

Conferência Crowdsourcing 2012: inovação e crowdfunding (por @zeoffline)



O primeiro dia da [Conferência Crowdsourcing](#), realizado em São Paulo, reuniu palestrantes cujo foco principal em suas carreiras profissionais é a colaboração entre pessoas. Esse, aliás, foi o ponto central de todas os temas abordados durante o evento: compartilhamento de ideias inovadoras e colaboração coletiva.

O painel de abertura “Colaboração e crowdsourcing na prática” mostrou que empresas pioneiras na tecnologia possuem espaços abertos ao público interessado em trazer novos projetos, como por exemplo o [Ideas Project](#) da Nokia, o [espaço de inovação](#) da 3M e, no campo brasileiro, o [projeto de consciência gerontológica](#) da Tecnisa. Alguns pontos importantes foram levantados durante o debate, conforme a seguir (veja também a apresentação [“Beyond Experimentation”](#) com cases que ilustram bem o debate):

- o crescimento de pessoas amadoras que tem se aproximado do meio corporativo (até então restrito para o público externo) para se integrarem à criação de projetos em conjunto com os profissionais;
- como o conceito de crowdsourcing pode ser um catalisador de mudança positiva para o modelo de trabalho tradicional até hoje aplicado;
- ainda há muito o que ser explorado no mercado brasileiro, visto que seu potencial em trabalhar em redes colaborativas é crescente.
- É preciso ter *crowd*, porém o *source* deve estar preparado para desenvolver as ideias e projetos.

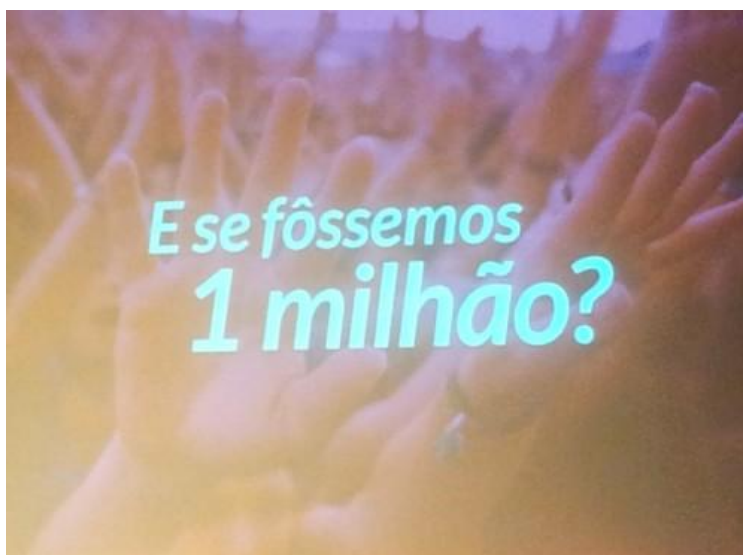
No segundo painel “Economia criativa”, Pedro Guasti, fundador e diretor-geral do [e-Bit](#) e presidente do Conselho de Interação e Comércio Eletrônico da [Fecomercio-SP](#),

através de dados recentes do uso de internet no Brasil, refletiu sobre as oportunidades que micro e pequenas empresas podem ter ao se aliarem às redes sociais, mesmo que os big players já tenham credibilidade edificada e um investimento em publicidade mais robusto.

Jeanine Pires, que atualmente preside o Conselho de Turismo de Negócios e Turismo da Fecomercio-SP, expôs a dificuldade do Brasil em explorar melhor o seu conteúdo em plataformas online colaborativas voltadas para o turismo, como por exemplo o [TripAdvisor](#). Ela ainda ressaltou que, mais do que adquirir um produto, o turista tem como expectativa maior vivenciar a experiência, muitas vezes relatada por parentes ou amigos nas próprias redes sociais.

Já Paulo Roberto Feldmann, presidente do Conselho da Pequena Empresa da Fecomercio-SP, abordou o seguinte desafio: por uma questão cultural do Brasil, pequenas empresas não se associam por se tratarem sempre como concorrentes, fazendo com que elas percam concorrência para as grandes empresas. Entretanto, uma pergunta da plateia se fez muito relevante no contexto com outro aspecto: o governo não estimula os micro e pequenos empreendedores a pensarem em negócios coletivos por causa de restrições legais. Em síntese, o debate pôde ser pautado com as seguintes oportunidades em crowdsourcing:

- Diversidade cultural
- Ociosidade de atividades no varejo e serviços
- Obtenção de economias de escala
- Diluição de investimentos
- Educação coletiva



[Jeff Howe](#), criador e pioneiro do termo, também deu sua palavra sobre o assunto em um webchat com o público. Ao citar exemplos tanto de crowdsourcing (um quebra-cabeça online colaborativo criado para auxiliar no processo de cura da AIDS; suponho que seja [esse o jogo em questão](#)) como o crowdfunding (apesar de não ter citado o nome, ele se referiu ao [Queremos!](#), plataforma online de arrecadação de fundos para

levar bandas ao Rio de Janeiro que, a princípio, só se apresentariam em São Paulo), afirmou que o futuro desses recentes modelos de colaboração coletiva devem ter simetria.

Na terceira parte da conferência, o crowdfunding foi o tema protagonista. Com participação de Paulo Alvim, gerente da Unidade de Acesso à Inovação e Tecnologia do [SEBRAE](#), Rodrigo Maia da [Catarse](#) e Dave Harvilicz do [When You Wish](#), o debate se estendeu pela importância que esse novo modelo de negócios tem no cenário atual, fortalecendo mais ainda a gama de empreendedores. O empreendedor, aliás, é o mais novo papel que intercepta justamente o processo entre a intenção e a doação. Ainda que o crowdfunding esteja muito mais pulverizado e os projetos tenham caminhado sozinhos, graças às redes sociais, vale ressaltar que as propostas nesse novo tipo de negócio devem ser bem estruturadas e, acima de tudo, vendáveis.

O último debate do evento “Co-criação, Design Thinking e desafios, transformando clientes em parceiros”, contou com a participação de André Torreta, fundador da [A Ponte Estratégia](#), Luis Alt, sócio-diretor da [Live|Work](#), e Camila Pagamisse, gerente de marketing da [Pepsico](#). Os tópicos se centraram na criação colaborativa e os benefícios do design thinking (empatia, colaboração, experimentação). O trecho a seguir, extraído da apresentação de Luis Alt, resume de forma sucinta o debate sobre co-criação:

Ao possibilitar o alto entendimento das pessoas e contexto e deixá-las propor as novas soluções, obtemos soluções desejáveis e implementáveis.

Como puderam ver, o conteúdo do #CCS12 foi extenso, porém muito bem distribuído e produtivo. Agora cabe a cada um dos interessados em extrair o essencial de todas as ideias, projetos e cases apresentados; só assim será possível incentivar o espírito de colaboração colaborativa e empreendedorismo.