
“Colaborando com o outro”: a empatia como elemento presente nas práticas de *crowdfunding* da plataforma Catarse¹

Alessandra de Figueredo PORTO²
Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, RJ

Resumo: O conceito de empatia (no sentido de sair de si em relação ao outro) atua como elemento de predisposição nos indivíduos, fazendo com que os mesmos venham a participar de campanhas de *crowdfunding*. O *crowdfunding* é uma prática onde indivíduos com interesses comuns podem apoiar diversas iniciativas usando a rede mundial de computadores. Partindo de tal premissa, o artigo analisa os argumentos presentes em campanhas de *crowdfunding* (com ênfase na Plataforma Catarse), buscando inclusive compreender como a abordagem interacional da empatia pode ser um elemento utilizado em prol da obtenção de apoio financeiro ao projeto de outrem na contemporaneidade, partindo da perspectiva das Tecnologias Digitais da Comunicação e Informação (TDCI).

Palavras-chave: Empatia; *Crowdfunding*; Catarse; TDCI; Organizações.

1. Introdução

Nos estertores do século XX, a mudança de paradigmas que o surgimento da rede trouxe para o mundo exigiu uma releitura acerca dos conceitos de comunidades tradicionais. Uma nova economia surgiu em escala global. A internet possibilitou a construção de um modelo econômico distinto, onde o homem passou a interferir diretamente no cotidiano da sociedade onde está inserido. Visando aprofundar o raciocínio em questão, Baldissera (2014) aponta que, se as Tecnologias Digitais da Comunicação e Informação (TDCI) têm se constituído, por um lado, em lugar para vigilância, controle e fonte de informações para a exclusão de sujeitos, por outro lado, podem ser vistas como potência para a expressão de ideias, opiniões e impressões.

Para Recuero (2009), um dos pontos mais importantes que a Internet proporcionou foi a reorganização dos hábitos de socialização. Nesse sentido, Santaella (2003) menciona que as tecnologias empregadas nos processos comunicacionais são capazes de moldar o pensamento e a sensibilidade dos seres humanos. Ainda segundo a autora (2003), tais tecnologias também são capazes de propiciar o surgimento de novos ambientes socioculturais. De acordo com Hanke (2004), o filósofo Vilém Flusser foi

¹Trabalho apresentado no GP Relações Públicas e Comunicação Organizacional (DT3) do XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
²Doutoranda e Mestre em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM/UERJ). Graduada em Comunicação Social (Habilitação: Relações Públicas). É professora do curso de Comunicação Social do IBMEC/RJ. E-mail: afp.fidelizar@uol.com.br

considerado o primeiro a relacionar a teoria da comunicação com as novas tecnologias de informação e sistemas de mídia.

Felinto (2012) aponta que, ao descrever a emergência do que chamava de “sociedade telemática”, ainda no final dos anos 1980, Vilém Flusser previa uma nova cultura e um novo homem formados pelo cruzamento de competências e pelas redes informáticas. Nesse contexto, a internet criou raízes mais profundas, e representa “o mais revolucionário meio tecnológico da Era da Informação” (CASTELLS, 1999, p. 82).

Diante deste cenário, surge a prática do *crowdfunding*, onde indivíduos colaboram financeiramente com projetos de diversos segmentos/áreas pela web em troca de recompensas, que funcionam como atração e/ou retribuição para doações em prol de tais iniciativas. No Brasil, a plataforma Catarse foi pioneira no financiamento coletivo, e será o objeto a ser analisado no presente artigo. Para Felinto (2012), o tema do *crowdfunding* envolve, naturalmente, questões bastante consagradas na cultura da web 2.0, como inteligência coletiva, cultura participativa e a sabedoria das multidões.

De modo geral, os argumentos presentes nas plataformas brasileiras de financiamento coletivo como Catarse, Vakinha, Benfeitoria e Kickante possuem como objetivo criar uma experiência empática, visando fazer com que os indivíduos colaborem financeiramente com campanhas voltadas para as seguintes áreas: educacional (“Ajude os alunos de Engenharia da UERJ a mostrar o projeto do foguete Atom nos EUA!”, “Alunos brasileiros no Torneio de Matemática de Harvard.”); política (“Freixo na Prefeitura do Rio!”, “Jornada pela Democracia - Todos por Dilma Rousseff!” e para o filme sobre a vida do ex-presidente Lula, intitulado “Eu sou vocês.”); cultural (“Intercâmbio Cultural Brasil-Cuba.”, “Lançamento do livro “Turismo de Empatia: Refugiados no Oriente Médio.”), dentre outras.

É importante destacar que o mercado nacional de *crowdfunding* saltou de US\$ 3,5 milhões em 2013 para US\$ 10 milhões em 2016. Em março de 2018, a campanha de financiamento coletivo realizada pela plataforma de *crowdfunding* Benfeitoria para a remontagem da exposição "Queermuseu" na Escola de Artes Visuais do Parque Lage (localizada no Rio de Janeiro) contabilizou 1.678 colaboradores, com uma arrecadação total de R\$ 1.081.176,00, sendo considerada uma das maiores campanhas de *crowdfunding* do Brasil, após a “Queermuseu” ter sido proibida em duas ocasiões anteriores. A mostra “Queermuseu - Cartografias da diferença na arte brasileira” foi

cancelada pelo Santander Cultural, em Porto Alegre (RS), no dia 10 de setembro de 2017, sob a alegação de que “*as obras expostas desrespeitavam símbolos, crenças e pessoas*”. Em outubro de 2017 (no mês seguinte ao cancelamento da exposição na capital gaúcha), o prefeito da cidade do Rio de Janeiro, Marcelo Crivella, proibiu a exibição da “Queermuseu” no Museu de Arte do Rio (MAR). Realizada pela plataforma Benfeitoria, a campanha de financiamento coletivo “Queer Museu no Parque Lage!” divulgou mensagens como:

A arte nos mobiliza pela empatia. O que mobiliza nos transforma. O que nos transforma é afeto. Essa não é uma campanha sobre o mérito artístico da exposição e nem sobre suas obras. Ninguém pode ser obrigado a ver ou gostar de nada. Da mesma forma, ninguém pode ser privado ou cerceado do acesso ao conhecimento e à expressão artística. É exatamente por essa liberdade que ninguém pode ser proibido de pensar, ver, apreciar, criticar, dialogar e ter a própria opinião. Essa campanha é sobre liberdade de escolha, expressão e opinião, direitos tão duramente conquistados e que nos foram cerceados. É sobre democracia.

Barea (2016) aponta que a empatia convida a perceber a vivência do alheio, respeitando a sua singularidade e, em grau mais elevado, visa tomar responsabilidades a partir das vivências alheias que demonstram os vários problemas emergentes da sociedade atual, problemas estes que demandam relações humanas harmoniosas.

Complementando o raciocínio sobre o *crowdfunding* no Brasil, faz-se necessário mencionar a maior plataforma do país, o Catarse, que financiou mais de 1.400 projetos de 2011 até outubro de 2014, levantando aproximadamente R\$ 24 milhões de reais (MONTEIRO, 2014).

Sendo assim, o Catarse será o principal objeto de análise do presente artigo, onde a empatia pode ser vista como elemento que impulsiona o indivíduo a participar de campanhas de *crowdfunding* - inclusive por estar sensibilizado para compreender o outro, reconhecer os sentimentos do outro e ou oferecer apoio (a partir da perspectiva do outro).

2. O *crowdfunding*: principais conceitos

Crowdfunding é a palavra utilizada para definir a prática de financiamento coletivo realizada pela internet. Monteiro (2014) menciona que o conceito de *crowdfunding* pode ser melhor entendido ao separar a palavra *crowd* que, em inglês, significa “multidão”; e *funding*, que significa “financiamento”. No século XXI, a

atividade vem se apresentando como uma alternativa de grande relevância para os idealizadores de projetos em vários segmentos. Criada em 2011, o Catarse foi a primeira plataforma de *crowdfunding* do Brasil (assunto a ser tratado no tópico 3). Todavia, a primeira iniciativa de financiamento coletivo via internet ocorreu no fim dos anos 1990. Hemer (2011) cita que o *crowdfunding* surgiu em 1997, quando a banda de rock britânica Marillion conseguiu arrecadar junto aos fãs norte-americanos, por meio de seu site, US\$ 60.000 (sessenta mil dólares) para custear uma turnê dos músicos pelos EUA. Sendo assim, de acordo com matéria publicada pelo jornal O Globo, o músico Mark Kelly (tecladista da banda Marillion) seria o precursor do *crowdfunding*. Na reportagem, o tecladista mencionou:

Os americanos estavam pedindo uma turnê, eu esclareci que a gente não tinha contrato nos EUA, alguém precisava bancar. Ai um sujeito deu a ideia: 'Por que não juntamos o dinheiro?' Respondi: 'Pode dar certo'. E fui pro Excel.

A partir de então, todos os discos da banda foram produzidos com financiamento coletivo, o que fez com que Mark Kelly passasse a defender a comunicação direta com os fãs via internet, conforme se observa a seguir:

A internet liberou a música para as massas (...) Se você já tem uma base de fãs, você pode se comunicar diretamente com eles. Foi assim que criamos o financiamento coletivo. Pode conferir, está na Wikipedia.

As campanhas de *crowdfunding* suscitam imbricações entre ideias e informações, que se aglutinam em um processo de empatia. Barea (2016) reitera o papel da empatia como base das relações intersubjetivas, agindo como fundamento principal na relação que estabelecemos com o outro, que está sempre próximo à nossa vida. O *crowdfunding* parte de esforços iniciados por outros (seja outra pessoa ou outra organização), conforme menciona Dresner (2014, p.11):

Crowdfunding, também chamado de financiamento público ou investimento coletivo, é geralmente definido como a cooperação coletiva por pessoas que angariam fundos, geralmente através da internet, para apoiar os esforços iniciados por outras pessoas ou organizações. O Crowdfunding suporta uma variedade de propósitos, desastres, publicação de livros, apoio de artistas, campanhas políticas e para o financiamento de startups ou pequenas empresas.

O *crowdfunding* busca captar recursos financeiros para fazer com que tais projetos de indivíduos ou de organizações “saíam da gaveta”. Scroferneker (2008)

aponta que uma organização só atinge o ponto máximo quando comunica, quando é capaz de atingir o outro envolvendo-o em uma relação dialógica. Ou seja: é através das doações financeiras, oriundas de campanhas realizadas em plataformas digitais de *crowdfunding*, que os propósitos de pessoas ou de organizações podem se tornar realidade. Partindo de tal análise, o uso das TDCI possui fulcral importância nas discussões acerca da temática, uma vez que a prática do *crowdfunding* ocorre em ambiência digital. Lipovetsky (2007) aponta a existência de um *Homo communicans* ligado às redes, interconectado, onde o gozo das coisas agora é também embriaguez da abundância digital.

O ciberespaço é visto por Felinto (2005) como um “território sagrado”, e as novas tecnologias não estão mais centradas na figura material da máquina, mas sim na noção do virtual. Silva e Lima (2014) frisam que não podemos, no entanto, olhar para a cibercultura sem pensar em palavras que se tornam recorrentes no linguajar do ciberespaço, como a participação e a colaboração.

Felinto (2006) menciona que o ciberespaço se apresenta como uma terra incógnita a ser explorada pelos investigadores da cultura midiática contemporânea. Ainda segundo o autor (2006), o ciberespaço surge não apenas como um produto fundamental do projeto das tecnologias digitais. O ciberespaço também funciona como repositório inesgotável - e em crescente ampliação - de textos a respeito desse novo mundo digital. Partindo das discussões acerca do ciberespaço, o *crowdfunding* surge como uma prática onde indivíduos com interesses comuns podem apoiar diversas iniciativas usando a rede mundial de computadores - e onde a empatia é capaz de fazer com que as pessoas se reúnam em tal “terra incógnita”, permitindo a interação.

É preciso, assim, colocar rostos, informações que gerem individualidade e empatia, na informação geralmente anônima do ciberespaço. Este requisito é fundamental para que a comunicação possa ser estruturada. Essas questões são importantes porque trazem a necessidade de que se identifique, de alguma forma, o indivíduo que se expressa através dele, de modo a proporcionar pistas para a interação social. (RECUERO, 2009, p. 27)

Silva e Lima (2014) argumentam que o *crowdfunding* guarda semelhanças com práticas comuns da vida social, como a “vaquinha” e a ação entre amigos. A expressão “fazer uma vaquinha” foi criada pela torcida do Vasco da Gama durante a década de 20, quando seus torcedores adotaram a seguinte tática para estimular os jogadores do time

de futebol carioca: a cada vitória, os atletas receberiam prêmios em dinheiro. Como o valor a receber dependia do placar dos jogos, a cada vitória histórica (ou conquistas em títulos) seriam pagos 25 mil réis. Tendo como inspiração a correspondência entre números e animais do jogo do bicho, 25 significa vaca. Ou seja: a recompensa mais cobiçada equivalia a uma “vaca”.

Retomando a análise anterior, o *crowdfunding* representa uma atividade que se aproveita das TDCI (e principalmente dos valores conferidos à cibercultura) para o estabelecimento de uma forte cultura de participação. Cada vez mais pessoas buscam financiamento para suas ideias e projetos através do espírito de colaboração existente em plataformas como o Catarse - assunto a ser tratado no próximo tópico.

3. A plataforma Catarse e o *crowdfunding* no Brasil

Com o mote “*Financiamento Coletivo para todos!*”, o Catarse é a maior plataforma de *crowdfunding* brasileira. Fundada no dia 17 de janeiro de 2011, é pioneira no país, com mais de 3000 projetos que saíram do papel no modelo denominado “Tudo ou Nada”³. De acordo com informações do próprio site do Catarse, a colaboração é a base para que a plataforma obtenha êxito na busca de financiamento para os diversos projetos. Todavia, muitas pessoas deixavam de testar o *crowdfunding* pela falta de flexibilidade do modelo “Tudo ou Nada”. Desse modo, o Catarse criou uma nova categoria de financiamento coletivo: o Catarse Flex, onde o não atingimento da meta ao final da campanha deixa de ser obrigatório para o recebimento do dinheiro arrecadado. Tendo como principal objetivo fazer com que mais pessoas testem, aprendam e difundam o *crowdfunding* no Brasil, a nova categoria pode ser utilizada em qualquer tipo de projeto. Cabe registrar que a experiência com o Catarse Flex fez com que a plataforma criasse uma subcategoria específica denominada “Pessoais”, onde as campanhas do Catarse Flex são dedicadas aos financiamentos coletivos voltados para despesas médicas e odontológicas, viagens, estudos e casamentos.

Partindo do raciocínio anterior, projetos voltados para as áreas de música, de cinema e vídeo e também os “pessoais” do Catarse Flex (em ordem decrescente de aparições) são os que receberam mais financiamentos no Catarse. Ainda segundo o site do Catarse, “*a transparência e a divulgação*” são os atributos responsáveis pelo sucesso dos projetos financiados através da plataforma. No entanto, refutando tal argumento,

³“Tudo ou Nada” é o modelo de *crowdfunding* onde não se recebe o dinheiro arrecadado ao final da campanha caso a meta estipulada em dinheiro não seja atingida.

Felinto (2012) aponta que, de modo geral, as plataformas de *crowdfunding* apresentam problemas estruturais como a falta de transparência, a determinação de um sistema eficaz de distribuição dos valores ou os percentuais cobrados pelos serviços em cada doação.

Nesse contexto, cabe analisar também casos onde os criadores da campanha de *crowdfunding* utilizam o dinheiro arrecadado para adquirir bens pessoais (em projetos que foram originalmente idealizados para o tratamento de doenças). Pode-se tomar como exemplo a campanha de *crowdfunding* “AME Jonatas”, criada na plataforma Vakinha em março de 2017 pelos familiares do bebê Jonatas Henrique Openkosk. Idealizada no Estado de Santa Catarina, a campanha tinha como objetivo arrecadar dinheiro para o tratamento da criança, portadora de uma síndrome rara chamada AME (Atrofia Muscular Espinhal do tipo 1). Porém, a pedido do Ministério Público de Santa Catarina (MPSC), foi determinado o bloqueio dos valores arrecadados pela campanha “AME Jonatas”, e de um automóvel no valor de R\$ 140 mil em nome dos pais da criança. O MPSC também requisitou à Polícia Civil a instauração de inquérito para apurar indícios do crime de apropriação indébita, inclusive porque chegou ao conhecimento da Promotoria de Justiça que o casal teria passado o réveillon 2018 em Fernando de Noronha (arquipélago brasileiro localizado no Estado de Pernambuco), e outras denúncias de cidadãos relatando à Promotoria que os pais da criança estariam utilizando os recursos arrecadados na campanha de *crowdfunding* “AME Jonatas” para levar uma vida de luxo.

Somente no ano de 2015, o Catarse lançou 25 mil campanhas, girando R\$ 60 milhões em todos os segmentos elencados em seu site. A plataforma divulga que possui um canal de comunicação entre o projeto financiado e os seus apoiadores após a aprovação do mesmo, frisando que cada uma das etapas do projeto pode ser acompanhada por todos os envolvidos no processo, onde organizações e indivíduos interagem. Baldissera (2009) compreende a comunicação como um processo de construção e disputa de sentidos, que vai se (re)configurando no contexto das relações organizacionais.

Visando aumentar a captação de projetos, o Catarse disponibiliza um blog chamado “Bando” aos interessados em obter financiamentos coletivos. O objetivo do “Bando” é oferecer orientação acerca do *crowdfunding*, para que os idealizadores de projetos possam planejar suas futuras campanhas. Criado pela dupla de profissionais

Felipe Caruso⁴ e Téo Benjamin⁵, o “Bando” busca fornecer dicas de como melhorar a apresentação e a divulgação dos projetos, ajudando produtores culturais e esclarecendo dúvidas no sentido de alimentar as propostas de financiamento com mais informações. O “Bando” também auxilia os autores dos projetos a avaliar o potencial de arrecadação, preparar a narrativa, mapear a rede, definir recompensas, metas e a traçar estratégias da futura campanha de *crowdfunding*.

De acordo com informações extraídas do blog “Bando”, o financiamento coletivo da campanha eleitoral do candidato Marcelo Freixo à Prefeitura do Rio de Janeiro em 2016 foi a experiência mais marcante vivida pelo Catarse, onde foram levantados R\$ 1,8 milhão com 14 mil apoiadores. De acordo com Felipe Caruso, na campanha de financiamento coletivo do candidato Marcelo Freixo, o Catarse alcançou um recorde de doadores na história das eleições no Brasil através da prática do *crowdfunding*. Para finalizar, Felipe Caruso definiu a campanha de Freixo como algo que criou uma “autonomia”, conforme se observa a seguir: “*Vivemos pela primeira vez de forma intensa uma arrecadação que explode as redes iniciais e ganha vida própria.*”

Cabe observar que a reforma eleitoral de 2017 oficializou o financiamento coletivo como modalidade de arrecadação de recursos para campanhas eleitorais. De acordo com a Lei nº 9.504/1997, art. 23, § 4º, inciso IV, entidades que promovam técnicas e serviços de financiamento coletivo por meio de sítios na internet, aplicativos eletrônicos e outros recursos similares, podem oferecer este serviço, desde que observadas as instruções da Justiça Eleitoral. Nesse sentido, cada eleitor pode doar até o limite de 10% da sua renda, lembrando que estão proibidas as doações de pessoas jurídicas. Visando exemplificar o raciocínio sobre *crowdfunding* no segmento eleitoral no Brasil, vale lembrar que o Partido dos Trabalhadores (PT) lançou no dia 6 de junho de 2018 um site de financiamento coletivo próprio para custear a campanha do pré-candidato da legenda, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, à Presidência da República. Embora esteja preso desde abril de 2018, a “vaquinha virtual de Lula” se tornou campeã em arrecadações em um curto período de tempo. Nos primeiros dias do mês de julho de 2018 (com menos de um mês da sua criação), a campanha de financiamento coletivo já havia arrecadado R\$ 366,5 mil.

4Foi coordenador de Comunicação do Catarse por três anos.

5Ex-integrante da plataforma de *crowdfunding* Benfeitoria.

Retomando especificamente a análise das campanhas de financiamento coletivo do Catarse com grande volume de arrecadações, vale citar o projeto realizado em julho de 2016 visando levantar verbas para que a então presidente Dilma Rousseff (que na ocasião estava apenas afastada do cargo) pudesse viajar pelo Brasil. Batizada de “Jornada pela Democracia - Todos por Dilma”, a campanha arrecadou R\$ 791.996,00, e tinha como objetivo custear as viagens de Dilma Rousseff pelos diversos estados do país, para que a então presidente junto aos cidadãos brasileiros pudesse lutar contra um possível impeachment - na tentativa de manter o seu mandato presidencial. Ao todo, 11.419 pessoas fizeram doações online por meio da plataforma para ajudar Dilma; o Catarse ficou com 13% do valor, e 4% foram para pagamentos de impostos. A meta da campanha era arrecadar meio milhão de reais, e foi alcançada em apenas dois dias. Na época, tais números correspondiam ao recorde de arrecadação do site, levando-se em conta o pequeno espaço de tempo.

De acordo com Felinto (2012), o *crowdfunding* oferece um sentido de participação antes impensável para o público. Desse modo, o “fã” sente-se como um cocriador, um autêntico colaborador do processo produtivo. Baseado no coletivo e na contemporaneidade, o *crowdfunding* se utiliza da comunicação e das redes sociais para o engajamento de valores classificados como criativos. Madeira (2014) define a economia criativa como uma economia de ideias, voltada para o talento pessoal e para a imaginação. A expressão abrange a aplicação de ideias, imaginação, criatividade e inovação a quaisquer segmentos da economia.

Os conceitos de rede e de colaboração possuem consonância com as práticas de financiamento coletivo, conforme se observa abaixo:

Crowdfunding é a modalidade de financiamento coletivo surgido na Internet, talvez seja a maior e mais inovadora novidade surgida neste contexto. Nestas plataformas, usuários da internet são convidados, através de suas redes de relacionamento, a apoiar financeiramente projetos dos mais variados focos e objetivos, que devem obrigatoriamente apresentar algum tipo de recompensa aos apoiadores e podem ser desenvolvidos se obtiverem os recursos necessários dentro do tempo previsto. (STEFFEN, 2015, p. 156)

Para Carrington et al. (1994), a rede social é composta por um conjunto de dois elementos: atores (pessoas; organizações ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais). O *crowdfunding* mobiliza indivíduos a contribuir financeiramente em causas que agregam interesses comuns através da rede social.

Segundo Lemos (2010), a definição de rede social está atrelada à ideia de agregações em torno de interesses comuns, independentes de fronteiras ou demarcações territoriais.

É interessante observar que, para Flusser (2007), o homem é, antes de tudo, um animal político, não pelo fato de ser um animal social, mas porque é incapaz de viver na solidão. Partindo da premissa de que o egoísmo é uma experiência anti-empática, a predisposição em ajudar o outro presente em quem se engaja em uma campanha de *crowdfunding* nos remete ao conceito de empatia, que implica uma abertura em relação ao outro - assunto a ser tratado no próximo tópico, partindo de um exemplo extraído da plataforma Catarse.

4. Catarse e a “vaquinha virtual para o Turismo de Empatia”

Quando se possui empatia, pode-se estetizar a situação do outro. Visando elucidar questões que envolvem a empatia na prática do *crowdfunding* na plataforma Catarse, cabe analisar a campanha de financiamento coletivo em prol do lançamento do livro “Turismo de Empatia: Refugiados no Oriente Médio”, da autora Talita Ribeiro. O projeto (pertencente à categoria “Tudo ou Nada”, conforme explicado no tópico 3 do artigo) foi realizado entre dezembro de 2015 e fevereiro de 2016, com o objetivo de arrecadar dinheiro para o livro. Na página do Catarse destinada ao projeto, Talita Ribeiro menciona:

*Encarei meus medos e embarquei em uma viagem que poucos pensam em fazer neste momento. Desembarquei na Jordânia e no Iraque, fui a campos de refugiados, estive perto (50 km!) do Estado Islâmico, conheci o novo e reconheci a fé e a esperança. Do lado de cá, ficaram o marido, a família, os amigos, de olhos e ouvidos atentos, os meus primeiros leitores e maiores incentivadores. É por conta disso que esse projeto existe, para contar parte das histórias que ouvi e vivi em meio aos refugiados sírios e iraquianos, e para ajudar os projetos que conheci durante essa viagem, já que 100% do lucro será doado diretamente para eles. A ideia é compartilhar com o máximo de pessoas as crônicas que escrevi no período em que estive na Jordânia, Curdistão Iraquiano e até um pouquinho na Turquia, além de dar dicas mais ‘turísticas’ sobre as atrações que visitei em cada país e as delícias que experimentei. Se você se animar com as histórias, fiz um passo a passo de como embarcar no que eu chamo de **viagem de empatia**, onde o mais importante é ver, ouvir e sentir o que o outro tem a mostrar. (grifo da autora)*

Com o objetivo de angariar recursos financeiros para a obra “Turismo de Empatia: Refugiados no Oriente Médio”, a autora Talita Ribeiro reforça a importância “do que o outro tem a mostrar”. De acordo com publicação do Alto Comissariado das

Nações Unidas para os Refugiados, somente no primeiro semestre de 2016, 3,2 milhões de pessoas foram forçadas a sair de seus locais de residência em decorrência de conflitos ou perseguições - das quais 1,5 milhão são refugiadas ou solicitantes de refúgio.

O termo empatia é derivado do alemão *Einfühlung*, que significa “sentir-se dentro”. Para Habermas (1990, p.112):

A empatia - que é a habilidade de perceber um caminho que cruza as distâncias culturais para chegar até modos de vida (à primeira vista, estranhos e incompreensíveis), predisposições para reagir e interpretar perspectivas - é um pré-requisito emocional para assumir a perspectiva do outro que requer que todos assumam o ponto de vista de todos os outros. (...) A empatia abre os olhos de alguém para a diferença, ou seja, a alteridade peculiar e inalienável de uma segunda pessoa.

Na campanha de divulgação do livro “Turismo de Empatia” veiculada no site do Catarse, Talita Ribeiro cita que “*se há algo que pode estancar feridas e nos ajudar a seguir em frente, é a mensagem de reconciliação entre os povos, sem ignorar suas diferenças, mas reforçando o que nos faz um.*” Sob a ótica do dialogismo bakhtiniano, o mundo é permeado por relações dialógicas, no qual o sujeito se constitui à medida que vai ao encontro do outro. Para Bakhtin (1992), como eu e tu são sujeitos distintos, eles se entrecruzam. Desse modo, a abordagem da empatia é dialógica em dois sentidos: em primeiro lugar, no sentido de que o diálogo ou fala é o contexto dos dados e da análise; em segundo lugar, no sentido de inserir a alteridade no coração do diálogo e da compreensão.

Através da plataforma Catarse, o projeto do livro “Turismo de Empatia: Refugiados no Oriente Médio” arrecadou R\$ 36.205,00, e obteve o apoio de 688 pessoas. Para Felinto (2012), ainda é cedo para se determinar os possíveis rumos do *crowdfunding*, embora se possa dizer com alguma certeza que toda a falação e entusiasmo em torno da prática obscurecem uma percepção mais realista das suas possibilidades. Ainda segundo o autor (2012), tais elementos não invalidam a aplicação de uma lógica do compartilhamento para os projetos que não possuem apoio do grande capital.

Partindo da premissa de que sem alteridade não há empatia, a campanha de financiamento coletivo para o livro de Talita Ribeiro é um exemplo que apresenta pistas

de como a receptividade em relação ao outro pode descortinar novas compreensões do mundo.

5. Considerações finais

À guisa de conclusão, a prática do *crowdfunding* permite que o indivíduo tome atitudes em prol do outro, o que levaria ao conceito de empatia. Efetuar doações através de plataformas de financiamento coletivo (como no caso do Catarse, objeto de estudo do presente artigo) sugere que o indivíduo aja movido pela abordagem da empatia como modo de cuidar do outro, bem como gera atitude que promove o diálogo e a interação. O ciberespaço e todas as Tecnologias Digitais da Comunicação e Informação (TDCI) resultam no mundo virtual, que projeta os indivíduos para a operacionalidade das trocas e à interatividade comunicacional. Baldissera (2014) cita que as tecnologias constituem-se como extensões do humano que tendem a ser percebidas como se sempre tivessem estado aí, naturalmente, como se não houvesse um antes e um além delas.

O apoio ao outro pode ser tangibilizado no ato de doar dinheiro/receber recompensas através de plataformas de *crowdfunding* como o Catarse. Recuero (2009) menciona a importância dos agrupamentos sociais estabelecidos através da interação mediada pelo computador. Lançar olhares sobre o outro e oferecer apoio financeiro através de uma plataforma digital é um gesto que nos remete ao mundo contemporâneo.

Classificada como sociedade de hiperconsumo por Lipovetsky (2007), a nova fase do capitalismo de consumo ocorre em farta ambiência digital. Diante de tal cenário, surge a prática do *crowdfunding*. Ainda de acordo com o autor (2007), o mundo contemporâneo oferece aos indivíduos uma felicidade paradoxal capitaneada pela expressão da desumanidade do capital. Todavia, em se tratando de *crowdfunding*, para os que consideram que não existe alternativa real ao capitalismo global, esse tipo de parceria pode representar o conforto de uma face um pouco mais humana para o capital (FELINTO, 2012). Nesse contexto, inclinar o olhar para o outro através do *crowdfunding* pode representar uma rica viagem empática.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

BALDISSERA, Rudimar. **Comunicação Organizacional na perspectiva da complexidade**. In: Revista Organicom (USP), v. 10-11, 2009. p. 115-120, 2009.

_____. **Comunicação Organizacional, tecnologias e vigilância: entre a realização e o sofrimento**. E-Compós (Brasília), v. 17, p. 1-15, 2014. <Disponível em: www.e-compos.org.br/e-compos/article/download/1043/779 Acesso em 09 jul. 2018>

BAREA, Rudimar. **O tema da empatia em Edith Stein**. [recurso eletrônico]. Porto Alegre, RS: Editora Fi, 2016.

BLOG CATARSE. **O bando do financiamento coletivo**. <Disponível em: <http://blog.catarse.me/bando-financiamento-coletivo/> Acesso em 04 jul. 2018>

BLOQUEADOS BENS DE CASAL QUE TERIA DESVIRTUADO USO DE VERBA PARA TRATAMENTO DE CRIANÇA - MINISTÉRIO PÚBLICO DE SANTA CATARINA/SC <Disponível em: <https://www.mp.sc.br/noticias/bloqueados-bens-de-casal-que-teria-desvirtuado-uso-de-verba-para-tratamento-de-crianca> Acesso em 09 jul. 2018>

CARRINGTON, Peter J.; SCOTT, John; WASSERMAN, Stanley (Eds.). **Social Network Analysis: Methods and Applications**. Cambridge, Cambridge University Press: 1994.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CROWDFUNDING - “BENFEITORIA”. **Queer Museu no Parque Lage**. <Disponível em: <https://benfeitoria.com/queermuseu> Acesso em 09 jul. 2018>

CROWDFUNDING - “CATARSE”. **Intercâmbio fotográfico Brasil-Cuba**. <Disponível em: <https://www.catarse.me/cubafotografica> Acesso em 04 jul. 2018>

CROWDFUNDING - “CATARSE”. **Jornada pela Democracia: Todos por Dilma**. <Disponível em: <https://www.catarse.me/Dilma> Acesso em 04 jul. 2018>

CROWDFUNDING - “CATARSE”. **Lula - “Eu sou vocês!” O Filme**. <Disponível em: <https://www.catarse.me/eusouvoces> Acesso em 04 jul. 2018>

CROWDFUNDING - “CATARSE”. **Turismo de Empatia: Refugiados no Oriente Médio**. <Disponível em: <https://www.catarse.me/turismodeempatia> Acesso em 04 jul. 2018>

CROWDFUNDING - “VAKINHAS ON LINE”. **Alunos brasileiros no torneio de Harvard.** <Disponível em: <https://www.vakinha.com.br/vaquinha/alunos-brasileiros-no-torneio-de-harvard-mit> Acesso em 04 jul. 2018>

CROWDFUNDING - “VAKINHAS ON LINE”. **Ame Jonatas!** <Disponível em: <https://www.vakinha.com.br/vaquinha/jonatas> Acesso em 09 jul. 2018>

CROWDFUNDING - “VAKINHAS ON LINE”. **Grupo de Foguetes da UERJ precisa de ajuda para disputar nos EUA.** <Disponível em: <https://www.vakinha.com.br/vaquinha/gfrj-da-uerj> Acesso em 04 jul. 2018>

DRESNER, Steven. *Crowdfunding: A Guide to Raising Capital on the Internet*. Nova York: Wiley, 2014.

FELINTO, Erick. **A comunicação dos autômatos:** sobre o imaginário do pós-humanismo na internet. Revista Galáxia, São Paulo, n. 11, p. 107-124, jun. 2006. <Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1437/901> Acesso em 03 jul. 2018>

_____. **A religião das máquinas:** ensaios sobre o imaginário da cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2005.

_____. **Crowdfunding:** entre as Multidões e as Corporações. Comunicação, Mídia e Consumo (São Paulo. Impresso), v. 9, p. 137-150, 2012. <Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/347> Acesso em 05 jul. 2018>

FINANCIAMENTO COLETIVO - TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. <Disponível em: <http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-2018/prestacao-de-contas-1/financiamento-coletivo> Acesso em 10 jul. 2018>

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado:** por uma filosofia do design e da comunicação. Organização de Rafael Cardoso. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

HABERMAS, Jürgen. **Morality, Society and Ethics** - an interview with Torben Hviid Nielsen. Acta Sociologica, vol.33, n.2, 1990, pp.93-114.

HANKE, Michael. **A Comunicologia segundo Vilém Flusser.** Galáxia (PUCSP), São Paulo, volume 7, p.59-72, 2004. <Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/download/1371/854> Acesso em: 02 jul.2018>

HEMER, J. **A Snapshot on Crowdfunding.** Working Papers Firms and Region No. R2/2011.

JORNAL EL PAÍS (edição online). **Crivella veta no Rio a exposição Queermuseu, censurada em Porto Alegre.** 2017. <Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/10/04/cultura/1507068353_975386.html Acesso em 09 jul. 2018>

JORNAL O GLOBO (edição online). **Aos 20 anos, crowdfunding cresce e se diversifica.** 2018. <Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/aos-20-anos-crowdfunding-cresce-se-diversifica-22452080> Acesso em 05 jul. 2018>

JORNAL O GLOBO (edição online). **Censurada em Porto Alegre, mostra Queermuseu será exibida no Rio.** 2017. <Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/artes-visuais/censurada-em-porto-alegre-mostra-queermuseu-sera-exibida-no-rio-21862328> Acesso em 09 jul. 2018>

JORNAL O GLOBO (edição online). **Precursor do crowdfunding, Marillion faz show neste sábado no Rio.** 2016. <Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/precursor-do-crowdfunding-marillion-faz-show-neste-sabado-no-rio-19200042> Acesso em 04 jul. 2018>

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Sulina, 2010.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo.** São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LULA - DOE PARA A PRÉ-CAMPANHA. <Disponível em: <https://lula.com.br/doi/apoiadores> Acesso em 10 jul. 2018>

MADEIRA, Mariana Gonçalves. **Economia Criativa: implicações e desafios para a política externa brasileira.** Brasília: FUNAG, 2014.

MONTEIRO, Mônica de Carvalho Penido. **Crowdfunding no Brasil: uma análise sobre as motivações de quem participa.** Dissertação de Mestrado em Gestão Empresarial - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas (EBAPE/FGV). Rio de Janeiro, 2014. <Disponível em: https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/13384/Dissertacao%20-%20Monica%20Penido%20Monteiro%20-%20Versao%20Final_aprovada.pdf Acesso em 05 jul. 2018.>

PORTAL HUFFPOST BRASIL. **Vaquinha virtual: Lula e Amoêdo lideram doações para a campanha eleitoral.** 2018. <Disponível em: https://www.huffpostbrasil.com/2018/07/02/vaquinha-virtual-lula-e-amoe-do-lideram-doacoes-para-campanha-eleitoral_a_23473232/ Acesso em 10 jul. 2018>

QUAL É A ORIGEM DA EXPRESSÃO “FAZER UMA VAQUINHA”? 2018. <Disponível em: <https://super.abril.com.br/cultura/qual-e-a-origem-da-expressao-fazer-uma-vaquinha/> Acesso em 05 jul. 2018>

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**: Coleção Cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANTAELLA, Lucia. **Cultura e artes do pós-humano**: Da cultura das mídias à cibercultura. Coordenação: Valdir José de Castro. Paulus, São Paulo, 2003.

SCROFERNEKER, Cleusa Maria Andrade. (Org.) **O Diálogo Possível**: Comunicação organizacional e Paradigma da Complexidade. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

SILVA, Daniel Reis; LIMA, Leandro Augusto Borges. **A influência da opinião pública no desenvolvimento do projeto de crowdfunding Veronica Mars**: uma apropriação controversa. Revista Eptic Online Vol.16 n.2 p.127-142 mai-ago 2014. <Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/viewFile/2170/1950> Acesso em 10 jul. 2018>

SITE CATARSE. <Disponível em: <https://www.catarse.me/> Acesso em: 10 jul. 2018>

SITE CATARSE FLEX. <Disponível em: <https://crowdfunding.catarse.me/> Acesso em: 09 jul. 2018>

STEFFEN, César. **Meios digitais participativos e economia criativa**: uma exploração das plataformas brasileiras de crowdfunding. In Texto (UFRGS. Online), v. 1, p. 1-1, 2015. <Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/47816/34003> Acesso em 09 jul. 2018>

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. <Disponível em: <http://www.tse.jus.br/legislacao-tse/res/2017/RES235532017.html> Acesso em 09 jul. 2018>

UNCHR ACNUR-AGÊNCIA DA ONU PARA REFUGIADOS. <Disponível em: <http://www.unhcr.org/statistics/unhcrstats/58aa8f247/mid-year-trends-june-2016.html> Acesso em 09 jul. 2018>

VAQUINHA VIRTUAL PARA DILMA VIAJAR JUNTA MAIS DE R\$ 770 MIL. 2016. <Disponível em: <http://exame.abril.com.br/brasil/vaquinha-virtual-para-dilma-viajar-junta-mais-de-r-770-mil/> Acesso em 10 jul. 2018>