

CROWDFUNDING NO TURISMO COMUNITÁRIO: UMA DISCUSSÃO CONCEITUAL

CROWDFUNDING IN TOURISM COMMUNITY: A CONCEPTUAL DISCUSSION

Eliane Villa Lobos Strapasson

Mary Angela Nardelli

Grazielle Ueno

RESUMO: Em atenção à diversidade dos recursos tecnológicos existentes na atualidade e as diferentes formas de arranjo social, identificou-se nas iniciativas de financiamento coletivo, *crowdfunding* uma relevante oportunidade de desenvolvimento do Turismo Comunitário. Dentro deste contexto desenvolveu-se uma pesquisa exploratória de caráter qualitativo, com o objetivo identificar e discutir modelos de operacionalização do Turismo pela internet, a partir da plataforma Garupa, sob ótica do Turismo Comunitário e Economia Solidária. A Plataforma Garupa é uma Organização Social de Interesse Público (OSCIP), fundada em 2012 cujo objetivo é promover ações de turismo sustentável em todo o Brasil. Basicamente a organização trabalha prestando consultoria, promovendo expedições e divulgando comunidades que possuam relevância turística¹. A economia solidária e o turismo comunitário estão intimamente relacionados com o *crowdfunding*. Concluiu-se que as organizações sociais são importantes instrumentos de mobilização social, capazes de efetivar a prática de experiências de Turismo Comunitário, aliadas a Economia Solidária a partir do *crowdfunding*.

Palavras-chave: Turismo Comunitário; Economia Solidária; Financiamento Coletivo *Crowdfunding*.

ABSTRACT: In response to the diversity of existing technological resources today and the different forms of social arrangement, it was identified in the collective funding initiatives, *crowdfunding* an important development opportunity of Community Tourism. Within this context we developed an exploratory qualitative, with the aim to identify and discuss models of operationalization of Tourism over the Internet, from the Croup platform under perspective of Community Tourism and Economy Solidaria. The Croup Platform is a Social Public Interest Organization (OSCIP), founded in 2012 whose objective is to promote sustainable tourism activities throughout Brazil. Basically the organization works advising, promoting and disseminating expeditions communities that have tourism relevance. The solidarity economy and community tourism are intimately related *crowdfunding*. It was concluded that social organizations are important instruments of social mobilization, capable of carrying out the practice of Community Tourism experiences, combined with Solidarity Economy from *crowdfunding*.

Keywords: Community Tourism; Solidarity Economy; Crowdfunding.

¹ Disponível em: <www.garupa.org.br>. Acesso em: 18 abr. 2016.

1 INTRODUÇÃO

A gestão do turismo, principalmente em espaços não urbanos, passa por desafios de ordem instrumental e operativa. Com frequência identifica-se na fala do atores locais dificuldades inerentes a divulgação e comercialização dos destinos. Percebe-se nessa fala, uma expectativa em apoio externo, como agencia emissora ou ações promocionais por parte do poder público, para a dinamização do fluxo de visitação.

Das inúmeras opções para transpor os obstáculos, a formação de um tecido composto por diversos atores que participem dos benefícios da atividade turística pode se mostrar benéfico.

Na contra partida, não há precedentes na história da humanidade, a facilidade de acesso as informações, possibilidades de comunicação e troca interpessoais, como a do momento atual. Se torna histórica a quebra da barreira entre interlocutores, possibilitadas pela internet, que também, potencializa divulgação de atividades e contextos até então, desconhecidos, oportunizando novas formas de divulgação e comercialização de bens e serviços.

Nesse sentido, surgiu a indagativa acerca da metodologia operativa de um modelo de comercialização de destinos de turismo em comunidades, o financiamento coletivo. Uma espécie de “vaquinha” para apoiar determinados projetos usando a tecnologia da informação – internet – para mobilização social em todo o território nacional (ou até internacional) como alternativa viabilizadora de um turismo sustentável² e essencialmente potencial ao desenvolvimento territorial local.

Logo, o presente artigo é desdobramento de uma pesquisa, na qual os autores se propuseram a identificar e discutir modelos de operacionalização do Turismo pela internet, a partir do *Crowdfunding*, ou Financiamento Coletivo, utilizado pela plataforma Garupa, sob ótica do Turismo Comunitário e Economia Solidaria.

² Neste artigo não se pretende discutir os aspectos que permeiem o conceito de Sustentável. Utilizou-se o termo em função da sua utilização na Plataforma Garupa – também objeto deste estudo: “É quando a atividade turística colabora para a proteção da natureza, a melhoria da vida das pessoas e da economia do lugar onde acontece. É quando a presença do turista em um destino é um estímulo à preservação de seu patrimônio cultural e natural.” (GARUPA, 2015).

Considerando o Turismo Comunitário uma modalidade que apresenta características balizadas no princípio do desenvolvimento endógeno, nos quais o cerne das decisões ocorre com reflexões sobre os impactos (positivos ou negativos) no coletivo, dentro do território local, surgiu à seguinte problematização: Considerando que os projetos de turismo comunitário têm sua gênese no local, é possível que a metodologia do *Crowdfunding* atenda os princípios característicos da economia solidaria, mesmo acontecendo no ambiente virtual do ciberespaço?

Destarte, elencou-se que o objetivo geral é de identificar, analisar e documentar a metodologia operativa do *crowdfunding* e sua interface com o turismo comunitário, tendo como objetivos específicos: 1) Analisar a dinâmica da mobilização social para a iniciativa de turismo no ambiente virtual; 2) Identificar a existência ou não de convergência entre o financiamento coletivo e princípios basilares da economia solidária; e 3) Verificar os princípios fundamentais presentes nas proposições dos projetos do site Garupa.

2 METODOLOGIA

Segundo Gil (1999), esta pesquisa é qualitativa, caracterizando-se como exploratória e explicativa, uma vez que a fase exploratória compreende a aproximação com o objeto de pesquisa, procurando compreendê-lo (explicitando-o). Este tipo de pesquisa é a que mais aprofunda o conhecimento da realidade, e por isso mesmo, está fortemente calcada em métodos experimentais, ligados a aspectos subjetivos, de grande utilidade em função de sua aplicação prática.

Assim, a pesquisa explicativa toma muitas vezes a forma de uma pesquisa aplicada (ou pesquisa experimental), ou pode também se utilizar de dados e informações de uma pesquisa “Ex-post facto”:

Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. [...] São aquelas que tem como preocupação central identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos (GIL, 1999, p. 43-44).

Não obstante, optou-se pela utilização da técnica de pesquisa bibliográfica e documental para obtenção de conceitos inerentes ao turismo comunitário, a economia solidaria, bem como da tecnologia e cultura da informação - *Crowdfunding* e *Cibercultura* - e demais conceitos relacionados com o tema.

Os dados foram coletados no site Garupa no período entre maio e junho de 2015, e para análise, construiu-se uma tabela com características quantitativas de oito projetos apoiados pelo financiamento coletivo. Como resultado desta análise foi possível auferir os aspectos envolvidos ainda na mobilização social, enquanto elemento aglutinador decisivos ao sucesso (ou não) de projetos engajados ao sistema de financiamento coletivo.

A partir destes questionamentos e na ausência de publicações científicas específicas sobre a temática, desenvolveu-se o artigo. Entendendo ainda que para promover o fortalecimento das discussões acerca do Turismo Comunitário é fundamental que o mesmo seja percebido na prática efetiva e apresentado com esforço científico para que alcance a devida relevância junto ao desenvolvimento da atividade turística.

3 CONTEXTUALIZAÇÃO

Observando as modificações pelas quais a sociedade passou, principalmente nas quatro últimas décadas, em termos de tecnologia e acesso à informação, surgimento da internet (CASTELLS, 2002), relação entre trabalho e lazer (TRIGO, 1998), relacionamentos interpessoais, valorização da preservação do patrimônio cultural e das discussões sobre questões ambientais, entre outros; pode ser dizer que foram profundas e de relevante impacto também no campo do turismo. Logo, discorrer acerca da dinâmica operativa no turismo enquanto fenômeno social não é tarefa simples. (SWARBROOKE, 2000).

Segundo Castells (2009), a sociedade vive hoje a Era da Informação e caracteriza-se como o período social que valoriza os recursos tecnológicos, no qual se enquadra um novo contexto histórico. Contexto esse, que eleger as trocas sociais estabelecidas através da informação e da sua capacidade de processamento e de geração de conhecimentos (CASTELLS, 2009).

Ainda sob essa ótica, o autor denomina a “sociedade em rede”, que tem como lastro revolucionário a apropriação da Internet - seu uso e aspectos - incorporados pelo sistema do econômico capital.

A sociedade em rede, também é discutida sob o codinome de cibercultura, caracterizada como sendo um novo espaço de interações propiciado pela realidade virtual criada a partir de uma cultura informática (LEVY, 1999).

No contexto de rede a congregação forma uma nova cultura que o autor denomina de cultura do ciberespaço, ou cibercultura:

O ciberespaço (que também chamarei de “rede”) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LEVY, 1999 p. 17).

Tais aspectos e características da cibercultura perpassam pelas discussões acerca do turismo inerentemente, uma vez que o caráter multidisciplinar que permeia o fenômeno turístico ascende a inúmeras possibilidades, fundindo-se num prisma multifacetado em abordagens e perspectivas, conforme afirma Swarbrooke (2000). Em se tratando do turismo com foco central nos aspectos de desenvolvimento socioeconômico em uma localidade, com responsabilidade ambiental, a adesão tende a se ampliar por parte de simpatizantes, ou mesmo ativistas, nesses temas em todo globo terrestre, não obstante, em ambientes cibernéticos.

O mesmo autor ainda afirma que desde o movimento ambientalista surgido nos anos 60 e fortalecido na década de 90, não tardou o aparecimento, por todo o mundo, outras modalidades de turismo que atraíram os olhares de um público adepto a visitação e convivência em áreas naturais, com simpatia às práticas de saberes e fazeres tradicionais, repleta de peculiaridades histórico-culturais, ancoradas no nomenclatura que Ruschmann (1997) chama de “sustentável”, como alternativa para o chamado “turismo de massa”. (RUSCHMANN, 1997; SWARBROOKE, 2000).

Nesse contexto, outras modalidades de turismo emergiram também no Brasil. Uma delas conhecida como Turismo Comunitário, que tem em seu cerne a preservação dos modos de vida tradicionais e no qual o turismo se insere de maneira transversal a economia do local. Nessa conformação de turismo não cabe alto fluxo de capital especulativo, dando assim, abertura para outros métodos de captação de recursos financeiros. (SAMPAIO, 2005).

Nesse contexto, a internet e outras formas de práticas econômicas, se mostraram fortes aliados na captação de recursos e projetos para os mais diversos fins, inclusive a manutenção do turismo comunitário. Uma das modalidades utilizadas por sites como o Garupa: uma Organização Social de Interesse Público (OSCIP), fundada em 2012 cujo objetivo é promover ações de turismo sustentável em todo o Brasil a partir do financiamento coletivo – *Crowdfunding*, em iniciativas de Turismo Comunitário.

3.1 Turismo Comunitário

Para Sampaio (2011), turismo comunitário é viabilizado a partir de arranjos socioprodutivos de base territorial, constituindo-se como redes institucionais e econômicas que possibilitam que modos de produção comunitários se insiram na economia de mercado, com o cuidado de resguardar identidade própria, o que sugere o desenvolvimento à escala humana.

Trata-se de formas de uso do capital baseadas na organização de Economia Solidária, que preconizam o associativismo e cooperativismo de pequenos grupos, em arranjos sócio-produtivos (SAMPAIO, 2011).

No entanto, as expressões verbais utilizadas nos mecanismos de comércio, essa modalidades de turismo também pode ser encontrada como Turismo Sustentável. Um conceito de turismo que abarca a atividade como instrumento para o desenvolvimento sustentável da atividade, reconhece a fragilidade da comunidade local e do espaço natural, perpassando pelo consumo responsável.

O turismo sustentável é uma ferramenta poderosa no auxílio à realização do desenvolvimento sustentável, agindo como catalisador para o desenvolvimento de pequenos negócios (SWARBROOKE, 2000, p. 112).

Nesse contexto, as chamadas para financiamento da plataforma Garupa, atua sob a égide de sustentabilidade, posicionando-se de maneira parceira à prática e desenvolvimento do turismo sustentável.

É quando a atividade turística colabora para a proteção da natureza, a melhoria da vida das pessoas e da economia do lugar onde acontece. É quando a presença do turista em um destino é um estímulo à preservação de seu patrimônio cultural e natural. (GARUPA, 2015).

O site apresenta os atrativos turísticos ambientalmente adequados, economicamente viáveis e socialmente justos. E se o destino atende as descritas expectativas, o papel do visitante não deve ser diferente, do que compartilhar desta experiência, caracterizada pela aproximação com a realidade local e com a prática consciente da atividade, aproximando-se assim das premissas do turismo comunitário.

Dentre as inúmeras tipologias de turismo, o turismo comunitário, foco de análise deste artigo, apresenta-se aliado as bases de desenvolvimento sustentável e territorial, imerso numa preocupação com o envolvimento comunitário no direcionamento e controle da atividade. Prática em que se enaltecem as preocupações com a conservação, preservação e autonomia comunitária, defendidos pelos conceitos relacionados à sustentabilidade da atividade turística (SAMPAIO, 2004; 2011).

O Turismo de Base Comunitária, ou Turismo Comunitário, acontece sob um propósito de desenvolvimento territorial de forma sistêmica e respeitosa, a partir da própria comunidade, na qual promove a inter-relação entre população residente e o visitante, diferentemente do turismo tradicional massivo. Esta conformação de prática turística fomenta a relação social entre modos de vida distintos, resgatando e reconstruindo o interesse pelo outro, pelo diferente e autêntico (SAMPAIO; CORIOLANO, 2009).

Para Sampaio (2005) o turismo comunitário não se limita à observação ou, à convivência entre visitante e visitado, mas ainda no resgate do envolvimento, da solidariedade e na reconstrução da dimensão ética que surge nos espaços comunitários e são percebidos a partir da convivência, pois no individual não há espaço para cooperação.

A operacionalização dessa modalidade requer ainda, entrelaçamento entre os setores, pois não exclui a importância de apoio e recursos para os fins, ou seja, para que este modelo de desenvolvimento não seja mais uma utopia deparada à economia capitalista. Faz-se então, necessário que a comunidade consciente busque sua organização e apoio também externo para exploração do turismo já que este modelo possibilita a participação ativa e direta da comunidade, tornando possível que esta usufrua das oportunidades geradas pela atividade (CORIOLANO, 2006).

Neste sentido, endossa o trabalho desenvolvido pela Plataforma Garupa no financiamento coletivo e colaborativo para o desenvolvimento de ações de Turismo Comunitário, perpassando por aspectos da Economia Solidária.

3.2 Economia Solidária

Segundo o Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES) a Economia Solidária por ser definida em três dimensões: Econômica, Cultural e Política, cuja premissa se expressa na auto-organização de grupos sociais conscientes acerca do consumo responsável, que permitam posicionamento mais crítico acerca da qualidade de vida:

São iniciativas de projetos produtivos coletivos, cooperativas populares, cooperativas de coleta e reciclagem de materiais recicláveis, redes de produção, comercialização e consumo, instituições financeiras voltadas para empreendimentos populares solidários, empresas autogestionárias, cooperativas de agricultura familiar e agroecologia, cooperativas de prestação de serviços, entre outras, que dinamizam as economias locais, garantem trabalho digno e renda às famílias envolvidas, além de promover a preservação ambiental. (FBES, 2016).

Constata-se que no cerne da participação comunitária estão elencados valores de partilha e colaboração, fatores contributivos para o fortalecimento da auto-organização e autogestão. Para Paul Singer³, a Economia Solidária é uma

³ Paul Singer, em 04/05/2016, é secretário nacional da Economia Solidária do Ministério do Trabalho (Brasília, DF) e professor titular da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP. É autor de várias obras, entre elas: Desenvolvimento econômico e economia urbana (Edusp), Globalização e desemprego: diagnóstico e alternativas (Contexto), Repensando o Socialismo: uma utopia militante (Vozes), Para entender o mundo financeiro (Contexto), Introdução à economia solidária (Editora Fundação Perseu Abramo) e A economia solidária no Brasil (Contexto, com André Souza). Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ea/v22n62/a20v2262.pdf>>. Acesso em: 04 mai. 16.

forma viável de inserção e acolhimento à força de um grupo, a partir de arranjo coletivo, como alternativa humana e autossustentável para a geração de renda e preservação de recursos:

[...] desenvolvimento solidário um processo de fomento de novas forças produtivas e de instauração de novas relações de produção, de modo a promover um processo sustentável de crescimento econômico, que preserve a natureza e redistribua os frutos do crescimento... (SINGER, 2004).

Neste sentido é possível afirmar que os fatores relacionados com o consumo ético são capazes de promover uma melhor qualidade de vida individual e social.

Conforme Swarbrooke (2000, p. 66) os modelos de comércio justo no turismo seriam formas de desenvolvimento sustentável da atividade, onde às destinações, particularmente aquelas dos países emergentes, poderiam estar aliadas e trabalhar cooperativamente. Empreendeu-se então, que também para o citado autor, os conceitos de turismo sustentável: preço justo, comércio ético e trabalho em cooperação – alinham-se aos que mesmo pertencentes à discussão de economias solidária.

Tal inferência sobre Economia Solidária pode levar a inferência de que existem convergências ontológicas no modelo de consumo colaborativo oriundo da cibercultura, (re)conhecida como *crowdfunding*.

3.3 *Crowdfunding* e a Plataforma Garupa

O *crowdfunding* teve a sua origem no processo denominado *crowdsourcing*, um modelo de criação e/ou produção baseado em redes de conhecimento coletivo para solucionar problemas, criar conteúdo ou inventar novos produtos de forma colaborativa.

A prática do *crowdfunding* ou financiamento coletivo, se enquadra nos preceitos do consumo colaborativo, podendo ser aliado a um modo de consumo diferenciado, sustentável e cooperativo que não é mais uma atividade assimétrica de aquisição sem fim, mas uma relação dinâmica de dar e colaborar para conseguir o que se pretende. (BOTSMAN; ROGERS, 2011, p. 202).

Segundo o jornalista Jeff Howe da revista Wired, em seu artigo de 2006, o *crowdfunding* trata-se de uma prática para ampliação das possibilidades do *crowdsourcing*:

Crowdsourcing é o modelo de produção que utiliza a inteligência e os conhecimentos coletivos e voluntários, geralmente espalhados pela Internet para resolver problemas, criar conteúdo e soluções ou desenvolver novas tecnologias, assim como também para gerar fluxo de informação (WIKIPEDIA, 2015).

Esse formato de financiamento teve origem a partir evolução de iniciativas como o banco de micro empréstimos americano Kiva, uma organização não governamental (ONG) que utiliza doações de pessoas físicas para realizar empréstimos a usuários de países em desenvolvimento sem acesso ao sistema bancário convencional⁴. Presente em mais de 80 países, a organização possui uma plataforma internacional de microcrédito que atua na dinâmica da solidariedade, metodologia com a qual, já financiou mais de 2 milhões projetos totalizando US\$ 800 milhões (KIVA, 2015).

Em fevereiro de 2016 a Agência Brasil de Notícias da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) publicou matéria acerca das atividades da ONG no Brasil e descreveu a dinâmica de atuação internacional na qual o empreendedor faz o pedido de empréstimo diretamente com a Kiva. Se aprovado o pedido, ele tem 15 dias para conseguir que pelo menos 25 amigos, familiares ou conhecidos ajudem com o empréstimo. Se atingir a meta, o candidato entra na lista pública da ONG, que tem juro zero. (FRAGA/EBC, 2016).

Dentro do ambiente cibernético a dinâmica relacional do *crowdfunding* se dá pela atuação de uma tríade: a Plataforma, o Proponente e o Colaborador. Figura 1.

⁴ Disponível em: <<https://www.kiva.org/>>. Acesso em: 11 jun. 2015.

FIGURA 1: Tríade Relacional e Interdependente



Fonte: Elaborado pelos autores em junho de 2015.

O proponente é aquele que está em busca do apoio e/ou financiamento para um projeto, idéia ou iniciativa, o colaborador (que na verdade são vários) possuem o recurso, interesse na dinamização ou até simpatia pelo projeto/proposta e plataforma, que pode ser uma instituição física ou virtual, fica responsável pela mediação na dinâmica da troca.

No Brasil alguns sites podem ser facilmente encontrados a partir de uma simples busca pela internet, dentre eles podem ser identificados: Kickante, Vakinha, Cartase.me, Juntos.com.vc, entre outros.

A plataforma Garupa possui um hiperlink⁵ no site Juntos.com.vc e do Cartase, e na sua chamada publicitária existe a afirmação de ser “A primeira plataforma de financiamento coletivo para projetos de turismo sustentável no Brasil”. Trata-se de uma Organização Não Governamental que iniciou o site e suas

⁵ Entende-se por hiperlink a ferramenta de redirecionamento de um site para outro, comumente autorizado pelo proprietário do site de origem o que pode pressupor existência de vínculos inter institucionais: Parcerias, filiais, representantes, etc.

atividades em 2013. Cada ideia tem de 30 a 60 dias para arrecadar o montante necessário. Para isso, não é cobrada taxa de administração: o *site* mantém-se com o apoio de parceiros (empresas e instituições) e, no momento da doação para um projeto, é possível optar por doar fundos também para a plataforma. (GARUPA, 2015).

A lógica racional que permeia este sistema de troca passa pela solidariedade e simpatia mútua. O proponente tem a intenção de viabilizar um projeto, o colaborador pode ser incentivado pelo idealismo ou, inclusive, pela recompensa (material ou experiencial) e a plataforma se mobiliza pela articulação entre as partes:

Porque elas curtem aquele tipo de experiência turística ou aquele destino? Ou porque foram contagiadas por uma ideia incrível. Ou porque querem ajudar projetos de amigos. Ou porque gostaram da recompensa – uma experiência relacionada àquele destino, um souvenir artesanal e exclusivo, ou uma oportunidade de colaborar para aquele projeto usando o seu conhecimento, por exemplo. Doar para um projeto financiado coletivamente na Garupa é mais do que somente doar dinheiro, é dar o seu apoio moral àquela iniciativa, e sinalizar que é aquele o tipo de turismo que você quer vivenciar e ver florescer no Brasil. (GARUPA, 2016).

Nas iniciativas realizadas *online* em que o apoiador do projeto contribui com a compra adiantada de recompensas que serão entregues após o resultado final do processo. A campanha para arrecadação dos recursos parte dos proponentes diretamente nas redes sociais e é espalhada pelos simpatizantes/amigos, familiares e pessoas conectadas aos proponentes para o alcance do objetivo aproveitando-se da conexão propiciada pelo ciberespaço. O modelo “tudo ou nada” também pode aumentar a motivação: quem gostou do projeto passa a se esforçar pra divulgá-lo, principalmente na reta final. (GARUPA, 2016).

4 RESULTADOS

Conforme comentado anteriormente, este artigo se propôs a identificar e discutir o modelo de operacionalização do Turismo pela internet, a partir do *Crowdfunding*, nos projetos mediados pela Plataforma Garupa e sua interface com

o Turismo Comunitário. Para tal foi construída a tabela 1 com os projetos mediados no período de Agosto de 2013 a Agosto de 2015.

TABELA 1: Propostas no Período de Ago 2013 a Ago 2015

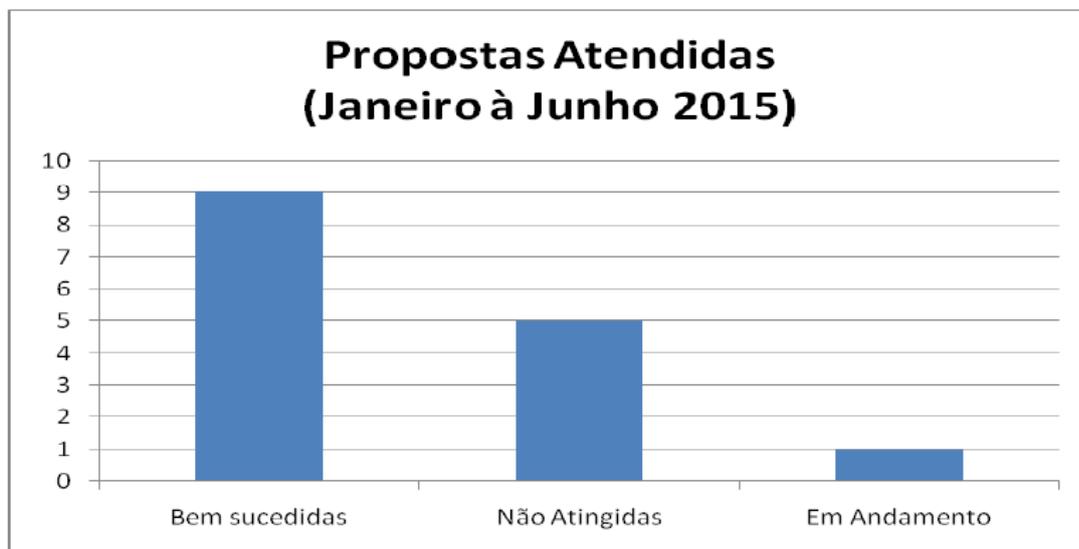
PROPOSTAS ATENDIDAS		
BEM SUCEDIDAS	NÃO ATINGIDA	EM ANDAMENTO
II Encontro da Rede Turisol em Brasília/DF	Uma vivência com pássaros da Amazonas em Rio Negro/AM	Roteiro do Artesanato Paraibano em Campina Grande/PB
Pousada Uacari – Uma Pousada Única no Coração da Amazônia em Tefé/AM	Um mergulho na cultura da gente do Pará em Santarém/PA	
Turismo de Experiência na Península de Maraú/BA	Delícias do forno de barro na Serra Fluminense em Nova Friburgo/RJ	
Mico Leão Dourado de perto e a salvo em Silva Jardim/RJ	De bike pela Amazônia em Boa Vista do Acarará/PA	
Comida Caiçara na Mata Atlântica Paulista em Iguape/SP	Viagem sobre trilhos pelo interior paulista em Campinas/SP	
Minas Gerais de portas abertas em Capivari/MG		
Comida Caseira e Ingredientes Orgânicos em Agronômica/SP		
Guie-se pelos caminhos secretos da baiana Serra Grande em Uruçucá/BA		

Fonte: Elaborado pelos autores (2016).

Fonte: <<http://garupa.org.br/>>.

Percebe-se que dentro das propostas mediadas pela Plataforma Garupa, que 60% das propostas atinge o objetivo de completar a arrecadação do montante financeiro para a realização efetiva de sua proposta. Demonstrando efetividade da Plataforma na captação de recursos, na organização do processo e no auxílio gerencial desta ação.

GRÁFICO 1: Propostas Atendidas no período de Agosto de 2013 a 2015



Fonte: Elaborado pelos autores (2016).

Dos quinze projetos incentivados pela Plataforma, nove obtiveram êxito frente suas propostas, cinco não atingiram o montante estabelecidos como meta e um dos projetos permaneceu em andamento durante o período. Representando a contribuição efetiva da Plataforma para a ação concreta do projeto em 60% dos casos.

Além das evidencias gerenciais da Plataforma, descreve-se a seguir, uma breve caracterização dos projetos mediados que alcançaram sucesso, com o objetivo de se evidenciar a estreita relação com ações do Turismo Comunitário.

TABELA 2: Descritivo dos Projetos Mediados

PROPOSTAS BEM SUCEDIDAS			
TÍTULO DO PROJETO	BREVE DESCRITIVO	VALOR PRETENDIDO	VALOR ARRECADADO
II Encontro da Rede Turisol em Brasília/DF	Organização do II Encontro da Rede Nacional de Turismo Solidário e Comunitário, que aconteceu no período de 12 a 14 de agosto de 2015, na Universidade de Brasília, como estratégia de retomada das atividades desenvolvidas entre 2012 e 2014 pelo Projeto Bagagem.	R\$ 19.700,00	R\$ 21.030,00

Pousada Uacari – Uma Pousada Única no Coração da Amazônia em Tefé/AM	Reserva de Desenvolvimento Sustentável financiamento para curso de inglês para os funcionários e comunidade.	R\$ 20.000,00	R\$ 28.550,00
Turismo de Experiência na Península de Maraú/BA	Construção de um centro comunitário multiuso, de aproximadamente 200 metros quadrados, com um palco para shows culturais, dois banheiros e duas salas para oficinas e cursos abertos a moradores e turistas, além de área externa coberta para abrigar festas e pontos de vendas de quitutes e artesanato locais.	R\$ 22.927,00	R\$ 52.481,00
Mico Leão Dourado de perto e a salvo em Silva Jardim/RJ	Reforma do Centro de Visitantes da Associação Mico-Leão-Dourado em Silva Jardim/RJ, para criar uma exposição com mapas, imagens, vídeos e textos informativos que acrescentem à experiência e à educação ambiental do visitante.	R\$ 19.845,00	R\$ 19.965,00
Comida Caiçara na Mata Atlântica Paulista em Iguape/SP	Melhoria na estrutura do único restaurante existente na região e que oferece comida caseira e caiçara para turistas da comunidade de Vila Nova, em Iguape. E ainda agrega o grupo folclórico de fandangueiros da comunidade.	R\$ 17.860,00	R\$ 18.450,00
Minas Gerais de portas abertas em Capivari/MG	Investimento para construir um banheiro e para instalar um sistema de energia solar que aqueça a água do chuveiro de uma das casas tradicionais que agora se converteu em pousadas onde os turistas compartilham espaço e experiências com os moradores.	R\$ 14.000,00	R\$ 14.700,00
Fazendo arte com o barro no Vale do Jequitinhonha em MG	Financiamento para uma viagem-piloto de seis dias pelo Vale para interessados em arte e cerâmica, e uma exposição em São Paulo ou Belo Horizonte realizada com as peças produzidas	R\$ 15.637,00	R\$ 16.001,00

	nessa viagem, pelo grupo de turistas e pelas mulheres do Jequitinhonha – algumas delas artistas já reconhecidas no mercado, como Zezinha.		
Comida Caseira e Ingredientes Orgânicos em Agronômica/SC	Financiamento para melhoria da infraestrutura do restaurante da Família Pires, em Agronômica, SC. Um restaurante é parte da Associação Acolhida na Colônia, que valoriza o modo de vida do agricultor e realiza projetos de turismo rural e que serve comida colonial feita com ingredientes orgânicos.	R\$ 10.028,00	R\$ 10.148,00
Guie-se pelos caminhos secretos da baiana Serra Grande em Uruçucá/BA	Fabricação de placas artesanais de madeira feitas pela comunidade, através da associação de moradores, para sinalizar os principais pontos turísticos da cidade com placas artesanais feitas por moradores locais.	R\$ 11.500,00	R\$ 11.500,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2016).

Fonte: <<http://garupa.org.br/>>.

A partir do breve descritivo dos projetos mediados pela Plataforma Garupa no período de Agosto de 2013 a Agosto de 2015, percebe-se fortemente a sua relação com os princípios do Turismo Comunitário e de Economia Solidária.

Da mesma forma ao se observar os valores financeiros arrecadados é evidente que a mediação realizada pela Plataforma é fundamental para a efetiva ação por parte da comunidade aos projetos e a prática do Turismo Comunitário. Com estes resultados evidencia-se ainda a corrente da Economia Solidária e da mobilização social, enquanto importantes agentes contribuintes.

Compreende-se que a dimensão econômica como um desafio na gestão de um destino de Turismo Comunitário, em função da transversalidade com a qual a comunidade se relaciona, ou seja, comumente o turismo não exerce função de principal atividade econômica no local, mas se vislumbra a partir dele a melhoria na qualidade de vida e propagação de novas perspectivas a partir de sua efetividade.

Conforme foi apresentado, o Turismo Comunitário é uma oportunidade para aperfeiçoar a organização comunitária, o desenvolvimento local e a cogestão para

conservar/preservar o patrimônio natural, cultural e social de comunidades em seus territórios.

Toda forma de organização empresarial sustentada na propriedade do território e da autogestão dos recursos comunitários e particulares com práticas democráticas e solidárias no trabalho e na distribuição dos benefícios gerados através da prestação de serviços pode ser considerada relevante quando visa o encontro cultural da comunidade receptora e visitantes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreender um arranjo econômico baseado na “vaquinha” ou “financiamento coletivo” como o *crowdfunding* passa por não ignorar sua dimensão econômica como uma prática de consumo. Entretanto, é uma prática contemporânea que funciona sob bases muito diferentes das tradicionais, principalmente na proposição de um processo na qual, cooperação é a base fundamental, bem como a diluição da dicotomia produtor-consumidor.

Projetos envolvendo atores que apostam mais na formação de vínculos e na abertura à participação dos colaboradores tendem a ter mais sucesso, e isto só é possível pela construção de um sistema horizontal, em que o processo se pautar pela interação constante e fluida, e que todos os envolvidos se sintam engajados e participantes de um processo de criação e não apenas de consumo.

Destarte, considerando que o site Plataforma Garupa possui iniciativa desenvolvida em parceria com a plataforma de comunicação Juntos.com.vc, com foco em ações de impacto social, incentivando propostas relacionadas à criação, ampliação ou melhoria de roteiros de viagem, meios de hospedagem, passeios, restaurantes comunitários, centros de visitantes e outros serviços relacionados ao turismo, fica passível de perceber convergências entre os valores expostos pelo regencial teórico de turismo comunitário, economia solidária e mobilização social, não apenas nos projetos incentivados pelo site, como também sua relação com outros sites e plataformas de *crowdfunding*.

Em se tratando de um tema recente nas ciências sociais, este artigo pretende provocar outros estudos que se juntem a ele na formação da análise desse fenômeno, tendo o Turismo Comunitário e suas imbricações frente ao contexto atual.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOTSMAN, R; ROO, R. **What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption**. New York: Harper Business, 2010.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede – A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura**. Volume 1. São Paulo: Paz & Terra, 2002.

CAMARGO, H. P.; SANTOS, R. J.; GUTERRES, L. S. **Antropologia no Ciberespaço: Buscando Compreender as Experiências de Deslocamento Humano**. Revista Rosa dos Ventos. Volume IV, p. 575-21, out-dez, 2012. Disponível em: <<http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/1667>>. Acesso em: 02 jun. 2015.

CARNEIRO, V. **Dinheiro da Multidão: Oportunidades x Burocracia no Crowdfunding Nacional**. Creative Commons Atribuição não Comercial 4.0 Internacional, 2014. Disponível em: <http://viniuscarneiro.adv.br/ebooks/dinheiromultidao/dinheiroda multidao_viniusmaximiliano.pdf?dl=1>. Acesso em: 18 abr. 2016.

CORIOLOANO, L. N. Turismo: Prática Social de Apropriação e de Dominação de Territórios. In: LEMOS, A. I; (Orgs.). **América Latina: Cidade, Campo e Turismo**. São Paulo: Expressão Popular, 2006.

DENCKER, A. F. M. **Pesquisa em Turismo: Planejamento, Métodos e Técnicas**. São Paulo: Futura, 1998.

FBES - Fórum Brasileiro de Economia Solidária. **O que é Economia Solidária**. Disponível em: <<http://cirandas.net/fbes/o-que-e-economia-solidaria>>. Acesso em: 15 jun. 2015.

FRAGA, F. **Plataforma Internacional de Microcrédito Solidário Chega ao Brasil**. Notícia jornalística de 20 de fevereiro de 2016. 09h07. Agência Brasil de Notícias. Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-02/plataforma-internacional-de-microcredito-solidario-chega-ao-brasil>>. Acesso em: 05 mai. 2016.

GARUPA. **Guia do Empreendedor Garupa**. Disponível em: <http://garupa.org.br/wp-content/uploads/2016/04/GARUPA_Guia_Empreendedor_abr2016.pdf>. Acesso em: 05 mai. 2016.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008.

KIVA. **The Social Performance**. Disponível em: <<https://www.kiva.org/about/how>>. Acesso em: 26 jun. 2015. U.S.A.

_____. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LEVY, P. **O que é o Virtual**. São Paulo: Ed. 34, 1996.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

RUSCHMANN, D. **Turismo e Planejamento Sustentável: A Proteção do Meio Ambiente**. Campinas: Papirus, 1997.

SAMPAIO C. A. C. **Desenvolvimento Sustentável e Turismo: Implicações de um Novo Estilo de Desenvolvimento Humano na Atividade Turística: Uma Introdução**. Blumenau: Edifurb; Florianópolis: Bernúncia, 2004.

SAMPAIO, C. A. C. e CORIOLANO; L. N. **Dialogando com Experiências Vivenciadas em Marraquech e América Latina para Compreensão do Turismo Comunitário e Solidário**. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. v. 3, n. 1, p. 4-24, abril 2009.

SAMPAIO, C. A. C. **Turismo como Fenômeno Humano: Princípios para Pensar a Socioeconomia e sua Prática sob a Denominação Turismo Comunitário**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2005.

SAMPAIO, C. A. C. **Gestão que Privilegia Outra Economia: Ecosocioeconomia das Organizações**. Blumenau: Edifurb, 2011.

SILVA, D. R.; LIMA, L. A. B. **A Influência da Opinião Pública no Desenvolvimento do Projeto de Crowdfunding Veronica Mars: Uma Apropriação Controversa**. Revista Eptic Online, v.16, n.2, p. 127-142, mai-ago 2014. Disponível em <www.seer.ufs.br/index.php/epitic/article/viewFile/2170/1950>. Acesso em: 06 jun. 2015.

SILVA, V. S.; FREITAS, J. C. **A Abordagem Sistêmica para o Crowdfunding no Brasil: Um Estudo Exploratório – Visão Sistêmica dos Negócios**. Trabalho de Conclusão de Curso. Disponível em <www.pucpcaldas.br/graduacao/adminis-tracao/revista/artigos/.../19.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2015.

SINGER, P. **Desenvolvimento Capitalista e Desenvolvimento Solidário**. Estudos Avançados, 2004. Estudos Avançados. Vol.18 n.51. São Paulo, Maio Agosto, 2004.

SWARBROOKE, J. **Turismo Sustentável: Conceitos e Impacto Ambiental**. São Paulo: Aleph, 2000, v. 1.

SWARBROOKE, J. **Turismo Sustentável: Turismo Cultural, Ecoturismo e Ética**. São Paulo: Aleph, 2000, vol. 5.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **A Sociedade Pós-industrial e o Profissional em Turismo**. Campinas, SP: Papyrus, 1998.

WIKIPEDIA. **Crowdsourcing**. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Crowdsourcing>>. Acesso em: 03 ago. 2015.

YIN, R. K. **Estudo de Caso**. Planejamento e Métodos. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.