaia@gmail.com

(2) Mestre pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ, PROURB, Rio de Janeiro, RJ, Brasil; e-mail: ayara.mendo@gmail.com



Crowdfunding para o Urbanismo: Possíveis Limitações do Financiamento Coletivo Digital para Intervenções Urbanas

Crowdfunding for Urbanism: Possibilities and Limitations of Digital Collective Financing for Urban Interventions

Crowdfunding para Urbanismo: Posibilidades y Limitaciones del Financiamiento Digital Colectivo de Intervenciones Urbanas

RESUMO

Nos últimos anos, os cidadãos têm se apropriado de mecanismos digitais de mobilização para a viabilização de intervenções urbanas, deixando figuras tradicionais, como o Estado, à parte do processo. Este artigo apresenta o uso de um destes mecanismos, o crowdfunding ou financiamento coletivo para o Urbanismo. Trata da sua origem, traz exemplos de práticas e discute, a partir da literatura disponível e de entrevistas com os envolvidos nos primeiros casos brasileiros, quais algumas de suas possíveis limitações. Com isso, pretende oferecer uma visão crítica de uma prática emergente - e que tende a se consolidar - sob o espectro do pensamento urbanístico.

PALAVRAS-CHAVE: crowdfunding, mobilização digital, urbanismo participativo

ABSTRACT

In recent years, citizens have been using digital mobilization mechanisms to enable urban interventions, leaving traditional figures like the State, out of the process. This paper presents the use of one of these mechanisms, crowdfunding or collective funding for Urbanism. Treats its origin, brings practical examples and discusses, from the available literature and from interviews with those involved in the first brazilian cases, some of its possible limitations. This is intended to provide a critical overview of an emerging - and that tends to consolidate - practice, under the specter of urban thinking.

KEY-WORDS: crowdfunding, digital mobilization, participatory urbanism

RESUMEN

En los últimos años, los ciudadanos se están apropiando de mecanismos de movilización digitales para dar visibilidad a algunas intervenciones urbanas, dejando de lado en este proceso a los actores tradicionales, como el Estado. Este artículo muestra el uso de uno de estos mecanismos, el crowdfunding o financiación colectiva para el Urbanismo. Trata de su origen, muestra ejemplos prácticos y discute, a partir de la bibliografía disponible y de las entrevistas con algunos de los actores que realizaron los primeros ejemplos en Brasil, cuales son algunas de sus posibles limitaciones. De esta forma se pretende ofrecer una visión crítica de esta práctica emergente que esta en proceso de consolidación, sobre el ángulo del pensamiento urbanístico.

PALABRAS-CLAVE: crowdfunding, movilización digital, urbanismo participativo

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho aborda o uso emergente de um mecanismo digital de mobilização social, o *crowdsourcing*. Discute-se o uso de um dos seus subtipos – o *crowdfunding* - para intervenções urbanas, as críticas que emergem na literatura a seu respeito e como elas se manifestam nos primeiros casos brasileiros.

O termo *crowdsourcing* é novo no Brasil e, portanto, ainda não existe concordância quanto ao seu significado. Na definição adotada por este trabalho, *crowdsourcing* é o *mecanismo digital de mobilização de recursos de pessoas através da internet*. Estes recursos podem ser *conhecimento, mão-de-obra* ou *dinheiro*. Através de plataformas digitais, que podem ser *sites* na internet ou *aplicativos* para celulares, cada usuário, ao doar algo de que dispõe contribui para a solução de um problema ou realização de um projeto.

O *crowdsourcing* surgiu como uma estratégia de “inovação aberta” de grandes empresas, um modelo empresarial de produção e solução de problemas baseado na *internet* e, com o passar dos anos, teve seu uso desdobrado para outros setores, em especial o do empreendedorismo individual e autônomo, e, mais recentemente, para organizações sociais e o setor público.

Um exemplo de *crowdsourcing* de *conhecimento* e *mão de obra* é o de construção da *Wikipedia*¹, uma enciclopédia virtual, sem fins lucrativos, em que os usuários podem criar e editar os verbetes de forma independente.

Nos últimos anos, cidadãos têm se apropriado dos mecanismos de *crowdsourcing* para discutir problemas das cidades e agir no sentido de solucioná-los. As iniciativas são diversas: vão, por exemplo, do financiamento de uma piscina flutuante² em um rio em Nova York, a uma campanha de sinalização colaborativa de paradas de ônibus no Brasil³, passando por interessantes propostas de mapeamento de riscos em favelas por jovens em condições de extrema pobreza (em Calcutá⁴ e no Rio de Janeiro⁵) ou mapeamento de problemas urbanos por jovens de classe média e alta (em Porto Alegre⁶), e de articulação em torno de pequenos serviços urbanos, como escavação de hidrantes soterrados em neve ou desentupimento de bueiros (nos Estados Unidos⁷).

Os casos de *crowdsourcing* de dinheiro - *crowdfunding* ou *financiamento coletivo* - para intervenções urbanas talvez sejam os que surgem mais velozmente no início do século XXI, especialmente desde 2010, quase sempre na Europa e nos EUA, mas também em países latino-americanos, como no Chile e no Brasil. Este também tem sido o tipo de *crowdsourcing* que tem gerado mais discussões quanto à aplicação no campo do Urbanismo e, por isso, é objeto deste artigo.

¹ Wikipedia. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org>>. Acesso em novembro de 2012.

² Pluspool. Disponível em: <pluspool.org>. Acesso em abril de 2014.

³ Que Ônibus Passa Aqui? Disponível em: <[shoot the shit.cc](http://shootthehit.cc)>. Acesso em abril de 2014.

⁴ The Revolutionary Optimists. Disponível em: <globalhealth.stanford.edu/the_revolutionary_optimists.html>. Acesso em abril de 2014.

⁵ Mapeamento digital de riscos socioambientais guiado pela juventude. Disponível em: <rio.unicef-gis.org>. Acesso em abril de 2014.

⁶ Portoalegre.cc. Disponível em: <portoalegre.cc>. Acesso em abril de 2014.

⁷ Adopt an Hidrant, Code for America. Disponível em: <adoptahydrant.org>. Acesso em abril de 2014.



2 CASOS DE ESTUDO

O Brasil ainda não possui nenhum site voltado exclusivamente para financiamento de questões urbanas, mas alguns sites para financiamento de iniciativas criativas em geral (peças de teatro, gravação de CDs e DVDs, por exemplo) já abrigam iniciativas deste tipo.

Este é o caso do Catarse, o maior site de financiamento coletivo no Brasil. Nesta plataforma é possível encontrar a seguinte descrição:

O Catarse é uma plataforma online que se destina a aproximar criadores de projetos e apoiadores, com o objetivo de angariação coletiva de fundos (*crowdfunding*), para viabilizar projetos criativos. [...] O Catarse reúne os valores desembolsados pelos apoiadores destinados a cada um desses projetos até o prazo final determinado pelos respectivos criadores.⁸ (CATARSE, 2013)

O Catarse foi criado em janeiro de 2011. Neste mesmo ano, arrecadou um total de R\$ 1.524.922,00 para os projetos que divulgou. Em 2012, esse valor chegou a R\$ 4.005.520,00. Em 2013, faltando quatro meses para que o ano se encerrasse, o valor arrecadado havia chegado a R\$ 4.473.444,89 (CATARSE, 2013).

Do total de ideias lançadas, 92 relacionam-se a questões urbanas até o momento. Dentre estas, há apenas quatro propostas bem sucedidas de financiamento de intervenções urbanísticas propriamente ditas⁹: *Nossa Horta*¹⁰, *Que Ônibus Passa Aqui?*¹¹, *Tiquatira em Construção*¹² e *Muda Cidade*¹³.

⁸ Disponível em: < <http://suporte.catarse.me/knowledgebase/articles/161100-termos-de-uso>>. Acesso em setembro de 2013.

⁹ Entretanto, há inúmeras outras propostas relacionadas a denúncias de problemas urbanos e discussão de soluções por meio de eventos, projetos artísticos, jornalísticos, cinematográficos, de mapeamento e outros, inseridas nas categorias "Cinema e Jornalismo", "Internet", e "Eventos e Arte Urbana". Embora todas estas correspondam a apenas 8% das lançadas na plataforma, o Catarse ainda é o site que reúne mais propostas de financiamento deste tipo no país.

¹⁰ Disponível em: <http://catarse.me/pt/408-projeto-nossa-horta>. Acesso em junho de 2013.

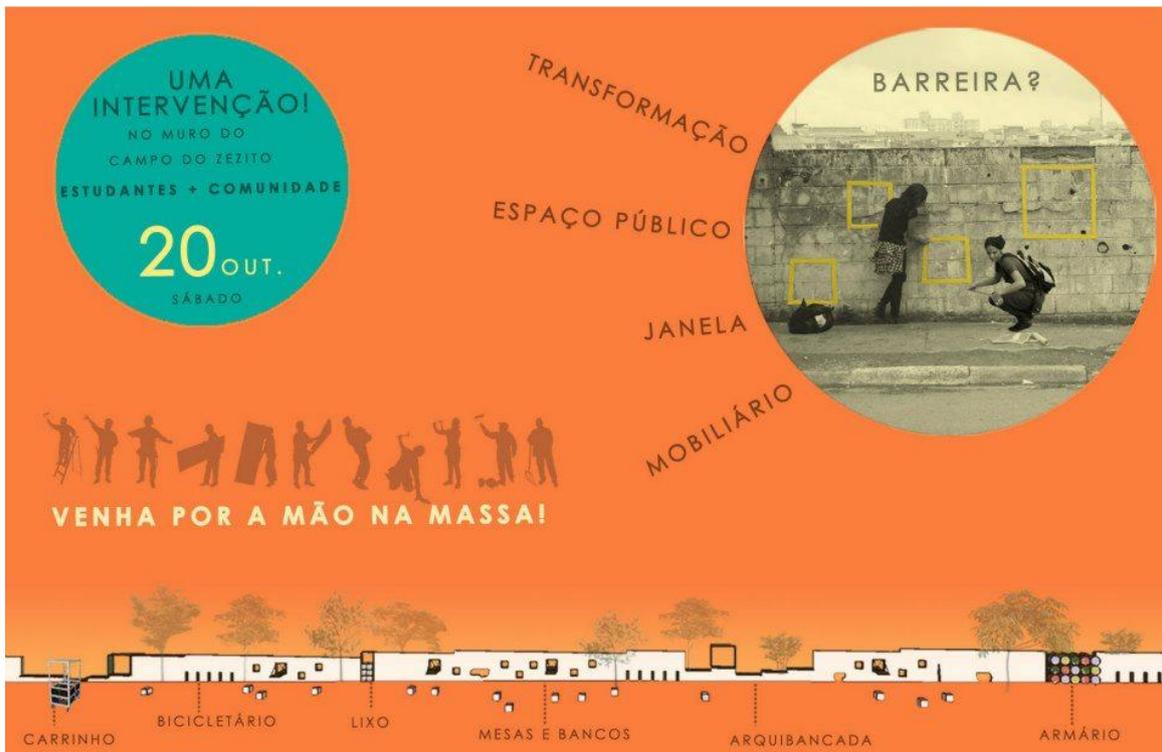
¹¹ Disponível em: <http://catarse.me/pt/que-onibus-passa-aqui-shoot-the-shit>. Acesso em junho de 2013.

¹² Disponível em: <http://catarse.me/pt/tiquatiraconstrucao>. Acesso em junho de 2013.

¹³ Disponível em: <http://catarse.me/pt/muda_cidade>. Acesso em junho de 2013.

Dentre estas, a que mais mobilizou recursos foi o *Tiquatira em Construção*. A proposta era reunir R\$ 14.000,00 para transformação de um trecho de muro depredado do parque Tiquatira, em São Paulo, com inserção de mesas, bancos, lixeiras, arquibancadas, armários e outros equipamentos, conforme projeto das idealizadoras, fruto do seu trabalho final de graduação.

Figura 2 Chamada para mutirão de construção de intervenção urbana financiada coletivamente.



Fonte: facebook.com/tiquatiraemconstrucao

Figuras 3,4 e 5 Muro do Projeto Tiquatira



Fotografias: Andréa Helou, Julieta Fialho, Lili Fialho, Arthur França. Fonte: facebook.com/tiquatiraemconstrucao

Reuniu-se R\$ 16.851,00 de 164 apoiadores em 2012. Com o dinheiro arrecadado, as estudantes mobilizaram voluntários para um mutirão de execução da obra, que durou menos de uma semana e culminou, no fim desta, em um evento com música, cinema, feijoada e oficinas de arte.

A segunda mais bem-sucedida foi a campanha *Que Ônibus Passa Aqui*. Ela se propunha, inicialmente, a sinalizar paradas de ônibus de Porto Alegre. A cidade só possuía vinte paradas sinalizadas de quase seis mil existentes. Em fevereiro de 2012, os publicitários do coletivo sugeriram o financiamento da impressão de adesivos com espaços em branco que seriam colados nas paradas e preenchidos pelos próprios usuários do transporte público.

Seu idealizador conta que existem 5.000 paradas em Porto Alegre e era preciso ter R\$6.000,00 para sinalizar todas com adesivos. Foram pedidos R\$ 500,00 e, em dois dias, tinha-se R\$ 1.500,00. Ao final do prazo de doações, eram R\$ 1.758,00 de 64 apoiadores.

Figuras 6, 7 e 8 Campanha que Ônibus Passa Aqui?



Fonte: facebook.com/shoottheshit

3 REVISÃO DE LITERATURA

Lange (2012) e Boyer e Hill (2013) colocam algumas questões bastante pertinentes quanto ao uso do *crowdfunding* para intervenções urbanas. São trazidas aqui as principais delas.

(1) Cisão Digital

Lange (2012) percebe que a maioria dos projetos urbanos financiados via *crowdsourcing* são em cidades famosas. Boyer e Hill (2013) também reconhecem que as cidades com maior população estão em melhor posição no financiamento coletivo de intervenções urbanas, simplesmente porque tem mais apoiadores em potencial (inclusive mais pessoas conectadas à internet). Sendo assim, será que, caso esta forma de intervir nas cidades se consolide, não estariam se consolidando e se acentuando também, dimensões de exclusão pelas quais determinadas comunidades já passam?

A proposta de Boyer e Hill é que as cidades menores, no lugar de usar a internet apenas para conseguir financiamento das pessoas, poderiam extrair mais benefícios do mecanismo se o usassem para envolver cidadãos na distribuição equitativa de fundos públicos (por exemplo, por meio do Orçamento Participativo) e no desenvolvimento de propostas para transformações urbanas.

(2) Custos

Outra crítica recorrente se refere aos custos dos projetos. O financiamento de uma intervenção urbana é muito superior ao de outros projetos comumente financiados via *crowdfunding*. Além disso, este financiamento implica em uma elaboração complexa de orçamento, e, em intervenções urbanas, o comum é haver extrapolação do orçamento previsto. (LANGE, 2012)

Boyer e Hill (2013) sugerem que, para superar esta limitação, uma plataforma de *crowdfunding* cívico deve oferecer a possibilidade de financiamento de propostas, estudos ou protótipos, ou seja, do primeiro estágio de iniciativas maiores, e não o financiamento integral da iniciativa.

O que Boyer e Hill (2013) veem como uma possibilidade, Lange vê como uma limitação. Para ela, é sintoma da inadequação do *crowdfunding* ao Urbanismo o fato de que quase todas as propostas de financiamento dizem respeito a assuntos do momento (como hortas urbanas ou vias para pedestres e ciclistas) e são “dispositivos” (“*gizmos*”¹⁴) e não verdadeiras obras de infraestrutura.

Ainda para superar a questão dos altos custos, Boyer e Hill (2013) sugerem a associação de investimentos individuais via *crowdfunding* com investimentos públicos (“soluções híbridas”), como tem acontecido em Washington. Lá, as comunidades se organizam e fazem propostas de projeto. Se aceitos, o poder público contribui com até 50% do seu valor. O restante deve ser provido pela comunidade, não apenas através de contribuição financeira, mas também com trabalho voluntário e doação de materiais, por exemplo.

Além disso, coloca-se que é preciso prever o custo operacional ou de manutenção da intervenção financiada. Para Boyer e Hill (2013), as questões sobre manutenção e reparos não podem ser separadas da questão primária sobre construir ou não, porque elas são parte do

¹⁴ *Gizmo* é uma gíria em inglês para dispositivos ou aplicativos para celulares que não tem uma finalidade clara ou cujo funcionamento é confuso. Em sua crítica, Lange diz: “gizmo is close to gimmick”, insinuando que estes dispositivos são como artificios.

custo da iniciativa. Estas questões, que envolvem dinheiro, tempo, esforço e atenção individuais e coletivos, devem ser, portanto, discutidas previamente. A quem deve competir esta tarefa: investidores iniciais, comunidade favorecida, Estado?

(3) Envolvimento do Estado

Boyer e Hill (2012) apontam o risco de incompatibilidade de interesses de grupos de atores sociais sobre um mesmo espaço urbano. Escolhas relacionadas ao espaço urbano podem ser mutuamente exclusivas porque, por exemplo, podem ter uma relação custo-benefício diferente para grupos de atores diferentes. Quando o Estado é colocado à parte do processo, a quem compete o papel de mediação?

Também, os autores alertam que o financiamento da proposta não garante sua realização. No caso de intervenções urbanas, é preciso correr atrás das licenças e permissões oficiais, caso se faça tudo conforme a legislação. Para Lange (2012), diferente do financiamento de um produto, no financiamento de uma intervenção urbana, “o sonho de consumo está há anos e há burocracias distante”. Posto isso, é preciso pensar em como lidar com as expectativas da comunidade quanto à concretização do projeto que financiou.

Boyer e Hill citam o exemplo da comunidade de Detroit, que diante de um visível aumento na criminalidade urbana, financiou uma estátua do *Robocop*, personagem justiceiro de filmes de ação dos anos de 1980 gravados na cidade. Foram levantados U\$ 67.000,00¹⁵ mas, logo após a conclusão do financiamento, o prefeito se pronunciou no *Twitter* contra a ação. Neste caso, mesmo sem a permissão legal, a estátua foi erigida e será instalada em um lote de terra doado por uma organização sem fins lucrativos.

Os autores explicam que para evitar situações do tipo, em que projetos financiados não conseguem as permissões, é preciso esclarecer aos colaboradores em potencial que há um fator de risco neste financiamento: o projeto pode diferir significativamente do idealizado inicialmente ou mesmo nunca chegar a se concretizar.

(4) Anonimato

Uma questão que se coloca sobre o *crowdfunding* de intervenções urbanas em complemento às dos autores é a do anonimato nas contribuições. É de senso comum e é previsto em lei que deve haver transparência em investimentos públicos, é preciso haver prestação de contas da verba investida nas cidades. Em muitos sites de *crowdfunding*, porém, é possível *logar* como anônimo, ou seja, pode-se investir em um projeto público sem que ninguém, a não ser o idealizador deste projeto ou o fundador da plataforma, saiba sua identidade. Há que se pensar se as plataformas de *crowdfunding* devem manter este critério quando se trata de intervenções urbanas, afinal, *a priori*, todos os moradores de um bairro devem poder saber quem investiu em seus equipamentos públicos, por exemplo.

4 DISCUSSÃO

Foram levantados registros documentais dos primeiros casos brasileiros – *Catarse*, *Tiquatira em Construção* e *Que Ônibus Passa Aqui?* - e foram realizadas entrevistas semiestruturadas com seus fundadores e idealizadores a fim de verificar como as primeiras críticas levantadas

¹⁵ Disponível em: < <https://www.kickstarter.com> >. Acesso em abril de 2014.

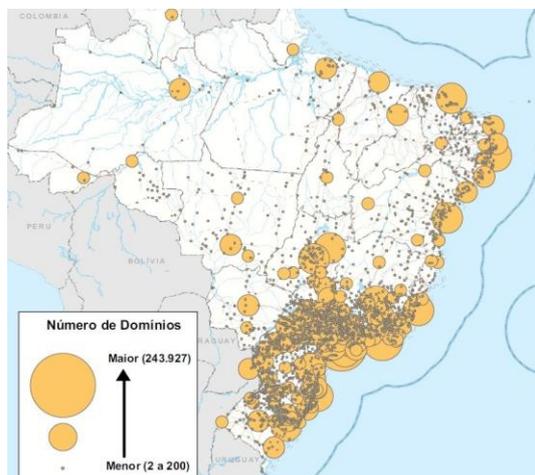
pela teoria manifestam-se na prática na emergência do *crowdfunding* para intervenções urbanas no Brasil.

(1) Cisão Digital

A crítica de que as cidades mais ricas e mais populosas são as que mais se beneficiam deste mecanismo mostra-se pertinente se observada a distribuição das propostas lançadas no *Catarse*. Seu fundador admite que 70% das propostas estão no Sudeste, não só pela concentração socioeconômica, mas porque era estratégico para os fundadores se estabelecer primeiro em suas regiões de origem, onde tinham mais conhecimento das redes e dinâmicas operantes.

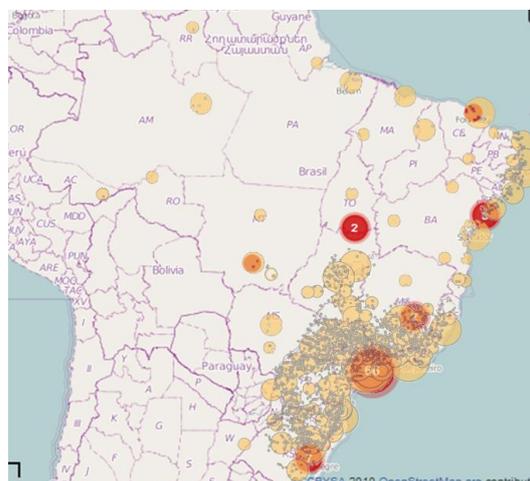
Um mapa dos domínios de internet no Brasil, cruzado com um mapa¹⁶ da origem das propostas relacionadas a questões urbanas na plataforma evidencia esta afirmação.

Figura 11 Mapa de Domínios da Internet no Brasil versus Origem das Propostas do Catarse.



Fonte: IBGE, 2010.

Figura 10 Mapa de Domínios da Internet no Brasil



Fonte: a autora, a partir de dados do IBGE (2010) e do Catarse (2013).

No nível local, porém, os idealizadores das campanhas *Tiquatira* e *Que Ônibus* mostram, através de seu projeto, que não há exclusão e sim incorporação de áreas menos favorecidas ao processo. A *Tiquatira* foi pensada e financiada em um bairro nobre de São Paulo, e teve como alvo um bairro de classe média baixa, ao passo que a *Que Ônibus*, criada em Porto Alegre, chegou a lugares como a Rocinha, favela carioca. Os entrevistados reforçam que a internet nem sempre obedece a fronteiras espaciais e que moradores de bairros mais ricos estão dispostos a contribuir para intervenções urbanas em áreas mais pobres.

(2) Custos

Todas estas propostas mapeadas relacionam-se ao financiamento de “dispositivos”, “protótipos”, ou pequenas intervenções, e não verdadeiras obras de infraestrutura, como apontado por Lange (2012), como um aspecto negativo do *crowdfunding* para o Urbanismo.

O fundador do *Catarse* rebate esta crítica afirmando que o principal do *crowdfunding* para o Urbanismo não é o financiamento de um ponto isolado. O ponto principal é o engajamento da

¹⁶ Disponível em: <crowdurbanismo.crowdmap.com>. Acesso em abril de 2014.

sociedade, a apropriação do espaço público. Sendo assim, o financiamento de “protótipos” não representa uma limitação ou inadequação do mecanismo para o Urbanismo, porque o produto é menos importante que o processo.

Quanto à complexidade do orçamento e os custos de manutenção, a experiência das idealizadoras do *Tiquatira* fornece um exemplo interessante. Elas admitem que houve extrapolação do custo previsto e que foi preciso recorrer a outras formas de financiamento para cobrir os gastos.

Além disso, relatam que o muro precisa de uma manutenção a cada 3 a 6 meses, o que não tem ocorrido:

O morador do terreno que já recebeu uma notificação para desapropriação da área, não mostrou interesse em manter. A comunidade também não. Chegamos a voltar lá e deixar alguns materiais para reparos, mas nada foi feito. Entendemos que concebemos esse projeto para a comunidade. Ele não é só nosso. Não queremos ter a responsabilidade por ele por tempo indefinido. As pessoas que usam aquele lugar precisam se apropriar dele, se responsabilizar por sua manutenção.

Também a respeito da manutenção, um idealizador *Que Ônibus Passa Aqui* diz que o ideal é que o adesivo de sinalização colaborativa das paradas de ônibus seja repostado a cada 45 dias. Impresso em quantidade, custa menos de R\$ 1,00. Então a ideia é que ele seja continuamente mantido pelas pessoas mobilizadas em torno da campanha.

(3) Envolvimento do Estado

A ausência dos mediadores tradicionais, especialmente do Estado, representa uma das transformações mais curiosas relacionadas a esta nova forma de viabilização de intervenções. Neste artigo, devido ao espaço exíguo, apenas uma transformação será abordada - a confusão com que os órgãos públicos parecem lidar com esta novidade – e em apenas um dos casos, o *Que Ônibus Passa Aqui?*

Esta campanha teve desdobramentos conflituosos. Após o financiamento no *Catarse* houve uma ampla repercussão na mídia, em que a Prefeitura, em entrevista a um jornal local, taxou os atos de depredação do patrimônio público. As pessoas, mobilizadas em torno da campanha nas redes sociais, saíram em defesa dos seus idealizadores, o que culminou em uma declaração da EPTC (Empresa Pública de Transporte e Circulação de Porto Alegre) de que abraçaria o projeto: seria feita a sinalização colaborativa com adesivos, mas dessa vez, com recursos próprios.

Iniciou-se, assim, a colagem de alguns adesivos em formato-teste. Porém, quatro meses depois de instalados, a EPTC realizou uma pesquisa e constatou que apenas 20% continuavam em perfeitas condições, os demais haviam sido vandalizados ou descolados.

Com a parceria em risco, o coletivo pediu um novo teste. Em depoimento, os idealizadores argumentam:

Vandalismo sempre tem. A questão é que o projeto é barato e de fácil manutenção. Se alguém arrancar um adesivo, custa R\$ 1 para colocar de novo [...] A demora na produção dos adesivos por causa da burocracia que envolve a parceria com uma empresa pública acabou sendo um

entreve para uma ação que tem como base utilizar a mobilização pela internet para simplificar a solução de um problema público.¹⁷

Desde então, o projeto está parado em Porto Alegre e a maioria de suas paradas continua sem sinalização. A campanha, porém, não acabou aí. Em seguida, articulou-se via *Facebook* a sua expansão a diversas cidades brasileiras, mobilizando habitantes a realizar o que inicialmente foi idealizado para Porto Alegre. Até meados de 2013, mais de 30 cidades haviam aderido.

(4) Anonimato

Outra crítica rebatida pelos entrevistados refere-se aos riscos do anonimato nesse processo. O *Catarse* permite que o envolvimento seja anônimo para os outros usuários, mas os fundadores das plataformas e os idealizadores das iniciativas têm acesso aos dados de todos os colaboradores, mesmo os que *logaram* como anônimos. Seu fundador afirma que nenhum projeto de intervenção urbana que suscitasse esse nível de discussão quanto a anonimato e transparência aconteceu ainda.

Segundo ele, para chegar à plataforma, teria que passar por duas barreiras muito grandes, a da curadoria e a da comunidade virtual autorregulada.

A primeira, feita pela equipe do *Catarse*, investiga quem está propondo o projeto e com que intenções. Adicionalmente, adota-se um princípio de que, se há qualquer denúncia de iniciativas com más intenções, os dados são abertos.

Quanto ao poder *autorregulador* da comunidade, explica que a maioria dos projetos se consolida com as redes de primeiro e segundo grau do realizador e cerca de 80% dos recursos de um projeto são financiados por essas pessoas mais próximas. Destaca que se um projeto não começa sendo validado por um grupo de pessoas mínimo, que em geral é do bairro, da família ou do círculo de amigos do idealizador, dificilmente ele ganha adesão de outros colaboradores.

As idealizadoras do *Tiquatira em Construção* complementam as informações explicando que os idealizadores da campanha só tem acesso à identidade do usuário caso consiga arrecadar o valor solicitado. Realçam que este acesso à “identidade” do usuário é posterior ao financiamento. Portanto, em sua opinião, “de fato, não há como controlar, previamente, o envolvimento de usuários anônimos que possam ter interesses escusos”.¹⁸

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quanto às limitações do *crowdfunding* para o Urbanismo, a trazida mais recorrentemente na literatura a respeito da comunicação digital trata cisão digital (1). Reconhece-se que esta cisão, como a socioeconômica, precisa ser superada para maior alcance do mecanismo, não sendo sua existência, porém, uma limitação inerente ao mesmo, como prova o seu alcance em locais menos favorecidos nos casos estudados. A cisão pode até representar um obstáculo para a consolidação do mecanismo, mas sua superação não envolve eliminar o *crowdsourcing* do Urbanismo, e sim investir mais em tecnologia e educação.

¹⁷ AGUILHAR, L. Que ônibus passa aqui? **Blog Estadão**, 17 mar. 2013. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/link/que-onibus-passa-aqui/>>

¹⁸ Entrevista concedida à autora



A respeito dos custos (2), a crítica pertinente é sobre a manutenção de projetos financiados via *crowdfunding*, que têm uma vida útil maior do que os projetos usualmente financiados coletivamente. Os entrevistados reconhecem a necessidade de manutenção de suas intervenções, mas esperam que a sociedade se aproprie delas para que realizem esta manutenção, continuamente investindo tempo e dinheiro nelas, o que ainda não tem acontecido nos casos estudados.

O envolvimento do Estado (3) talvez seja um dos pontos nevrálgicos das transformações associadas à emergência do “crowdurbanismo”. Nos casos brasileiros estudados, observa-se uma verdadeira confusão, seja por omissão, seja por decisões precipitadas, seja por lentidão, na atuação do poder público diante desta nova forma de intervenção urbana.

De um lado, sem conseguir atender a todas as demandas da população e, de outro, ainda atônitos ao encarar as demandas atendidas por esta própria população contornando a legislação rapidamente através do mecanismo, o Estado, quando não permanece à parte do processo, reage enquadrando como transgressão à lei, ou tenta absorvê-los em um sistema (lento, burocrático, hierárquico) que não condiz com sua natureza (ágil, flexível, transparente, colaborativa).

Por fim, quanto à crítica do anonimato (4), aparentemente, ao menos no Brasil, a ausência de envolvimento inteiramente anônimo e o poder autorregulador da comunidade virtual invalidam a crítica de que o meio digital, ao proteger a identidade de indivíduos ou organizações, dificultaria o controle daqueles com interesses escusos.

A prematuridade da prática ainda não permite conclusões definitivas a respeito de sua adequação ou não ao Urbanismo, mas o simples levantamento de alguns pontos problemáticos já aponta a ocorrência de transformações significativas no processo de viabilização de intervenções urbanas que a incorpora. Estas transformações merecem ser estudadas dentro de uma discussão mais ampla, ainda pouco explorada na literatura, a respeito novas noções de esfera pública, comunidade, cidadania e identidade, dentre outras, associadas à mobilização social digital nas cidades.

REFERÊNCIAS

- _____. Adesivo “Que ônibus passa aqui?” dribla a desinformação. Alagoas 24 horas, 29 mar. 2013. Disponível em: <<http://www.alagoas24horas.com.br/conteudo/?vEditoria=Brasil&vCod=144821>>.
- AGUILHAR, L. Que ônibus passa aqui? Blog Estadão, 17 mar. 2013. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/link/que-onibus-passa-aqui/>>
- BOYER, B.; HILL, D. Brickstarter. [s.l.] Sitra, 2013. Disponível em: <brickstarter.org>. Acesso em: 11 nov. 2013.
- CASTELLS, M. A sociedade em rede. Tradução Roneide Venâncio Majer; Fernando Henrique Cardoso. São Paulo: Paz e Terra, 2007. v. 1
- CASTELLS, M. Comunicación y poder. Madrid: Alianza Editorial, 2009.
- HOLSTON, J. Cidadania e Crowdsourcing en la Ciudad de los Datos. In: THE CITY OPEN INTERFACE CONFERENCE. University of California, Berkeley: 5 jul. 2012
- HOLSTON, J. Espaços de Cidadania Insurgente. Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, n. 24, p. 243–253, 1996.
- HOWE, J. The Rise of Crowdsourcing. Wired Magazine, jun. 2006.
- LANGE, A. Against Kickstarter Urbanism: The Designer Observer Group. Disponível em: <<http://observatory.designobserver.com/feature/against-kickstarter-urbanism/34008/>>. Acesso em: 12 mar. 13.