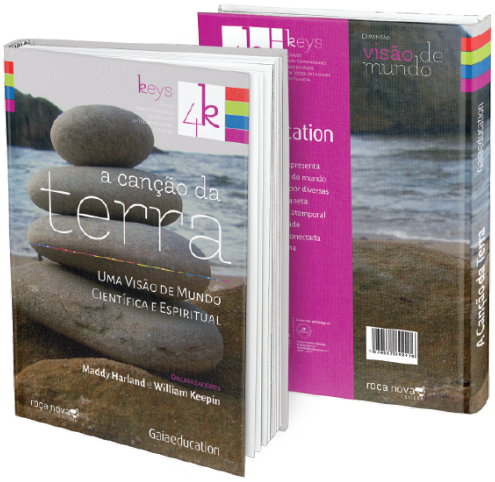
FICHA DE EXPERIÊNCIA DA **CAMPANHA DE FINANCIAMENTO COLETIVO DO LIVRO:**

# A Canção da Terra

## *Uma Visão de mundo científica e espiritual*

Coleção 4 Keys - Gaia Education




Realizadoras integrantes da Rede Dragon Dreaming:
Ilana Majerowicz, Mariana Chicaybam e Helena Varella

**Projeto de desenvolvimento coletivo de toda comunicação e divulgação da campanha de financiamento coletivo para realizar a publicação brasileira do livro "A Canção da Terra - Uma Visão de Mundo Científica e Espiritual" que integra a Coleção 4 Keys do Gaia Education.**

https://benfeitoria.com/4keysbrasil

O Gaia Education é um programa internacional que capacita estudantes e profissionais a desenvolverem soluções criativas e eficientes para os complexos desafios que enfrentamos na busca por uma vida mais sustentável.
O programa, criado em 2005 por diversos educadores em sustentabilidade durante um encontro na ecovila Findhorn, na Escócia, é formado por quatro módulos: Social, Econômico, Ecológico e Visão de Mundo. Para cada módulo, foi criado um livro com textos que relatam experiências sobre o assunto, compondo a Coleção 4 Keys - 4 Chaves para o Desenvolvimento de Comunidades Sustentáveis em todo Planeta.

O programa está presente no Brasil há 10 anos, e diversas pessoas vêm sonhado e se mobilizado para lançar os livros da Coleção 4 Keys traduzida em português no país, mas apesar dessas iniciativas, o projeto não se concretizou. Em 2015, a Isabel Valle que atua como produtora editorial, participou do programa Gaia Education no Rio e tomou a iniciativa de levar esse sonho adiante.

http://gaiaeducation.org

**Local do Projeto:** Rio de Janeiro, RJ - Brasil
**Responsável:** Coletivo Nós em Parceria com a Editora Roça Nova e Gaia Education
http://www.rocanova.com.br/
https://www.facebook.com/4keysbrasil/?fref=ts

**Contato:** Ilana - wiczilana@gmail.com / Mariana - marichicaybam@gmail.com / Helena - hbvarella@gmail.com
**Tipo de projeto GAIA:** Integral
**Período:** 10 de Maio de 2016 até 6 de Agosto de 2016
**Palavra chave:** Ativismo e Mobilização, Comunicação e Nova Economia

## SONHAR

### 1. Tomada de Consciência

A Isabel Valle, produtora editorial, com o sonho de publicar os livros da Coleção 4Keys no Brasil, formou em 2016 uma parceria com a Roça Nova (uma editora que se propõe a publicar livros sobre desenvolvimento humano e sustentabilidade em uma visão integral). Para tornar essa publicação viável, buscou apoio da rede do Gaia Education e uma construção colaborativa de campanha de crowdfunding (financiamento coletivo) através de uma plataforma online.

Com a intenção de realizar essa construção coletiva junto com pessoas alinhadas com valores do Gaia Education, Isabel Valle entrou em contato com o Coletivo Nós, para convidar a integrantes para desenvolverem a identidade visual da campanha de financiamento coletivo.

O Coletivo Nós é formado por 6 designers (Ilana Majerowicz, Mariana Chicaybam, Helena Varella, Lais Monteiro, Tainá Simões e Nathalia Portella) que já tinham uma relação próxima de amizade e decidiram se unir para desenvolver juntas projetos ligados à arte, educação e design, de forma divertida e colaborativa. Além das nossas habilidades com comunicação visual, algumas de nós já haviam feito a formação em Design para Sustentabilidade do Gaia Education e faziam parte da Rede Dragon Dreaming, sendo que outras tinham pouco ou nenhum contato com esses ambientes.

O sonho inicial, apresentado pela Isabel, era criar uma campanha de crowdfunding para fazer uma pré venda dos 4 livros da Coleção 4 Keys, e usar o dinheiro arrecadado na campanha para financiar as traduções (que já foram iniciadas antes da campanha), a diagramação e impressão dos livros vendidos, custos administrativos e de direitos autorais, além do serviço de comunicação visual da campanha.

Para conhecermos melhor a Editora Roça Nova, parceira da Isabel, e criar a integração do Coletivo com o Sonho de lançamento dos Livros, a Isabel apresentou um Círculo dos Sonhos feito com a Laura Di Pietro, fundadora da Editora Roça Nova, para a nova fase da editora junto com esse projeto da Coleção 4 Keys. Nesse contato já percebemos a sintonia que havia entre os grupos e a possibilidade de utilizar o Dragon Dreaming no processo.

### 2. Motivação

Fizemos 2 encontros para esclarecer mais dúvidas sobre as demandas desse projeto, o contexto e as necessidades de cada parte: Quais os serviços que precisam ser feitos (vídeos, imagens, textos, divulgação)? Quais os materiais sobre o Gaia Education já estão disponíveis? Como a Isabel poderia contribuir? Percebemos que havia também uma oportunidade de criar uma relação de cliente e contratado diferente, através de um processo colaborativo de organização e trabalho, visando um propósito comum.

Após definirmos que faríamos as imagens, vídeos e textos (com auxílio da Isabel) necessários para a plataforma de financiamento, página no Facebook , material de divulgação para mídia social e mobilizar o público alvo, percebemos que havia interesse de todas as integrantes do Coletivo em participar.

*Café da tarde e bolinho na reunião!*

Seria ainda uma oportunidade de aprendermos juntas habilidades que não eram comuns a todas, como desenvolvimento de vídeo e gerenciamento de mídias em redes sociais.

Como todas as integrantes do Coletivo estavam também realizando outros projetos fora deste grupo, conversamos sobre a disponibilidade de cada uma no projeto e quais as atividades de interesse em atuar; percebemos que havia uma boa distribuição de responsabilidade e podíamos seguir em frente.

## 3. Colheita de Informações

Antes de começar o Círculo dos Sonhos, fomos pesquisar mais sobre crowdfunding:

- Referências de vídeos das campanhas
- Média de valor das metas alcançadas principalmente para livros
- Linguagem/Comunicação com o público
- Plataformas disponíveis

Com essas informações coletadas, decidimos rever o sonho inicial que era fazer a campanha para os 4 livros da Coleção 4 Keys de uma só vez, e optamos por lançar apenas o primeiro livro que já estava sendo traduzido, o Canção da Terra, referente ao módulo Visão de Mundo do Gaia Education. Em uma de nossas reuniões, também surgiu nossa mascote Shanicqua!

*Em uma reunião nossa no parque Guinle, Shanicqua sendo adorada =)*

Com o sonho definido realizamos o Círculo dos Sonhos:

| **Círculo dos sonhos** | |
|---|---|
| O que precisa acontecer nos próximos 2 meses no projeto da campanha 4k para que você se sinta realizada e que este foi um projeto de sucesso? | |
| **quem?** | **sonho** |
| [Lais] venda 5 mil livros de cada | |
| [Taina] a gente consiga bancar financeiramente todo o processo anterior à campanha | |
| [Nath] precisamos entrar em sintonia com relação a dedicação do projeto | |
| [Mari] que a linguagem da campanha seja divertida mas também passe seriedade | |
| [Helena] que a gente consiga explicar com clareza o que é o gaia e porque os livros são importantes tanto para o público gaiano quanto para o novo público | |
| [Lais] manter a nossa energia elevada antes e durante a campanha, dedicando 25% da energia para cada fase (sonhar, planejar, realizar, celebrar) | |
| [Lais] que a gente celebre o fim do desenvolvimento do projeto e comece a sonhar a fase da campanha quando lançada | |
| [Taina] que a gente consiga lançar pelo menos um livro | |
| [Nath] que nosso público alvo consiga captar a energia e importância do trabalho que está sendo feito e consiga abraçar esta causa | |
| [Mari] que a gente consiga distribuir bem as tarefas para antes da campanha nessas duas semanas para não ficarmos sobrecarregadas no fim. | |
| [Helena] que o coletivo se veja como um time e veja a importância de dividir as tarefas para que a gente consiga fazer o gol | |

| |
|---|
| [Lais] preciso visualizar o projeto como um todo (tempo, dinheiro, energia e tarefas) |
| [Taina] que o final da campanha não seja o fim do projeto; a gente consiga estabelecer uma rede mais forte para o gaia, atingindo ou não o valor da campanha |
| [Nath] a gente alinhe nossa comunicação interna |
| [Mari] delegar mais tarefas para a Bel, diminuir barreiras de comunicação com ela e aproximá-la de nós. |
| [Helena] que a gente sinta que está aprendendo a cada dia e que isso nos empodere |
| [Lais] consiga experenciar e mostrar que é possível trabalhar de novas maneiras e a importância do Dragon Dreaming em todo o processo |
| [Taina] que eu saia alinhada com o pensamento e discurso gaiano que está me deixando inquieta; eu quero o 4k. |
| [Nath] que a gente adquira conhecimento e saiamos da nossa zona de conforto nas tarefas realizadas, arrisca-se |
| [Mari] que a gente apoie o gerente de mídia divulgando a campanha para nossa rede pessoal e convidando parceiros pessoalmente para participar |
| [Helena] que todas se sinta confortáveis para abrir seus corações caso haja algum incômodo |
| [Helena] que seja divertido |
| [Lais] que eu consiga implementar o círculo de mulheres como atividade de apoio ao coletivo e ao processo |
| [Lais] que a campanha tenha visibilidade mundial |
| [Lais] que a gente possa promover encontros de bate papo gaia e venda analógica |
| [Lais] que a gente possa aprender edição básica de vídeo |
| [Taina] que o projeto seja bonito, inovador mas dentro das possibilidades reais |
| [Nath] a gente tenha satisfação e motivação ao longo do desenvolvimento |
| [Helena] que a nossa diversidade seja sempre celebrada e vista como um ponto positiva para o coletivo |
| [Mari] que a gente consiga definir um sistema de comunicação eficiente para deixar claro o andamento das tarefas para o grupo e realizá-lo |
| [Helena] a gente faça uma celebração no lançamento e no fim da campanha |
| [Lais] que a fala da Bel no vídeo toque as pessoas como me tocou na reunião |
| [Taina] a gente se sinta mais confortável em sair da zona de conforto e reconhecer o apoio uma das outras |
| [Mari] que eu consiga controlar a minha ansiedade com tudo que tem que ser feito para o lançamento |
| [Helena] a gente tenha clareza para comunicar o projeto para os parceiro, e convide sempre que possível para que participem do nosso círculo dos sonhos |
| [Lais] que a Mari se sinta inspirada e empoderada para realizar facilitação gráfica |
| [Taina] no final do projeto o grupo esteja mais seguro com o potencial umas das outras e o nosso próprio |
| [Nath] ao final destas duas semanas, o grupo se sinta seguro e orgulhoso e não tenha vergonha de mostrar |
| [Nath] que a gente faça trabalho de relaxamento, concentração e meditação |
| [Helena] a gente siga as indicações da análise sistêmica do projeto |
| [Lais] que eu também me sinta inspirada e empoderada para realizar facilitação gráfica |
| [Taina] a gente consiga ser convicto das ideias do projeto e do que queremos fazer sendo flexível às mudanças necessárias |
| [Nath] que o coletivo se fortaleça profissionalmente |
| [Mari] que a gente seja objetiva nas nossas reuniões e respeite os horários, mas mantendo a flexibilidade quando necessário (flexibilidade é a exceção e não a regra) |
| [Lais] que a gente se empodere desse projeto e que ele impulsione a realização de novos sonhos em especial com financiamento coletivo |
| [Mari] que todas saiam mais empoderadas da ferramenta do DD, principalmente as meninas que estão tendo mais contato agora |
| [Lais] cuidado para que a identidade das peças gráficas fique alinhado com as capas dos livros |
| [Ila] que a gente consiga desenhar uma estratégia de financiamento e vendas pé no chão e eficiente |
| [Ila] que a gente consiga ter uma visão ampla da nossa rede e fazer uma comunicação direta carismática e efetiva. |
| [Ila] que a gente seja um exemplo de coletivo que trabalhe com projetos engajados com a nova economia |
| [Ila] que a rede saiba como a gente é fofa, linda, poderosa inteligente e bem sucedidas! |
| [Ila] que o coletivo possa prosperar muito com esse projeto! |
| [Ila] que esse livro chegue a instituições diversas como escolas públicas |

| |
|---|
| [Ila] que o EcoVilas Brasil possa apoiar e ser apoiado por esse projeto |
| [Ila] que ao final desse projeto estejamos motivadas e inspiradas para muito mais! |
| [Ila] que o CF se torne de fato uma ferramenta para a edição de publicações para Nova Era! |
| [Bel] que este processo fortaleça o Coletivo no mercado profissional |
| [Bel] que este seja o início de uma bela parceria com a Roça Nova |
| [Bel] que sempre percebamos o que e como a pedra no sapato nos faz crescer pessoalmente |

**Dragões:**

No Dragon Dreaming, temos a visão de que os dragões são os nossos desafios internos, em geral está associado aos nossos padrões emocionais e por isso se reflete na maneira como reagimos às situações. "Quais os dragões, medos e inseguranças que podem te atrapalhar durante o processo?" foi a pergunta que utilizamos para perceber esses padrões no grupo e estarmos atentas quando isso surgir. Para identificar eles, fizemos um círculo de dragões!

| **dragões** |
|---|
| transparecer emoções que me tiram do foco |
| ser prolixa na hora de executar tarefas |
| querer ter o controle de tudo |
| querer fazer mais do que consigo sozinha |
| insegurança que dificulta execução e tomada de decisão |
| ansiedade |
| medo de não dar conta de tudo que tenho que fazer |
| medo de confiar que as outras coisas estão sendo feitas |
| falta de motivação inicial; necessidade de pressão para agir |
| mestrado, tenho muitas coisas pra fazer |
| trabalho, que consome minha energia e capacidade intelectual |
| medo de falhar, falta de autoconfiança |
| impaciência |
| falta de sensibilidade |
| distração |

**Mapa de atores e estimativa de arrecadação:**

O mapa de atores foi feito no canvas[1] disponibilizado pela Benfeitoria para construção da campanha de crowdfunding. Além de mapear nossa rede direta, fizemos uma estimativa de quanto esperávamos arrecadar com estes grupos. A estratégia foi entrar em contato com os membros destes núcleos e apresentar a eles as possibilidades de contribuição e valores, explicando as recompensas que teriam para cada valor doado. O livro era a principal recompensa para o benfeitor, podendo ser adquirido em maiores quantidades ou através de compras coletivas, onde o valor unitário do livro possuía maior desconto.

| **Rede direta** | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Nome | | Relação | | Valor estimado da colaboração |
| gaianos turma 2014 | | amigos | | R$ 2.750,00 |
| gaianos turma 2012 | | amigos | | R$ 700,00 |

[1] Planilha disponibilizada pela Plataforma Benfeitoria para fazer o planejamento de metas, público alvo e valores da campanha

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| gaianos turma 2015 | | amigos | | R$ 1.750,00 |
| dragon dreaming | | amigos | | R$ 1.750,00 |
| teto | | amigos | | R$ 400,00 |
| faculdade | | amigos | | R$ 400,00 |
| familia | | familia | | R$ 100,00 |
| terra una | | parceiros | | R$ 400,00 |
| pedagogia da cooperação | | amigos | | R$ 1.050,00 |
| trabalho/empresa | | amigos | | R$ 210,00 |
| ginástica/circo | | amigos | | R$ 525,00 |
| colégio nath | | amigos | | R$ 700,00 |
| Terra de Rudá | | parceiros | | R$ 1.050,00 |
| Yoga bel | | amigos | | R$ 150,00 |
| família Bel | | familia | | R$ 500,00 |
| PDC Ayni | | amigos | | R$ 1.050,00 |
| Angel_Cambalhotas | | amigos | | R$ 245,00 |
| Amigos do Face Bel | | amigos | | R$ 1.050,00 |
| mailing Roça Nova | | amigos | | R$ 3.000,00 |
| **TOTAL** | | | | **R$ 17.780,00** |

Como complemento ao mapa de atores, mapeamos também empresas e outras redes com as quais nos relacionamos e que gostaríamos de atingir com a campanha, mas sem considerar os valores de contribuição. Essas outras redes e empresas seriam responsáveis por nos ajudar a arrecadar o restante do valor, além do já mapeado na nossa rede direta, para atingir o valor total da meta da campanha (R$ 48.500,00).

### :: Rever

Principais AHAS, pontos altos e desafios do **SONHAR**:

Aprendizado:

- Percebemos o quão importante é coletar informações do ambiente para ver se o sonho condiz com a realidade. Vimos que o valor para lançar os 4 livros de uma vez estava muito acima da média das campanhas bem sucedidas sendo um risco muito alto e assim pudemos rever nossa estratégia.

Desafio:

- Foi um desafio motivar as pessoas do Coletivo que não tinham tanto contato com a temática do livro e do Gaia Education. Fizemos algumas reuniões para poder compartilhar nossas experiências com todas e assim alinhar o grupo.

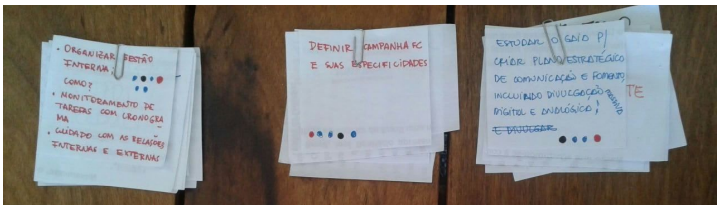
*Celebração de 4 meses do Coletivo Nós, com bolo e avaliação!*

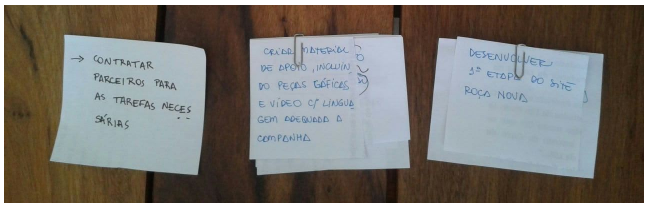
## PLANEJAR

### 4. Considerar Alternativas

Fizemos o processo de construção de objetivos, onde:
Objetivos Específicos: Amarelo
Objetivos Específicos Prioritários: Laranja

| Quais as ações que tornarão 100% destes sonhos realidade? | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| desenvolver 1ª etapa do site roça nova | estudar o gaia para criar um plano estratégico de comunicação e fomento, incluindo divulgação massiva digital e analógica | criar material de apoio, incluindo peças gráficas vídeo com linguagem adequada a campanha | organizar gestão interna, com monitoramento de tarefas e cronograma, cuidando com as relações internas e externas | definir campanha FC e suas especificidades | contratar parceiros para as tarefas necessárias |




**Análise Sistêmica:**

Em determinado momento, quando estávamos com pouca energia e preocupadas com o andamento do projeto, foi feita uma análise sistêmica constelada, um dos processos utilizados no Dragon Dreaming para analisar o campo de força do projeto. Este processo procurou avaliar o campo mórfico do projeto, e tudo relacionado a ele, e ver as possíveis mudanças o afetam. Com esta análise é possível entender as debilidades e necessidade do projeto, do grupo e público alvo e assim poder agir para mudar o panorama atual.

Os elementos analisados foram as integrantes do Coletivo Nós, o projeto e o público alvo. Utilizamos pedras para representar cada elemento e posicionamos cada um deles sobre um pedaço de papel.
Feito isso, percebemos que o público tinha necessidade de uma comunicação mais divertida e com isso, mudamos um pouco as estratégias das postagens no facebook, colocando gifs animados coloridos e fotos engraçadas de uma das integrantes do Coletivo Nós.

Pudemos observar também, que a Ilana inicialmente estava mais afastada do projeto por morar em outra cidade, e ao inserirmos um elemento representando a comunicação mais eficiente, percebemos que o sistema se equilibrava. Então, para melhorar a comunicação, passamos a fazer atualizações do projeto diretamente com ela, esclarecendo em quais tarefas precisávamos de mais apoio.

*Gif animado mais divertido da campanha!*

## 5. Desenhar estratégia

Não foi feito um Karrabirdt tradicional como no Dragon Dreaming; preferimos separar os Grupos de Trabalho (GT) necessários e listamos todas as tarefas que deveriam ser feitas. Posteriormente, passamos para uma planilha online.

Fizemos a auto inscrição nos GTs (cada pessoa se inscreveu no grupo de trabalho e tarefas que gostaria de participar), utilizando os papéis de responsável (cor verde), aprendiz (cor vermelha) e mentor (cor preta).
Ao lado dos responsáveis de cada tarefa, colocamos os prazos e uma coluna de andamento (nomeada OK), onde era colocada a porcentagem de realização da tarefa e a palavra OK quando concluída.

| GT: Mari, Nath, Ila, Tainá | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | DIVULGAÇÃO | QUEM | PRAZO | OK |
| 1 | definir cronograma de divulgação | Ila, Nath | 02/06 | 70 |
| 1.1 | estudar qual o trabalho do gerente de mídias | Mari, Nath | 28/05 | ok |
| 1.2 | entrar em contato e definir gerente de mídia | Mari | 30/05 | ok |
| 2 | fazer mapeamento da rede de divulgação | TODAS | 02/06 | 70 |
| 2.1 | fazer plano de fomento/ gerenciamento de mídia | Mari, Ila | 01/06 | ok |
| 3 | definir material de divulgação | Nath | 01/06 | 30 |
| 4 | definir # da campanha | todas | 02/06 | ok |
| 5 | criar pré divulgação | Todas | 03/06 | ok |
| 5.5 | criar página do facebook | Ila, Nath | 02/06 | ok |
| 6 | planejamento da divulgação analógica | Lais | 15/06 | |

| GT: Helena, Nath, Mari | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | PEÇAS GRÁFICAS | QUEM | PRAZO | OK |
| 1 | definir PGs (todas) | Helena, Nath | 27/05 | ok |
| 2 | definir estilo e identidade das PGs | Helena, Nath | 27/05 | ok |
| 3 | definir conteúdo textual das PGs | Nath, Helena | | |
| 4 | executar PG | Nath, Helena Mari | 04/06 | |
| 4 | criar template de newsletter | Nath, Helena | 29/05 | ok |
| 4.1 | criar peças gráficas de divulgação | Nath | 04/06 | 30 |
| 5 | criar 1ª newsletter | Nath, Helena | 01/06 | 70 |
| 5 | fazer mockup ups livros | Mari | 29/05 | ok |
| 6 | criar template em psd | Helena | 04/06 | 50 |
| 3.1 | enviar Bel previa de projeto gráfico e peças gráficas | Nath | 30/05 | ok |

| GT: Mari, Helena | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | CAMPANHA FC | QUEM | PRAZO | OK |
| 1 | estudar Gaia | TODAS | 03/06 | ok |
| 2 | assistir / estudar campanhas existentes | Mari | 27/05 | ok |
| 3 | assistir vídeos da Benfeitoria p/ criar campanha (UFC) | Mari, Helena | 27/05 | ok |
| 4 | estudar divisão de orçamento / livro x pessoas | Mari | 28/05 | ok |
| 5 | calcular montante investido p/ toda produção | Mari | 30/05 | ok |
| 6 | definir meta mínima | Mari | 30/05 | ok |
| 7 | definir recompensas | Mari | 30/05 | ok |
| 8 | definir e entrar em contato com parceiros | Mari | 31/05 | |
| 9 | escrever o projeto p/ Benfeitoria | Mari | 31/05 | ok |
| 10 | escrever texto da campanha | Mari | 06/06 | |
| 11 | inscrever o projeto na Benfeitoria | Mari | 11/06 | |

| | GT: Tainá, Nath, Helena | | | |
|---|---|---|---|---|
| | SITE RN | QUEM | PRAZO | OK |
| 1 | finalizar proposta e enviar | Tainá | 26/05 | ok |
| 2 | iniciar estrutura básica | Tainá | 01/06 | u |
| 3 | pedir conteúdo p/ Bel | Tainá | 06/06 | |
| 4 | colocar em ambiente p/ acesso de todas | Tainá | 06/06 | |
| 5 | definir identidade do site | Nath, Helena | 10/06 | |
| 6 | definir conteúdo do banner e pedir p/ Bel | Tainá | 14/06 | |
| 7 | criação de banners | Nath, Helena | 20/06 | |
| 8 | aplicar id + conteúdo na estrutura | Tainá | 23/06 | |
| 9 | testar em diferentes devices | todas | 27/06 | |
| 10 | corrigir problemas | Tainá | 30/06 | |
| 11 | colocar no ar | Tainá | 31/06 | |

| | GT: TODAS | | | |
|---|---|---|---|---|
| | EMPODERAMENTO | QUEM | PRAZO | OK |
| 1 | Passar para o grupo conceitos do livro | Ilana | 03/06 | ok |
| 2 | Trazer para o grupo conceitos e técnicas em torno da CAPTAÇÃO EMPODERADA | Mari e Lelê | 01/06 | |
| 3 | Mostrar suas percepções e experiencias em torno do CF | Tainá | 05/06 | ok |
| 4 | Trazer para o grupo conceitos e experiencias em torno de mídias digitais | Nath, | 01/06 | ok |
| 5 | Compartilhar o que aprendeu com vendas! | Lais | 05/06 | |

| | GT: TODAS | | | |
|---|---|---|---|---|
| | GERENTE DE MÍDIA | QUEM | PRAZO | OK |
| 1 | Criar a página e o evento no Facebook | Ilana | 03/06 | ok |
| 2 | Fazer contato com grupos em potencial | Mari, Bel e Ilana com o apoio de TODAS | 03/06 | |
| 3 | Agendar posts da semana | Ilana | aos domingos | |
| 4 | Conteúdo escrito para os posts | Bel e apoio de todas | | |
| 5 | Artes gráfica para os posts | Lelê e Nath | | |
| 6 | Refeências interessantes | TODAS | forever | |
| 7 | Interação com o público | Mari e apoio de TODAS | forever | |
| 8 | Post impulsionados | Ilana | | |
| 9 | Eventos analógicos de encontros gaianos | Lais com apoio das gaianas no grupo | | |
| 10 | Mapear nossa rede em potencial a partis dos amigos que temos no face | TODAS | 03/06 | |
| 11 | Reunião de planejamento | TODAS | 01/06/201 | ok |

| | GT: Lais, Mari | | | |
|---|---|---|---|---|
| | VÍDEO | QUEM | PRAZO | OK |
| 1 | definir valor mínimo p/ editor e facil. gráfico | todas | 26/05 | ok |
| 2 | comunicar ao André sobre condição de pagamento | Lais | 27/05 | ok |
| 3 | definir câmera e editor | Lais | 29/05 | ok |
| 4 | enviar teste FG p/ todas (e Bel) | Mari e Helena | 26/05 | ok |
| 5 | finalizar roteiro | Lais | 01/06 | ok |
| 6 | cobrar vídeos dos personagens | Lais e Bel | 30/05 | ok |
| 7 | receber e editar vídeos dos personagens | Lais e editor | 03/06 | 50 |
| 8 | gravar facilitação gráfica | Mari, Lelê e Lais | 06/06 | ok |
| 9 | enviar arquivos para edição | Lais | 06/06 | ok |
| 10 | receber vídeo finalizado | Todas | 10/06 | 90 |
| 8.1 | gravar áudio do vídeo | Helena e camera | 06/06 | ok |

| | GT: Lais, Tainá | | | |
|---|---|---|---|---|
| | GESTÃO INTERNA | QUEM | PRAZO | OK |
| 1 | revisitar acordos | todas | 26/05 | ok |
| 2 | definir GTs | todas | 26/05 | ok |
| 3 | definir responsáveis de cada GT | todas | 26/05 | ok |
| 4 | especificar plataforma de comunicação | todas | 26/05 | ok |
| 5 | definir comunicação de andamento projeto | todas | 26/05 | ok |
| 6 | checklist de tarefas | todas | 26/05 | ok |
| 7 | fazer cronograma de cada GT | Todas | 26/05 | ok |
| 8 | especificar cronograma de entregas | Todas | 27/05 | ok |
| 9 | manter comunicação com a Bel | Lais | forever | |
| 1.1 | comunicar a Ilana os novos acordos e a nova planilha de atualização de tarefas | Helena | 29/05 | ok |
| 1.2 | compartilhar círculo dos sonhos com Bel e Ilana e pedir para incluirem os seus | Lais | 27/05 | ok |
| 1.3 | criar planilha com movimento de caixa | Lais | 29/05 | ok |

*Lais, junto com nosso quadro de tarefas, exibindo seus novos livros para o cuidado com grupo de mulheres!*

## 6. Teste/Projeto Piloto

O teste de comprometimento não foi feito logo após listarmos as tarefas e definirmos prazos, pois havia uma necessidade grande de entrar na realização e acabamos esquecendo essa etapa. Ao longo do processo, percebemos essa necessidade, já que havia dúvidas sobre o quanto as pessoas estavam comprometidas e dedicadas ao projeto.

| **Teste de comprometimento** | |
|---|---|
| estou disposta, junto com mais 3 pessoas + a Bel, a virar noite para fazer esse projeto acontecer no prazo, bancar o custo de metade desse projeto caso a campanha não tenha resultado positivo e ainda cuidar das outras pessoas envolvidas no processo nas próximas duas semanas? | |
| **quem?** | **resposta** |
| lais | SIM |
| helena | SIM |
| mari | SIM |
| taina | SIM |
| nath | SIM |
| ilana | NÃO |

Apenas a Ilana disse NÃO para o teste, já que estava morando em outra cidade (fora do Rio de Janeiro) e sua rotina e dificuldade de acesso a internet a fizeram perceber que não estaria 100% dedicada ao projeto. Todas as outras integrantes compreenderam suas colocações e o teste trouxe mais tranquilidade para entender que conseguiríamos realizar o projeto no tempo determinado.

### :: Reconsiderar

Principais AHAS e pontos altos do **PLANEJAR**:

Pontos altos:

- Dada a urgência para o lançamento da campanha de crowdfunding na plataforma, houve uma ansiedade em começar a realizar antes de planejar, mas quando nos demos conta disso, organizamos uma imersão de 4 dias durante um feriado para planejar todo o projeto e iniciar a realização com todas juntas no local.
- Essa imersão foi muito produtiva, usamos muito a inteligência coletiva e trabalhamos no apoio mútuo.Uma das integrantes não participou da imersão, porém foi importante para chegar com fôlego novo e um outro olhar para o que havia sido feito.
- A opção de definir os GT's e as tarefas de cada um deles trouxe mais agilidade e clareza ao processo; criar um karrabirdt nesse momento demandaria mais tempo no planejamento e na explicação sobre o que é o karrabirdt para aquelas integrantes que ainda não conhecem. A escolha dessa opção foi muito intuitiva, juntando os conhecimento de todas sobre planejamento e atendendo a necessidade do grupo.

Pontos a melhorar:

- Apesar da grande produtividade da imersão ficamos muito cansadas pois não tivemos tanto espaço para pausas e celebração devido aos prazos que estabelecemos.

Desafio:

- No Dragon Dreaming não é recomendado já começar um projeto com a data final pré estabelecida. Dessa forma foi um desafio ter que correr com as tarefas para se adaptar a data de lançamento do crowdfunding que havia sido estipulada anteriormente. Além disso, percebemos que não seria possível realizar tudo que tínhamos planejado antes, e algumas tarefa foram retiradas do quadro.

Aprendizado:

- Cuidar mais das relações, fazer pausas e ter momentos de diversão são fundamentais pro trabalho em grupo, principalmente imersivo.

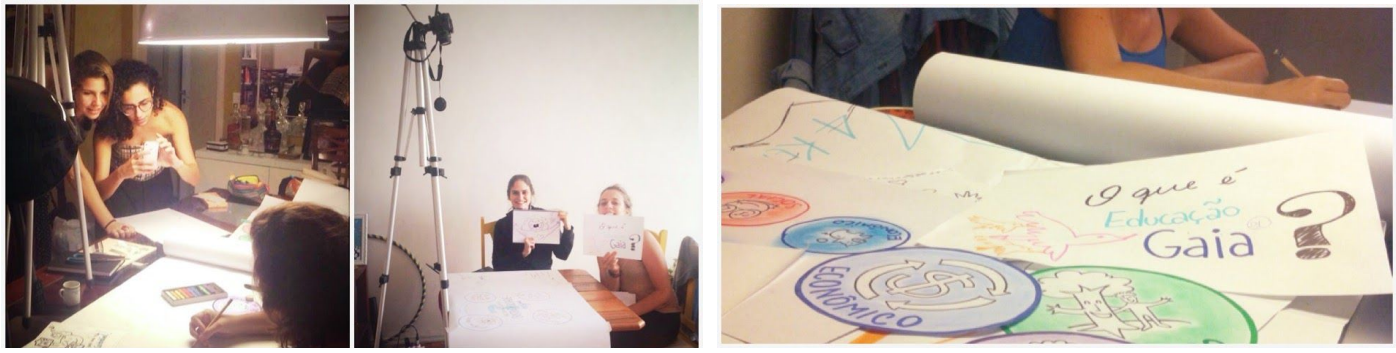
## REALIZAR

### 7. Implementar

Após a imersão, tivemos 2 semanas para deixar a campanha pronta para ser lançada. Isto foi corrido e cansativo, porém bem executado. O GT do vídeo fez toda a produção, inclusive convidando parceiros da rede do Gaia Education para participar tanto na execução (onde convidamos a facilitadora gráfica Raissa Theberge) quanto nas falas, promovendo uma aproximação como público direto gaiano (Luiza Sarmento - gaiana de 2014 - Jorge Koho Mello - monge e educador do Gaia Education - John Croft - criador do Dragon Dreaming - Henrique Katahira - gaiano de 2015). Criamos todo o material visual e textual necessários para a página do Benfeitoria e divulgação no Facebook, lançando a campanha no dia 16 de junho de 2016.

Link da campanha: https://benfeitoria.com/4keysbrasil :: Link dos vídeos dos parceiros: https://goo.gl/uZbUOV

*Meta alcançada!!!! Celebration!*




*Bastidores da vídeo produzido para campanha!*

## 8. Gerenciar e Administrar

O gerenciamento das tarefas foi feito online (planilha) e através de reuniões semanais. A atualização das tarefas na planilha foi mais frequente no início. Depois, passamos a acompanhar o andamento das atividades apenas nos atualizando de forma verbal nas reuniões.

Uma vez lançada a campanha, algumas pessoas do coletivo deixaram de ter papéis ativos e houve uma dispersão das reuniões de um modo geral. Durante as reuniões, as conversas não foram mais registradas em atas, muitas informações se perderam e em certos momentos havia uma confusão sobre o andamento do projeto. A falta de celebração com todas as participantes presentes gerou algumas desmotivações e as pessoas que estavam mais à frente do gerenciamento de mídias sentiram falta de apoio.

Em uma reunião, próximo ao fim da campanha, os desconfortos foram colocados e algumas pessoas se colocaram para apoiar com algumas tarefas da gerência de mídia e contactando mais pessoas para contribuir.

*Todo mundo com cara de sono nas reuniões de segunda...*

## 9. Monitorar o Progresso

Não foi feito um processo de criação de indicadores de desempenho no momento de desenhar estratégias. Tivemos os valores arrecadados no tempo como indicadores. Analisamos a todo o tempo a resposta das pessoas às postagens no facebook e fomos atualizando esses conteúdos de acordo com as curtidas, comentários, compartilhamentos e visualizações nos vídeos. Fizemos também o acompanhamento do valor de contribuição diário, que não estava atingindo a expectativa (arrecadação recomendada versus tempo da campanha).

Após atingir 10% da meta, fizemos uma reunião de monitoramento mais celebrativa, onde partilhamos nossas dificuldades e aprendizados na captação de contribuições, e celebramos com uma garrafa de champanhe!

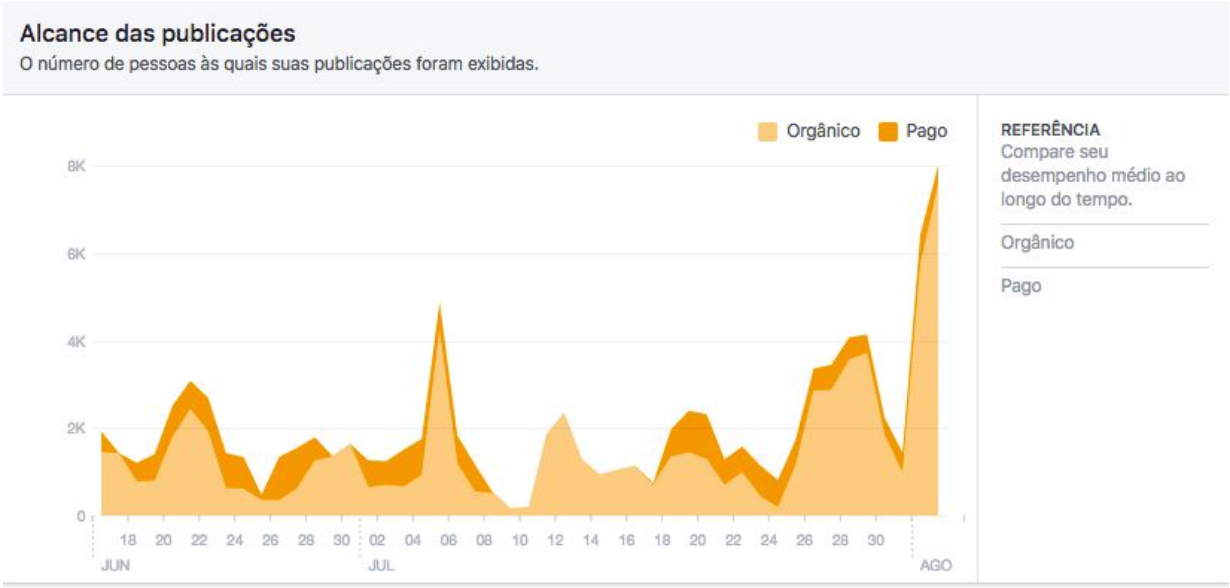
Percebemos nesse momento que seria necessário entrar em contato direto com as pessoas para pedir as contribuições (Captação Empoderada de Recursos) e que seria preciso superar o bloqueio que temos em pedir dinheiro para um projeto, para assim atingir nossa meta.

Ao fim da campanha, atingimos o valor da meta faltando poucas horas para o fim do prazo, graças a alguns apoiadores passivos que se tornaram ativos e juntaram grupos para contribuir. As últimas horas foram bem empolgantes e agitadas; estávamos em contato constante no grupo de whatsapp, fazendo atualizações dos valores e

trocando informações sobre empresas que ainda iam contribuir com valores mais altos (e que estavam em contato com a Laura di Piero da Editora Roça Nova) e amigos que podiam nos ajudar a fechar a campanha.

Foi possível perceber durante o monitoramento, o quão desgastante é fazer um financiamento coletivo com prazo e meta estabelecidos; o fato de não conseguirmos arrecadar o valor recomendado e ver pouca mobilização de apoio de pessoas relacionadas ao Gaia Education, nos gerou muitas dúvidas sobre o sucesso da campanha e cansaço pelo tempo investido e intensidade da energia investida nessa fase.

Alcançar a meta, mesmo que em cima do prazo, foi muito gratificante e trouxe muito alívio para todas; foi muito bom ver que nosso esforço não foi em vão!




*Acompanhamento do alcance das publicações feitas no Facebook*

*Curtidas, número de pessoas alcançadas e compartilhamentos nos ajudavam a direcionar o conteúdo das nossas postagens*

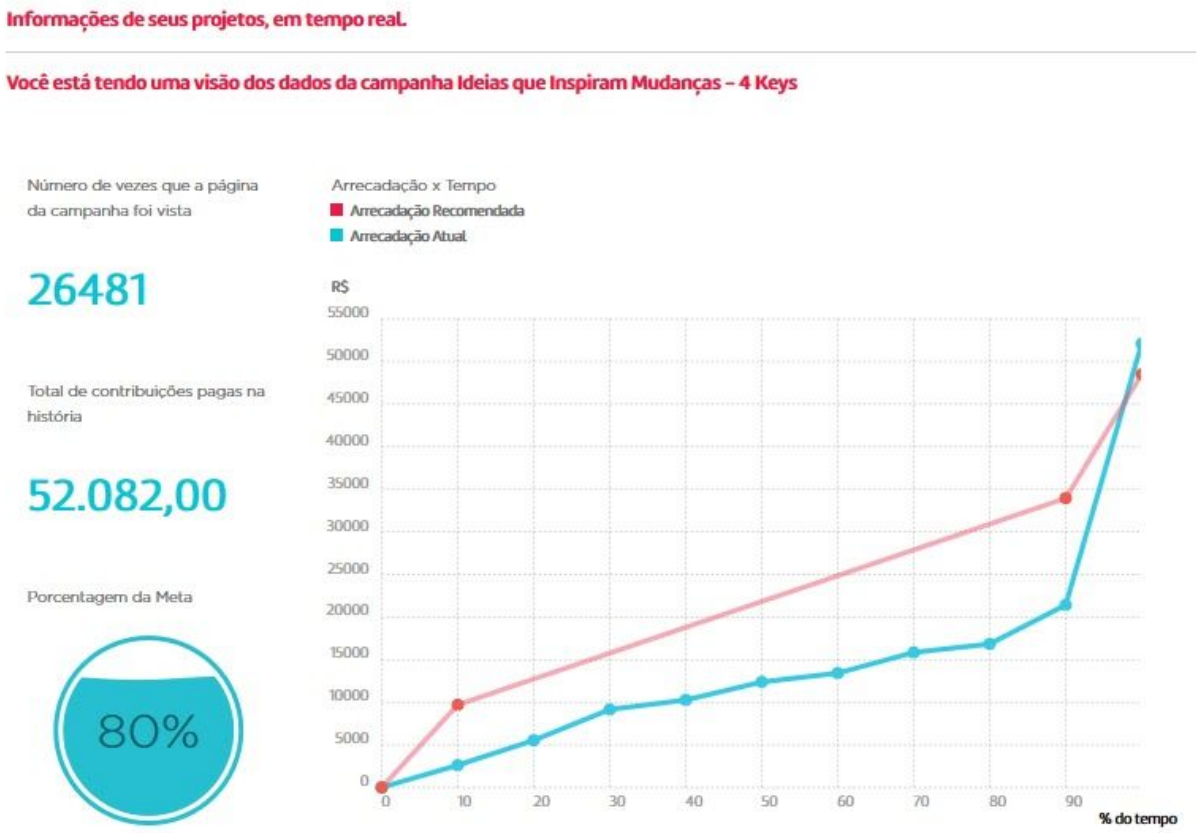



*Gráfico de arrecadação recomendada versus atual, onde a atual estava bem abaixo do desejado no decorrer da campanha. A meta foi alcançada faltando algumas horas! Ufa!*

## :: Reavaliar

Principais AHAS, pontos altos e desafios do **REALIZAR**:

Aprendizados:

- Muito importante atualizar o *Karrabirdt* junto com o grupo nas reuniões para elevar a motivação;
- Os apoiadores ativos são fundamentais em uma campanha de crowdfunding, pois ajudam a mobilizar outras pessoas e a equipe não fica tão sobrecarregada;
- Quando nem todas as participantes têm conhecimento sobre o método DD, é preciso mais dedicação e atenção às etapas;

Desafios:

- Foi um desafio motivar as pessoas da rede a contribuírem com a campanha, até mesmo pessoas que já participaram do curso do Gaia Education
- Também foi desafiador manter a motivação do grupo, o gerenciamento de tarefas atualizado e a participação nas reuniões mesmo que algumas pessoas não estivessem inseridas em tarefas
- Houve também muito desgaste emocional no processo de financiamento coletivo; quando percebemos que o valor de contribuições não estava aumentando conforme o esperado, pensamos que não iríamos conseguir atingir a meta e isso gerou um desespero no grupo. Além disso, a Editora já havia se comprometido no pagamento da tradução e produção do vídeo, e se não atingíssemos a meta, ela teria que buscar uma outra forma para pagar esses fornecedores.

O que faria diferente:

- Fazer eventos para apresentar a proposta do projeto e aplicar alguma vivência do assunto com o público, talvez gerasse mais proximidade e vontade das pessoas em contribuir.

## CELEBRAR

Tivemos 2 etapas de celebração:

Primeiro houve um almoço com todas as envolvidas na Campanha (Coletivo Nós, Editora Roça Nova e apoiadores ativos), onde celebramos e fizemos uma rodada de "QUE BOM/QUE PENA/QUE TAL?".

*Almoço de celebração!*

A segunda celebração foi uma imersão de um fim de semana apenas com o grupo do Coletivo Nós, para celebrar todo o processo de trabalho. Além de avaliações individuais e coletivas, fizemos uma linha do tempo para relembrar as etapas dos projetos, e celebramos umas às outras através de uma roda de apreciações.

*Imersão para celebrar nossa trajetória!*

### 10. Habilidades Adquiridas

A viagem de Celebração no sítio da Chica (Mariana) foi essencial para gerar um clima de confiança e amizade, onde questões que surgiram para algumas integrantes ao longo do projeto, puderam ser colocadas e acolhidas. Compartilhar como estava se sentindo ou algo que não gostou e perceber que isso estava sendo acolhido sem julgamentos mas como reflexão e aprendizado foi um dos maiores aprendizados para todas, tanto no falar quanto no ouvir. Fechamos o projeto realmente sentindo que nossas relações se estreitaram e se fortaleceram.

O conflito que surgiu entre duas integrantes do Coletivo, resultado de um descuido no momento de compartilhar incômodos, fez com que uma tivesse que enfrentar o dragão da insegurança. O descuido foi percebido logo assim que o problema surgiu e as duas souberam resolver através de uma conversa sincera e cuidadosa; a situação, que não tinha sido percebida pelo restante do grupo, foi compartilhada com todas.

Houve grande aprendizado sobre os processos colaborativos de projeto, principalmente para aquelas que não conheciam a fundo o DD; experimentamos novas ferramentas online de comunicação e gestão de conteúdo (como o Podio). E todas terminaram o projeto se sentindo mais empoderadas para realizar um novo financiamento coletivo.

Foi um grande aprendizado mobilizar as redes pessoais, principalmente de familiares e amigos que não tinham tanta proximidade com o assunto, e nos surpreenderam ao apoiar nosso projeto.

Percebemos que é preciso maior confiança em nós mesmas e nos nossos projetos, e que quando sentimos isso, podemos transmitir para os outros.

*Trecho da linha do tempo dos pontos marcantes do projeto*

## 11. Resultados Transformadores

Na página da Campanha, no site da Benfeitoria, tivemos um total de 26.482 visitas, e a página do Facebook recebeu 928 curtidas, além do alcance de até 9 mil pessoas com algumas publicações!
Cerca de 80 livros foram doados para Instituições indicadas pelos colaboradores, como bibliotecas e centros de desenvolvimentos humano e espiritual.

O apoio destas pessoas nos deu energia e motivação em muitos momentos que já havia um desgaste pela intensidade do projeto. Conseguimos também parcerias com empresas, que fizeram compras maiores ou contribuíram com itens para novas recompensas.

O mapeamento desta rede, já alcançada e mobilizada por esta campanha, vai ajudar no momento em que os próximos livros da Coleção 4 Keys forem lançados, além de ajudar a intensificar o movimento por uma vida mais consciente, sustentável e de maior cuidado com o planeta e as relações.

Todas as envolvidas no projeto (Coletivo Nós, Editora Roça Nova e apoiadores) sentiram muita gratificação ao final pela parceria que estabeleceram; parcerias para outros projetos já estão surgindo desse grupo e com outras pessoas que apoiaram a campanha, e agora estão ajudando a realizar vivências para multiplicar os conceitos do Gaia Education.

*Grande alcance de público em algumas publicações feitas no facebook!*

## 12. Discernimento com Sabedoria

O uso do Dragon Dreaming foi essencial para estabelecer uma conexão maior entre as integrantes do grupo e também com a cliente. A ferramenta de check-in e check-out (checagem de como cada um está se sentindo no início e na saída dos encontros), usada nas reuniões, passou a ser usada também pela Tainá (que ainda não conhecia o DD) em seus outros encontros com grupos de trabalho.

A maior dificuldade foi manter a motivação e o monitoramento de progresso nos momentos em que o grupo não estava junto.

Como as integrantes do grupo estavam envolvidas em outros projetos, ter um momento da semana para realizar junto (como foi feita na imersão durante o feriado) ajudaria bastante a estimular o grupo e manter as tarefas no prazo, além de fortalecer as relações.

O lançamento do livro contribuiu para difundir ainda mais os conceitos Gaia, não só através da publicação mas também com toda a mobilização gerada para que novas pessoas tivessem conhecimento sobre o assunto.

*Viva!!*

### :: Refletir / Reinventar / Reconhecer

Chegamos ao final desta jornada de muitos desafios, reconhecendo que uma Campanha de Crowdfunding é algo muito mais complexo do que se possa imaginar. As variáveis são imprevisíveis e foi preciso rever as estratégias a todo momento. A necessidade de um forte engajamento das pessoas nas tarefas junto à pressão do prazo fez com que algumas integrantes se afastassem do processo, sobrecarregando outras. Mas só é possível ter a dimensão da demanda quando o barco está andando, e cada um tem seu tempo para lidar com as dificuldades. Sentimos falta de ter uma frequência maior de reuniões presenciais para que pudéssemos nos apoiar como uma comunidade, sanar essas angústias e nos recarregarmos de energia e motivação.

Percebemos que existia uma crença no grupo de que podemos trabalhar em vários projetos colaborativos ao mesmo tempo, acreditando que exige menos tempo e dedicação de nós, porém isso se mostrou um engano e acabou gerando uma dificuldade de cumprir prazos por parte de algumas integrantes devida a grande carga de trabalho.

Além disso, não é possível calcular a quantidade de trabalho exato necessário durante uma campanha de crowdfunding: é possível que várias horas sejam investidas em divulgação e não haja o retorno esperado, já que a contribuição depende de outras pessoas. O trabalho de captação de contribuições exige uma capacidade de cativar e engajar o público, e isso exige muito investimento de energia dos realizadores.

Com certeza, após essa experiência, saímos mais fortalecidas como amigas e parceiras de trabalho e temos mais sabedoria para avaliar se é ideal ou não fazer uma campanha de financiamento coletivo para um projeto, e o quanto isso vai demandar do grupo.

**Reflexões pessoais**

**Mariana**

*"Participar deste projeto me ajudou muito a perceber a minha força e capacidade de realização; estar mais ativa que as outras durante a captação e a divulgação nas redes sociais, a fase mais exaustiva do projeto, me fez perceber o quanto eu já estava realizando e entender qual era o meu limite; foi uma grande dança com o dragão da ansiedade!*

*Depois de um tempo, consegui confiar que estávamos todas dando o nosso melhor e que saberíamos lidar juntas com o resultado, independente de qual fosse. Entender que o projeto não seria um fracasso mesmo que a campanha não atingisse a meta, e sim que ele era um processo de aprendizados, me fez perceber que eu não precisa ficar angustiada e isso foi reconfortante.*

*Apesar de estar claro para mim o quanto de energia estava sendo investida por todas, me senti sozinha na fase de divulgação; tinha muitas dúvidas e às vezes faltava criatividade por estar tanto tempo fazendo a mesma coisa. Levei um tempo para perceber que era isso que me incomodava e conseguir comunicar e pedir ajuda (em geral era só uma opinião que eu precisava); ficou claro que eu precisava pedir ajuda mais vezes, e expressar isso de forma clara."*

**Helena**

*"O processo do projeto foi de muitos aprendizados para mim, pois algumas das tarefas que nos propusemos a realizar eram uma novidade. Foi fundamental para mim ter o apoio do grupo para o desenvolvimento do projeto com a confiança e a determinação de que daríamos o nosso melhor na realização juntas.*

*A proposta inicial de trabalho se transformou em algo diferente ao longo do tempo. Nesse quesito, percebi a importância da pesquisa prévia para elaboração do orçamento e do esclarecimento da proposta do cliente com checagem para garantir o entendimento mútuo. A proposta do Dragon Dreaming prevê flexibilidade para revisão do projeto a cada etapa, mas quando se trata de um orçamento fechado com o cliente, percebi que é preciso acordar como se procederá em caso de eventual mudança no escopo do projeto.*

*Percebi também a importância de ter acordos claros no grupo, pois diminuiria tanto ruídos externos quanto internos ao longo do processo. As integrantes do grupo tinham disponibilidades diferentes para dedicação no projeto e esse ponto, ao meu ver, deveria ter sido esclarecido desde o início. Falo pela minha própria experiência, senti que precisava ser mais sincera ao analisar o que eu realmente poderia me comprometer a fazer naquele momento. A falta de clareza nesse sentido, trouxe o sentimento de culpa por não estar tão presente em alguns momentos do trabalho.*

*Pontos altos: trabalhar com as amigas e ter um espaço de partilha, o grupo passou por uma construção baseada no dragon dreaming antes do início do projeto, muito acolhimento das integrantes da equipe ao longo do trabalho, cliente receptiva e apoiadora dos processos do dragon dreaming e divisão do dinheiro com money pile.*

*Pontos a melhorar: comunicação entre as participantes do grupo e com a cliente.*

*O que eu faria diferente: maior clareza ao comunicar minha disponibilidade."*

**Ilana**

*"Esse projeto me ajudou a perceber como é profunda a ferida com o dinheiro e trabalhar no risco faz com que um projeto colaborativo seja bem desafiador. É complexo buscar o ganha-ganha a todo momento dentro de uma perspectiva de "é tudo ou nada", mas as ferramentas do Dragon Dreaming nos apoiaram muito durante esse processo e nos trouxe muito autoconhecimento para perceber as necessidades do grupo, entender os bloqueios e poder superá-los. No fim das contas, saímos ainda mais fortalecidas apesar das diversas dificuldades que surgiram. Percebi que ainda é difícil expressarmos nossos dragões e medos em coletivo e por isso muitas vezes não fazemos o que falamos ou não deixamos claro nosso papel dentro do projeto, o que acaba gerando cobranças de um lado e falta de comprometimento de outro. Ao final, ainda fizemos um money pile (uma dinâmica de divisão dos valores recebidos) para dividir nossos recursos, o que mais uma vez mexeu com essa base emocional de estrutura e possibilitou que coisas que ainda precisavam ser ditas viessem à tona. Acho que o principal ponto de sucesso desse projeto foi a nossa amizade, que foi o que nos possibilitou nos manter firmes no projeto e dispostas a celebrar até o fim!"*