

BIANCA CAETANO DA SILVA

CROWDFUNDING  
UMA ALTERNATIVA PARA O FINANCIAMENTO DE ATIVIDADES CULTURAIS

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel.

Orientadora: Prof. LUCIA MARIA BRAVO

NITERÓI  
2012

BIANCA CAETANO DA SILVA  
CROWDFUNDING  
UMA ALTERNATIVA PARA O FINANCIAMENTO DE PROJETOS CULTURAIS

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel.

Aprovada em Outubro de 2012

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Lucia Maria Bravo - Orientadora  
Universidade Federal Fluminense

---

Prof. Mestre Tetê Mattos  
Universidade Federal Fluminense

---

Prof. Luiz Carlos Mendonça  
Universidade Federal Fluminense

NITERÓI  
2012

## Agradecimentos

Aos familiares que me incentivaram durante todo o curso de graduação e continuam a incentivar em meus projetos pessoais.

Aos queridos professores que foram fundamentais nessa jornada a caminho da vida profissional. Em especial à Lucia Bravo, Tetê Mattos e Luiz Mendonça que aceitaram o convite para participar da minha banca e que são responsáveis por grandes aprendizados na minha vida acadêmica, profissional e pessoal.

Aos entrevistados, artistas e criadores de plataformas de *crowdfunding*, que colaboraram de alguma forma na realização desse trabalho final.

À Francisco Quiorato, Érika Neves, Ohana Boy, Elaine Pinto e Nataly Mega pelo incentivo constante que não me deixaram desistir ou desanimar nessa etapa.

À faculdade de psicologia que me permitiu conhecer Rafaela Andrade e Tânia Fagundes presentes em quase todos os momentos importantes da minha vida nesses últimos sete anos.

Às noites de show e às terças de celebração da vida ao som da música, ou não, que me apresentaram a algumas das pessoas mais incríveis que conheci.

Ao Cesar Lopes que, literalmente, me aturou nos momentos de crises acadêmicas e profissionais, sempre me apoiando e me estimulando a continuar.

## RESUMO

Esse trabalho apresenta um estudo sobre o *crowdfunding* ou financiamento coletivo onde pessoas físicas, através de plataformas/sites de *crowdfunding*, podem, com pequenas quantias, apoiar e financiar uma atividade cultural. Em troca do investimento são oferecidas recompensas, estipuladas pelos proponentes dos projetos, que variam de acordo com o valor dado ao projeto. Surgido recentemente no Estados Unidos, o modelo de financiamento tem crescido no Brasil onde em dois anos já possui grandes nomes como referência na área como os sites: Catarse, Movere.me, Embolacha, Queremos e Minimecenias. O documentário Eu Maior é outro exemplo da utilização do *crowdfunding*, desta vez aliada as leis de incentivo. O *crowdfunding* democratiza o processo de incentivo cultural que deixa de ser exclusivo de grandes empresas e passa para as mãos do próprio público-alvo dos projetos e que vem se firmando como uma alternativa eficaz e viável de financiamento de atividades culturais de pequeno e médio porte.

**Palavras-chave:** *crowdfunding*, financiamento cultural, incentivo fiscal, leis de incentivo, patrocínio.

## Sumário

Introdução .....	07
I. Financiamento cultural no Brasil .....	09
1.1 Um breve histórico da política cultural no Brasil e seu financiamento....	09
II. <i>Crowdfunding</i> : o que é e como funciona? .....	12
2.1 Kickstarter: a maior plataforma de <i>crowdfunding</i> do mundo .....	14
2.2 Catarse: o primeiro site brasileiro a intermediar projetos culturais e o investimento de seu público .....	15
2.3 Movere.me: mobilizando a multidão em torno de boas ideias .....	17
2.4 Embolacha: uma plataforma direcionada para o financiamento de projetos da área musical .....	18
2.5 Queremos: cariocas empolgados investem e trazem os shows de suas bandas preferidas ao Rio de Janeiro .....	19
2.6 Minimecenas: patrocine diretamente seu artista preferido .....	22
2.7 Outras plataformas de <i>crowdfunding</i> .....	23
2.8 <i>Crowdfunding</i> aliado às leis de incentivo .....	25
III. O <i>crowdfunding</i> como alternativa de financiamento de atividades culturais.....	27
Conclusão .....	32
Bibliografia.....	37



## Introdução

Esse trabalho tem como propósito trazer à discussão o tema das atuais formas de financiamento cultural no Brasil. Inicialmente, será exposto, no primeiro capítulo, um breve histórico sobre a política cultural no país e seu financiamento ao longo dos anos para podermos entender algumas questões ligadas as leis de incentivo que servirão para comparação nos capítulos seguintes.

No segundo capítulo, é apresentado o *crowdfunding*, o foco desse estudo, um novo modelo de financiamento de atividades culturais, como uma possibilidade de captação de recursos a fim de financiar projetos.

O *crowdfunding* é um modelo de financiamento coletivo onde pessoas se unem em torno de um projeto de comum interesse e, através de pequenas quantias, ajudam o a financiá-lo. Nesse modelo, os valores doados ao projeto geram uma recompensa aos apoiadores que, geralmente, envolvem o produto final do projeto custeado como um CD, DVD ou ingresso do espetáculo em questão entre outras opções.

A utilização do *crowdfunding* não se limita ao financiamento de atividades culturais e pode, também, ser usado para financiar projetos de outra natureza como ações sociais, projetos de inovação tecnológica ou filantropia entre outras. Mas este trabalho se limitará a tratar do financiamento de projetos e atividades meramente culturais.

Esse trabalho se presta a analisar esse novo formato de financiamento, avaliando os seus pontos positivos e negativos, a fim de entender qual o seu melhor uso dentro das questões de financiamento cultural.

As leis de incentivo são questionáveis e passíveis de críticas, mas ainda são o principal meio de financiamento da maioria dos projetos culturais realizados no Brasil. Por isso, nesse trabalho, não se defende o término delas. Procura-se, ao conhecer o *crowdfunding*, enxergar onde esse pode vir a complementar as formas de financiamento já existentes.

No terceiro capítulo desse trabalho, serão mostrados alguns casos bem sucedidos da utilização das duas formas de financiamento, *crowdfunding* e leis de incentivo, aliadas em prol da concretização de um projeto. Não pretendo, ao apresentar o *crowdfunding*, que este seja aceito como o modelo ideal de financiamento cultural, com o intuito de se sobrepor às leis de incentivo. Não há um embate entre os dois modelos de financiamento para se chegar a conclusão do modelo mais eficaz.

O meu interesse no tema proposto surgiu na prática profissional do produtor cultural, onde a questão do financiamento à cultura é uma questão paradoxal. Poucos sabem escrever um projeto e o caminho a percorrer para enquadrá-lo em uma lei de incentivo e como captar recursos. Enquanto isso, muitos possuem ideias e projetos que querem colocar em prática. Dessa forma, restringe-se a elaboração de projetos culturais a uma pequena parcela da população que detêm esse conhecimento quando, na verdade, esse deveria ser um meio de financiamento a fim de assegurar o exercício dos direitos culturais de todo cidadão.

O atual mecanismo de financiamento através das leis de incentivo é um processo lento, burocrático e cheio de incertezas. Foi ao procurar alternativas às leis e aos editais que me aprofundei, inicialmente pela curiosidade, na pesquisa sobre o *crowdfunding* em busca de novas formas de financiamento para os meus projetos e os de amigos e companheiros de trabalho. E foi por ver no *crowdfunding* uma possibilidade viável de financiamento que decidi dissecar o tema neste trabalho final.



## Capítulo 1: Financiamento cultural no Brasil

No Brasil, quando se fala em financiamento de atividades de cunho cultural, nos vem imediatamente como referência as leis de incentivo e os editais de patrocínio. A economia cultural brasileira se desenvolveu, quase que exclusivamente, com auxílio da participação do Estado, através de políticas públicas de incentivo financeiro.

Subsídios a artistas e instituições culturais, fundos de cultura, leis de incentivo e editais são as principais formas de financiamento, hoje, para atividades culturais. E com a falta de recursos financeiros públicos, o setor empresarial tem se firmado como agente de financiamento, beneficiado pelas leis de incentivo, sejam municipais, estaduais ou federais.

### 1.1 Um breve histórico da política cultural no Brasil e seu financiamento

Apesar das restrições durante a ditadura militar, principalmente nas questões envolvendo a cultura, foram criadas, na década de 70, as secretarias estaduais de cultura e órgãos de incentivo à cultura, como a Embrafilme<sup>1</sup> e o Concine<sup>2</sup>.

Já na década de 80, o processo de redemocratização do país, aliado à crescente potencialidade cultural brasileira e à necessidade de implantação de políticas públicas exclusivas para a área, resultou no decreto 91.144, que criava o Ministério da Cultura em 15 de Março de 1985, para fomentar e difundir a produção cultural no país. Sua missão foi definida pela Constituição de 1988, onde foi promulgada a responsabilidade do Estado de assegurar ao cidadão o acesso à cultura e o pleno exercício de seus direitos culturais, além de incentivar e valorizar a cultura no país. Era o primeiro passo no sentido do reconhecimento da importância e

---

1 Mais exatamente criada em 12 de setembro de 1969, através do decreto-lei Nº 862/69

2 Concine foi criado pelo Decreto Federal 77.299, de 16 de março de 1976,

da afirmação da autonomia da área cultural, até então tratada em conjunto com os órgãos de educação.

Foi nesse período que aconteceu uma quebra no paradigma de modelo de política cultural no Brasil e seu financiamento. Baseada em legislações semelhantes em vigor em outros países, foi criada a Lei 7505, pelo senador José Sarney. Instituída em julho de 1986, a Lei Sarney, como ficou conhecida, permitiu e regulou a participação da iniciativa privada como financiadora da cultura, mediante isenção fiscal, iniciando uma nova era para a política cultural no Brasil.

Se, até 1986, o Estado era o agente fundamental de financiamento cultural, com a instituição da Lei Sarney essa função passou para as mãos do empresariado. A lei permitia a dedução de 2% do Imposto de Renda de pessoas jurídicas e de 10% de dedução do Imposto de Renda a pagar e, ainda, a transação direta do patrocínio entre empresas e produtores culturais sem a apresentação prévia de um projeto para aprovação pelo Ministério da Cultura.

A Lei Sarney perdurou até março de 1990, quando foi revogada pelo novo presidente Fernando Collor. Junto a essa decisão, foi tomada uma série de medidas que reduziu, de forma radical, os órgãos culturais no Brasil.

Por meio da Lei 8.028 de 12 de abril, o Ministério da Cultura foi transformado em Secretaria da Cultura, diretamente vinculada à Presidência da República, enquanto a Embrafilme, a Fundação Nacional de Artes Cênicas (fundacen), a Fundação do Cinema Brasileiro (FCB), a Fundação Nacional Pró Leitura, o Conselho Federal de Cultura e o Conselho Consultivo da Secretária do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Sphan) foram fechados. Ainda nesse período, os gastos públicos destinados a cultura foram reduzidos em 35% (cerca de R\$ 70 milhões). Com o fim dos diversos órgãos culturais e a redução da verba, direcionada ao setor cultural, todos os projetos, leis e financiamentos ficaram comprometidos e acabaram por serem abandonados.

Em seguida à revogação da Lei Sarney, o Município de São Paulo instituiu, em dezembro de 1990, uma legislação semelhante, com incentivos que eram compensados com tributos municipais como ISS e IPTU, a Lei Mendonça.

No ano seguinte, o presidente Fernando Collor e o segundo titular da Secretaria da Cultura no seu governo, Sérgio Paulo Rouanet, instituíram uma nova lei federal de incentivos fiscais para a cultura, a Lei 8.313, que ficou conhecida como Lei Rouanet. A aplicação dessa Lei, no entanto, só foi regulamentada em 1995, já no Governo de Fernando Henrique Cardoso, tendo como titular do Ministério da Cultura o sociólogo Francisco Weffort.

Ainda durante o governo Collor, Sérgio Paulo Rouanet instituiu o Fundo de Investimento Cultural e Artístico e restabeleceu o Fundo Nacional de Cultura, antigo Fundo de Promoção Cultural.

Com a entrada de Itamar Franco, em 1992, foi recriado o Ministério da Cultura e, em 1993, foi promulgada a Lei do Audiovisual<sup>3</sup> (Lei n. 8.656, de 20 de Julho de 1993) e o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) e a Fundação de Arte (FUNARTE). E em 1994, o Ministério da Cultura passou a contemplar as Secretarias: do Livro e a Leitura, do Patrimônio, Museus e Artes Plásticas, da Música e Artes Cênicas, e do Audiovisual além de congregar o Conselho Nacional de Política Cultural, Comissão Nacional de Incentivo à Cultura e a Comissão de Cinema; o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), a Fundação Nacional de Arte (FUNARTE), a Fundação Casa Rui Barbos, a Fundação Cultural Palmares e a Fundação Biblioteca Nacional.

Com a gestão de Fernando Henrique Cardoso, a partir de 1995, houve um aumento dos investimentos federais à cultura, mas quem se consolidou, no período, foi a, cada vez maior, participação do empresariado no financiamento cultural graças a algumas mudanças sofridas pela Lei Rouanet que aumentou o percentual de dedução de 2% para 5 % para pessoas jurídicas.

No primeiro mandato do ministro da cultura Gilberto Gil (2003-2006), ocorreram algumas mudanças na regulamentação da Lei Rouanet, dentre elas, a mais significativa foi inserção de editais públicos para acesso aos benefícios de incentivo com o intuito de favorecer uma maior democratização e descentralização regional dos recursos investidos nos projetos culturais.

---

3 Similar a Rouanet, mas que, ainda, permite ao patrocinador receber parte dos lucros obtidos com a exibição da obra audiovisual, caso venha a dar lucros, mas sem ter prejuízos, caso fracasse.

## Capítulo 2: *Crowdfunding*: o que é e como funciona?

O termo *crowdfunding*, que em português pode ser traduzido como financiamento coletivo ou financiamento colaborativo, é um novo conceito para uma antiga prática: unir pessoas em prol de um projeto para viabilizá-lo financeiramente. Não há um consenso sobre a criação do termo, sendo que tal concebimento é atribuído majoritariamente ao empresário americano Michael Sullivan<sup>4</sup>, apoiador de projetos desse tipo, devido a um discurso em 2006. Embora o termo seja recente, seu real significado tem sido utilizado há décadas através da arrecadação de fundos para filantropia – como a doação de dinheiro para regiões atingidas por tragédias naturais ou para assegurar direitos básicos a determinados grupos – ou através de “vaquinhas”<sup>5</sup>.

O *crowdfunding* é uma ação coletiva realizada por pessoas e empresas, geralmente via internet, para apoiar financeiramente projetos e atividades culturais ou de outra natureza. Pessoas, físicas ou jurídicas, que acreditam em um determinado empreendimento podem dar suporte financeiro através de contribuições, que variam de valor, e tornam-se patrocinadoras essenciais para a realização do projeto. Constitui-se assim uma forma de micro-financiamento coletivo a atividades das mais diversas origens e que, na maioria dos casos, dificilmente receberia recursos financeiros de outra fonte.

Com a internet, o financiamento coletivo criou novas possibilidades e outros fins para o *crowdfunding*, além de um maior alcance. Um dos usos pioneiros dessa forma de financiamento foi na realização de projetos culturais.

Em 2009, Stuart Mudoch, vocalista da banda *Belle and Sebastian* lançou um álbum solo. O trabalho, uma espécie de ópera-indie-rock, seria a trilha sonora de um

---

4 Citação de Michael Sullivan em 12 de Agosto de 2006 que sugere ser a primeira citação do termo *crowdfunding*: "*Many things are important factors, but funding from the 'crowd' is the base of which all else depends on and is built on. So, crowdfunding is an accurate term to help me explain this core element of fundavlog.*"

5 Método onde varias pessoas dão um pouco de dinheiro para financiar a compra de alguma coisa em conjunto.

filme que o músico planejava realizar. Para alcançar o seu objetivo, o músico buscou financiamento via *crowdfunding*, mobilizando os fãs de sua banda, para que seu projeto saísse do papel<sup>6</sup>. Antes disso, em 1997 a banda britânica *Marillion* já se utilizava de financiamento por parte de seus fãs para produzir álbuns e viabilizar turnês<sup>7</sup>. Mas não é apenas na área musical que o novo formato é bem sucedido. A seleção oficial do Sundance Film Festival de 2012, considerado o maior evento de cinema independente dos EUA, selecionou para suas mostras 17 projetos financiados através do *crowdfunding*, pelo plataforma Kickstarter, e destes, três ganharam prêmios no festival<sup>8</sup>. Esses são apenas algumas, dos muitos, exemplos de casos bem sucedidos da utilização do financiamento coletivo em atividades culturais.

A grande diferença dos projetos que buscam financiamento através de *crowdfunding* é a existência de uma troca de valor<sup>9</sup>. Comum a maioria das iniciativas de *crowdfunding*, a concessão de recompensas proporcionais ao valor do incentivo concedido é a forma dos autores dos projetos retribuírem o patrocínio. Na maioria das plataformas de financiamento, a contrapartida geralmente é o próprio produto que busca patrocínio (CD, DVD, livro etc.) ou ingresso no caso de eventos como show, peça ou exposição. A ideia é simples: através de *crowdfunding*, o interessado na concretização de um projeto pode apoiar financeiramente o mesmo, garantindo sua realização, além de se beneficiar com o produto final ou outras recompensas.

A propriedade intelectual dos projetos inscritos em uma plataforma de *crowdfunding* permanece com os seus criadores e o pagamento pelo serviço das plataformas é retirado, apenas caso o projeto tenha sucesso, de um pequeno percentual do valor arrecadado, sendo que essa porcentagem varia de acordo com o site. Por isso, é recomendado, pela plataforma, que seus proponentes incluam as

---

6 Projeto apresentado na plataforma Kickstarter:  
<http://www.kickstarter.com/projects/godhelpthegirl/god-help-the-girl-musical-film?ref=live>

7 Matéria acessada em 20 de Novembro de 2012: <http://www.music4point5.com/blog/the-marillion-story-and-what-we-can-all-learn-from-it/>

8 Matéria acessada em 03 de Outubro de 2012:  
<http://www.culturaemercado.com.br/crowdfunding/filmes-financiados-via-crowdfunding-vencem-festival-de-sundance/>

9 Troca de valor, aqui, é o termo utilizado por algumas plataformas de *crowdfunding* para se referir as recompensas dadas aos apoiadores em troca das contribuições.

taxas, de serviço da plataforma e de tarifas bancárias, no valor total solicitado para a viabilização da atividade.

Nas plataformas de *crowdfunding*, os projetos em busca de financiamento são cadastrados pelos seus autores e passam por alguns critérios de seleção que variam de acordo com o perfil de cada plataforma. Se aprovados, os projetos são apresentados no *site* pelos seus criadores através de um *release* e/ou vídeo para seus possíveis apoiadores. Cada projeto estipula o valor total que deve ser alcançado para a ideia sair do papel e as recompensas que serão oferecidas para cada faixa de incentivo recebido.

O autor de cada projeto determina um período, dentro dos prazos permitidos por cada plataforma, para que o projeto consiga receber todo o valor solicitado. Caso o valor arrecadado até o final do período determinado não seja suficiente para a realização do projeto o procedimento padrão é devolver a contribuição aos seus apoiadores.

As plataformas não finalizam a captação do financiamento no momento em que o valor estipulado é atingido, permitindo, assim, que se arrecade um valor superior ao solicitado desde que este ainda esteja dentro do prazo estipulado pelo criador do projeto.

## 2.1 Kickstarter: a maior plataforma de *crowdfunding* do mundo

Embora não seja a primeira plataforma de *crowdfunding*<sup>10</sup>, o *site* americano *Kickstarter* (<http://www.kickstarter.com/>) é a grande referência na área servindo de inspiração para plataformas de outros países, inclusive no Brasil. O *Kickstarter* iniciou suas atividades com o foco em projetos artísticos, mas logo se transformou também em uma incubadora de empreendedorismo e inovação. Fundado por Yancey Strickler, Charles Adler e Perry Chen em Abril de 2009, o *site* é considerado, hoje, a maior plataforma de *crowdfunding* do mundo.

---

10 O *site* ArtistShare lançado em 2000 é considerado o precursor no modelo de financiamento coletivo: <http://www.artistshare.com/v4/>

O *Kickstarter* recebe projetos criativos e, depois de uma análise, é definido se o mesmo será ou não adicionado a relação de projetos que buscam financiamento através do site. Os projetos aprovados estipulam o valor necessário para serem realizados e o prazo para a arrecadação do montante, que pode ser de até 3 meses. A plataforma recolhe 5% do valor arrecadado como pagamento pelo serviço. As taxas de transações financeiras são de responsabilidade dos criadores de cada projeto.

Em dois anos de existência, o *site* já arrecadou 40 milhões de dólares através de 7.496 projetos que saíram do papel, ou seja, 43% dos projetos que já foram divulgados no site. Só no mês de março de 2011, o *Kickstarter* divulgou em sua plataforma 2.000 novos projetos a procura de financiamento, um número que vem crescendo a cada mês<sup>11</sup>.

Em novembro de 2010, o *Kickstarter* teve o projeto com a maior arrecadação recebida. O projeto de pulseiras que transforma o *Ipod Nano* em relógio de pulso recebeu \$ 918 mil dólares, quase três vezes mais que o valor inicial pedido por seus criadores.

A iniciativa que surgiu nos Estados Unidos ganhou adeptos no Brasil e vem se expandindo com grande velocidade. As plataformas que mais vem se destacando no Brasil são: o Catarse, o Movere.me, o Embolacha, o Queremos e o Mini Mecenaz, seja por serem pioneiras e conseguirem arrecadar grandes montantes para financiar projetos ou terem um grande percentual de projetos financiados, seja pela sua diferenciação diante das demais plataformas de *crowdfunding*.

## 2.2 Catarse: o primeiro *site* brasileiro a intermediar projetos culturais e o investimento de seu público

O maior *site* de *crowdfunding* no Brasil em atividade é o Catarse ([www.catarse.me](http://www.catarse.me)), o primeiro a surgir no país, em Janeiro de 2011. Criado pelos

---

<sup>11</sup> Dados encontrados em: <http://www.kickstarter.com/blog/happy-birthday-kickstarter> Acesso em 18 de Novembro de 2011.

estudantes de administração de empresas Diego Reeberg e Luís Ribeiro em parceria com a empresa de tecnologia Softa, o site tem como foco ajudar a viabilizar projetos artísticos e criativos em áreas como: Cinema, Teatro, Circo, Dança, Música, Literatura, Arquitetura e Urbanismo, Culinária, Design, Moda, Tecnologia, Jogos, Quadrinhos, Jornalismo entre outros.

O site americano *Kickstarter* é a grande inspiração do Catarse, que se localiza em São Paulo e conta com a Softa, uma empresa de softwares de Porto Alegre, como sócia. Na plataforma brasileira, os apoios financeiros começam a partir de R\$ 10,00 e a taxa cobrada aos projetos bem-sucedidos é de 7,5%. Os custos com transação financeira das contribuições do projeto são arcados pelo criador do mesmo e não pela plataforma.

O primeiro financiamento coletivo através do site Catarse foi a Rabiscaria, loja virtual de Goiânia que une designers, artistas plásticos e ilustradores na criação de produtos personalizados em diversos formatos desde adesivos e camisetas até itens de utilidade doméstica. No início de março de 2011, depois de 45 dias de arrecadação, o projeto captou 103% do valor necessário, R\$ 22.500 reais, para a produção da primeira coleção criada por artistas convidados.

Com base em dados de Outubro de 2011, o Catarse recebeu, até essa data, cerca de 10 propostas de novos projetos por dia e arrecadou cerca de R\$ 600 mil reais, totalizando 77 projetos financiados<sup>12</sup>. Se compararmos esses dados aos atuais, veremos o quanto a plataforma cresceu em um ano e como o financiamento coletivo tem se ampliado no Brasil. Até Outubro de 2012, o Catarse arrecadou R\$ 4.441.327, entre os projetos bem sucedidos ou não, e ajudou a realizar 331 projetos através do financiamento coletivo de quase 42.000 pessoas<sup>13</sup>.

O projeto com o maior valor arrecadado pela plataforma, até o momento, foi para a finalização e lançamento na internet do documentário Belo Monte – Anúncio de Uma Guerra que solicitou R\$ 114.000 reais e conseguiu arrecadar, através de

---

12 Dados retirados da matéria em: [http://www.brasileconomico.com.br/noticias/sites-de-financiamento-coletivo-buscam-formas-de-ampliar-receita\\_107624.html](http://www.brasileconomico.com.br/noticias/sites-de-financiamento-coletivo-buscam-formas-de-ampliar-receita_107624.html) Acesso em 07 de Novembro de 2011.

13 Dados encontrados na página principal do site: <http://catarse.me/pt/>



3429 financiadores, a quantia de R\$ 140.010 reais<sup>14</sup>. Através de uma rede de apoiadores mobilizados e engajados o projeto alcançou uma grande visibilidade na mídia e espera, agora, poder entrar em cartaz em circuito nacional com o apoio de outros investidores e interessados na luta contra a construção da usina hidrelétrica em Belo Monte, que causará um grande impacto ambiental, social e cultural na região.

### 2.3 Movere.me: mobilizando a multidão em torno de boas ideias

Localizada no Rio de Janeiro, o Movere.me ([www.movere.me](http://www.movere.me)) é a reunião de quatro amigos que se encontraram em uma empresa de tecnologia: Bernardo Tausz, Bruno Pereira, Enzo Motta e Vanessa Oliveira. A ideia de criar a plataforma surgiu no final de 2009 e só foi posta em prática no início de 2011.

O Movere.me cobra uma taxa de 5% do valor arrecadado e foca na questão da mudança da tomada de decisão, das mãos do empresariado para o público, para incentivar o financiamento dos projetos apresentados pela plataforma, instigando, cada vez mais, uma participação ativa do público e mostrando que o processo de financiamento vai além de uma questão meramente econômica, se firmando como um ato social onde a multidão decide em que investir e no que desfrutar na área cultural.

“Nós acreditamos na produção independente e na mobilização para realizá-la. E apostamos em pessoas determinadas que correm atrás de sonhos.”<sup>15</sup>

Atualmente, o Movere.me é uma empresa incubada pelo Rio Criativo – Primeira Incubadora de Economia Criativa da América Latina (parceria do Governo

---

14 Projeto com financiamento finalizado no dia 21 de dezembro de 2011:  
<http://catarse.me/pt/projects/459-belo-monte-anuncio-de-uma-guerra>

15 Descrição do movere.me em seu site: [www.movere.me](http://www.movere.me) Acesso em 13 de Março de 2012

do Estado do Rio de Janeiro com a *PUC-Rio - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro*).

A plataforma conta, no momento, com 40 projetos ativos, sendo que já movimentou R\$ 200 mil, metade em projetos aprovados, R\$ 50 mil em projetos que ainda estão dentro do prazo para financiamento e o restante foi estornado porque os projetos não conseguiram arrecadar o valor almejado<sup>16</sup>.

#### 2.4 Embolacha: uma plataforma direcionada para o financiamento de projetos da área musical

O Embolacha ([www.embolacha.com.br](http://www.embolacha.com.br)) é uma plataforma de *crowdfunding* com foco em uma área específica da produção artística: a música. Dentro desse campo é possível inscrever no site projetos para financiamento de gravação de CD, DVD musical, produção de shows e festivais, ou seja, tudo que de alguma forma esteja relacionado a atividades musicais.

“A Embolacha acredita em um conceito muito simples: grupos de pessoas colaborando com pequenas quantias podem juntar dinheiro suficiente para transformar qualquer ideia em realidade.

Essa é uma ferramenta de financiamento colaborativo que abre espaço para uma nova relação entre artistas e público. Com ela o artista faz seus projetos em música através da contribuição direta do público. Para o público é a chance de participar ativamente, decidir quais ideias terão sucesso e receber recompensas criativas e exclusivas, que só quem ajudou vai ter acesso.

Juntas, pessoas diferentes podem reinventar o cenário musical, compartilhar experiências únicas e ir cada vez mais longe. Comece agora!”<sup>17</sup>

---

16 Dados retirados da matéria em: [http://www.brasileconomico.com.br/noticias/sites-de-financiamento-coletivo-buscam-formas-de-ampliar-receita\\_107624.html](http://www.brasileconomico.com.br/noticias/sites-de-financiamento-coletivo-buscam-formas-de-ampliar-receita_107624.html) Acesso em 07 de Novembro de 2011.

17 Descrição retirada do site: <http://www.embolacha.com.br/o-que-e/> Acesso em 21 de Outubro de 2012.

A plataforma foi criada pela empresa Bolacha Discos, que agencia e distribui música, tendo iniciado suas atividades em Maio de 2011. A plataforma foi idealizada a partir da dificuldade financeira de colocar em prática os próprios projetos da empresa e de seus artistas. Os empreendimentos possuem prazos de arrecadação de 30 a 60 dias, e a taxa cobrada pela plataforma é de 15%, superior às demais plataformas, mas os custos com transações financeiras ficam a cargo do Embolacha. Até o momento, metade dos projetos apresentados na plataforma e que tiveram o seu tempo esgotado garantiram a realização de seus projetos com um montante superior ao solicitado.

O primeiro projeto bem sucedido do Embolacha foi a realização da 12ª edição do Festival Móveis Convida em Brasília, em 2011, com a arrecadação de R\$ 30 mil reais<sup>18</sup>. Produzido pela Banda Móveis Coloniais de Acaju, em sua cidade natal, o festival une apresentações de bandas locais, nacionais e internacionais em pequenos e grandes palcos além de contribuir com a formação e capacitação dos interessados na área musical com palestras, oficinas e rodadas de discussão sobre a cadeia produtiva da música.

2.5: Queremos: cariocas empolgados investem e trazem os shows de suas bandas preferidas ao Rio de Janeiro

O Queremos ([www.queremos.com.br](http://www.queremos.com.br)) foi criado por um grupo de seis amigos cariocas com o objetivo de unir fãs em prol da vontade de levar à cidade do Rio de Janeiro shows de seus artistas preferidos. A ideia surgiu de uma constatação observada pelos seus criadores Bruno Natal, Tiago Lins, Felipe Continentino, Pedro Seiler, Pedro Garcia e Lucas Bori: diversos shows internacionais aconteciam em outras cidades do Brasil sem passar pela cidade do Rio de Janeiro, uma das principais do país. A partir dessa demanda foi desenvolvido um formato inédito de financiamento de atividades culturais tendo o *crowdfunding* como base ideológica:

---

18 Página do projeto: <http://www.embolacha.com.br/projeto/55-festival-moveis-convida-2011>

dividir entre uma parcela do público o valor necessário para produção do evento (cachê do artista, passagens aéreas, alimentação e transporte) garantindo a sua realização e a possibilidade de reembolso para esses primeiros investidores, posteriormente, com a venda de ingressos não reembolsáveis e de acordo com a arrecadação da bilheteria.

“Identificada a possibilidade da realização de um evento, levantamos os custos de produção. Sabendo desse valor, dividimos o total em quantas unidades forem necessárias para se tornar viável a compra por um fã (no Miike Snow foram 100 unidades de R\$ 200, no Belle & Sebastian e no Two Door Cinema Club, 280). Chamamos essas unidades de ingresso-reembolsável. Com o valor mínimo necessário assegurado, o evento é confirmado e inicia-se a venda de ingressos normais para o público. Todos que compraram o ingresso-reembolsável tem direito a um reembolso proporcional a venda de ingressos regulares, podendo ir de zero até ao valor integral.”<sup>19</sup>

No Queremos os fãs-investidores, também denominado pelo *site* como “cariocas empolgados”, compram cotas, geralmente no valor de R\$ 200 reais, que lhe dá direito a um ingresso-reembolsável para o show. É colocada à venda uma quantidade de cotas para viabilizar o show em um período aproximadamente de uma semana. Se todo o valor necessário for arrecadado no período determinado, o show está garantido.

Nesta plataforma, os apoiadores têm a chance de receber o dinheiro investido de volta, mesmo se a meta for alcançada, caso um determinado número de entradas seja vendido após a confirmação do show. Se for vendido um número superior de entradas necessárias para o reembolso integral dos “cariocas empolgados”, o lucro paga os produtores da ação, ou seja, os seis integrantes do grupo Queremos.

Empresas também podem participar comprando cotas que lhes dão o direito a ingressos, que não são reembolsáveis, e, como retribuição, a imagem da marca é divulgada pela plataforma nos cartazes e banners do show, além de serem exibidas no site do Queremos, na página e no mosaico do evento patrocinado.

O mosaico é um mural que reúne a foto de todas as pessoas físicas que compraram uma cota para viabilizar o show assim como a logo das empresas, em caso de compra de cotas por pessoas jurídicas. Vale ressaltar que a participação de

---

19 Retirado de: <http://queremos.com.br/sobre> Acesso em 20 de Novembro de 2011

empresas na campanha auxilia as pessoas físicas que participaram do investimento inicial pois assim diminui o número da venda de ingressos necessários para o reembolso dos “cariocas empolgados”.

Até hoje, o Queremos conseguiu financiar todos os shows que divulgou em seu site, ou seja, viabilizaram trinta e dois shows internacionais e um nacional além de um festival de duas noites – com quatro bandas internacionais e três nacionais – na cidade do Rio de Janeiro, utilizando esse formato de *crowdfunding*. Mais três shows internacionais e um nacional já foram financiados através da plataforma e serão realizados até dezembro desse ano.

No segundo semestre de 2012, o Queremos ampliou a sua área de atuação e realizou, em setembro, sua primeira ação internacional: o show do grupo canadense Badbadnotgood na cidade de São Francisco na Califórnia, Estados Unidos, onde a banda nunca havia tocado antes. Lá, os fãs-investidores que financiaram o show foram chamados de *superfans*. Essa foi a primeira investida do grupo carioca fora do Rio de Janeiro. A iniciativa, bem-sucedida e muito bem aceita, deve ser a precursora de outras ações fora do Brasil muito em breve.

Outra ampliação do Queremos, no segundo semestre de 2012, foi a criação de ações para artistas nacionais tocarem em outras cidades além do Rio de Janeiro. O primeiro caso bem sucedido foi o show do músico Cícero, em Porto Alegre, que atingiu a meta para a sua realização e que acontecerá no dia 11 de Novembro deste ano. Outra ação neste modelo está em aberto e esperando o financiamento, o show do músico Silva, em Belo Horizonte, no dia 07 de Dezembro deste ano.

No momento, o Queremos está testando outras formas de viabilizar os shows, ainda dentro do *crowdfunding* viabilizado pelos fãs, com o aumento do número de ingressos-reembolsáveis, tornando-os mais baratos para os cariocas empolgados e tornando o investimento mais arriscado, para os fãs, com o fim do reembolso parcial. A inclusão da venda de ingressos não-reembolsáveis no valor de meia-entrada destinados a estudantes é outra novidade da plataforma. Todas são ações em teste e que serão, ou não, perpetuadas conforme a receptividade dos fãs-investidores.

## 2.6 Minimecenas: patrocine diretamente seu artista preferido

“É cada vez maior o público que busca qualidade e originalidade na música, nas artes plásticas, na literatura. Se antes a platéia se contentava em consumir o que lhe era apresentado na TV, no rádio e nas livrarias da sua cidade, agora, com o avanço da internet, novos talentos são descobertos e valorizados em todo o mundo, o tempo todo. Cada vez mais, quem descobre e escolhe os artistas que serão destaque é o próprio público. É só observar o espaço que artistas independentes, principalmente na música, ganharam no mercado, muitos usando apenas a internet como ferramenta de divulgação.

E por que não fortalecer algo que já é tendência mundial e dar cada vez mais poder a esse público crescente, que tem visão crítica o suficiente para escolher o que consumir ou não em arte? Por que não dar a oportunidade ao próprio público de identificar, valorizar e investir em novos talentos, contribuindo para que a produção artística de um país e do mundo cresça em qualidade e diversidade? É com o propósito de, por um lado, revelar novos e promissores talentos e, por outro, dar mais liberdade de escolha a quem consome arte, que estamos lançando o projeto **Minimecenas**.<sup>20</sup>

O site Minimecenas (<http://www.minimecenas.com.br/>), lançado em setembro de 2011, idealizado pela cantora e compositora pernambucana Lulina, utiliza o *crowdfunding* para possibilitar a “adoção” de artistas ao invés dos apoiadores se unirem em um projeto específico como a gravação de um CD ou DVD, a produção de uma turnê ou a gravação do videoclipe de uma faixa.

O nome da plataforma é inspirada na figura do mecenas<sup>21</sup>, poderosos intelectuais que forneciam um incentivo financeiro para artistas produzirem sua arte sem se preocupar com dinheiro, ação comum no Renascimento do século XIII ao século XVII.

O conceito da plataforma é viabilizar a produção de artistas independentes através da mobilização de seus próprios fãs e possíveis marcas patrocinadoras. Ou seja, qualquer pessoa física pode se tornar patrocinador de um artista contribuindo com uma quantia fixa todos os meses ao longo de, pelo menos, um ano. Em troca, são oferecidas recompensas, como faixas inéditas para *download*, *pocket shows online*, ingressos para apresentações entre outros privilégios.

---

20 Retirado de: [http://www.minimecenas.com.br/conheca\\_projeto.asp](http://www.minimecenas.com.br/conheca_projeto.asp) Acesso em 16 de Setembro de 2012

21 O termo deriva do nome de Caio Mecenas (68 a.C. - 8 a.C.), um influente conselheiro de Otávio Augusto que formou um círculo de intelectuais e poetas, sustentando sua produção artística.

As contribuições de pessoas físicas podem começar no valor de R\$ 5,00 por mês, enquanto as cotas para empresas que queiram investir em um artista, são de, no mínimo, R\$ 500,00 reais por mês. Quem investir até R\$ 499,00 por mês, seja apenas em um artista ou em diversos artistas, é denominado pelo *site* como Minimecenas, enquanto apoiadores responsáveis por doações acima de R\$ 500,00 são denominados Maximecenas.

Inicialmente, o catálogo de artistas em busca de “adoção” abrange as áreas de música, fotografia, literatura e artes plásticas. Mas a plataforma já tem interesse de ampliar o seu catálogo com artistas de outras áreas da produção cultural.

De acordo com o site, os artistas convidados para inaugurar a plataforma podem convidar dois novos artistas e assim ocorre sucessivamente com os novos talentos que foram entrando no catálogo. A proposta do *site* é poder apresentar ao público-investidor 20 novos artistas por mês.

Os músicos Arnaldo Baptista, Bárbara Eugênia, Blubell e Pélico, as bandas Bazar Pamplona e Bonifrate, o fotógrafo Tuca Vieira, o escritor Alexandre Soares Silva, e o espaço cultural Casa do Mancha, localizado na cidade de São Paulo, fazem parte do catálogo de artistas e espaços culturais da plataforma em busca de patrocínio.

## 2.7 Outras plataformas de *crowdfunding*

Com o sucesso das plataformas de *crowdfunding* novos sites estão sendo criados e, cada vez mais, com um diferencial ou direcionado a alguma atividade cultural. Segue abaixo algumas dessas plataformas mais recentes e que merecem destaque ao se comunicar diretamente com um público específico.

O Mobilize (<http://www.facebook.com/mobilizecf>) é a primeira plataforma de *crowdfunding* no Brasil diretamente no facebook. Todas as ações, desde a inscrição de um projeto até o financiamento, são realizadas dentro da rede social, sendo necessária apenas a instalação de um aplicativo.

O conceito dessa plataforma é que buscar um financiamento dentro da rede é mais eficaz já que os apoiadores confiam mais em recomendações de amigos do que em uma propaganda e dessa forma fica mais fácil mobilizar as pessoas em torno de um projeto já dentro da maior rede social do mundo, o Facebook.

Um outro diferencial do Mobilize é não precisar esperar a aprovação do seu projeto pelas plataformas, além do fato do dinheiro investido no projeto ir diretamente para a conta do proponente, enquanto nos outros *sites* é preciso terminar o prazo de arrecadação para o valor ser repassado.

O Gambitious (<http://gambitious.com/>) é uma plataforma direcionada a projetos de criação de videogames, em atuação no território europeu, onde o diferencial está no fato de que os contribuintes de um projeto bem sucedido podem receber dividendos com base no valor investido. A plataforma está aguardando uma legislação que permita essa atividade para ampliar o seu mercado e se firmar nos Estados Unidos e, no futuro, em outros países.

A criação de plataformas que recompensem os apoiadores de determinado projeto com os lucros do mesmo, assim como o Gambitious, é um novo caminho a se trilhar dentro do *crowdfunding*, mas que encontra barreira, por enquanto, em questões jurídicas.

Ativa Aí (<http://ativaai.com.br>) e o PlayBook (<http://www.playbook.com.br/>) são plataformas similares ao modelo do Queremos, nas quais o objetivo é dividir os custos da produção de um show por um determinado número de fãs-investidores com direito a recompensas que vão do ingresso ao show até visita ao camarim entre outras ações. No caso do Ativa aí, a área de atuação é maior, não se restringindo aos shows e buscando, também, financiar peças e eventos em geral.

O Bora Trazer (<http://boratrazer.com.br/>) também tem um mecanismo semelhante ao Queremos e seu foco é financiar a apresentação de DJ's. A diferença está no início do processo onde o site disponibiliza duas opções de DJ's para a escolha do público. Quando acabar o prazo para a votação e o DJ's mais votado for escolhido é que se apresenta a ação para financiamento, dando ao público, mais uma forma de participação.



A plataforma, a primeira dedicada exclusivamente à música eletrônica, procura o financiamento de pessoas físicas e de empresas que podem apoiar o evento de quatro formas: adquirindo 25% ou 50% dos ingressos reembolsáveis, tendo os mesmos direitos aos ingressos físicos, mas sem o reembolso; custeando a manutenção do site BoraTrazer; custeando parte do orçamento do evento que não estará incluída no valor dos ingressos reembolsáveis; e, no caso de uma empresa do ramo hoteleiro, com o oferecimento de permuta para os artistas internacionais contratados.

## 2.8 *Crowdfunding* aliado às leis de incentivo

Há ainda uma outra forma de utilização do *crowdfunding* no Brasil, ainda pouco difundida, aliada às leis de incentivo para a realização de um projeto.

O documentário Eu Maior (<http://www.eumaior.com.br/>), ainda em fase de captação, é um filme sobre autoconhecimento e felicidade, e um dos exemplos dessa nova utilização do *crowdfunding*. No início de 2010, antes do surgimento das plataformas de *crowdfunding* no Brasil, a produtora do filme, a Catalizadora Audiovisual, criou um *site* exclusivo para atrair os apoiadores.

O longa, em busca de financiamento, se utiliza do *crowdfunding* agregando um mecanismo pouco convencional, dentro das leis de incentivo, para os padrões de financiamento público no Brasil. Enquadrado na Lei do Audiovisual, o documentário, além da procura por patrocínio de pessoas jurídicas, está em busca de investimentos de pessoas físicas que também podem se beneficiar com a renúncia fiscal. Conforme a Lei do Audiovisual, o patrocinador pode ter o Imposto de Renda restituído em até 6%.

O filme, além de buscar captação, através dessa iniciativa, estimula o financiamento coletivo de pessoas físicas através da própria lei de incentivo com direito a isenção fiscal, mas também com as recompensas comuns nas plataformas de *crowdfunding*.

Eu Maior tem um orçamento total estimado em R\$ 550 mil reais e pretende captar R\$ 200 mil através de cotas de investimento de pessoas físicas. Cada cota de patrocínio pode ser comprada pelo público por R\$ 100,00 e não há um prazo estipulado para a obtenção do valor total do projeto. Até o mês de Outubro de 2012, os recursos provenientes dos apoiadores como pessoas físicas somavam a quantia de R\$ 180 mil.

As plataformas Quero Incentivar (<http://queroincentivar.com.br/>) e o Cultivo (<http://cultivo.cc/>) também unem o *crowdfunding* com as leis de incentivo tradicionais. Nessas plataformas são oferecidos projetos que já foram aprovados pelas leis de incentivo e que estão na fase de captação de recursos. Os sites fazem a mediação entre os projetos e os apoiadores em busca do financiamento para a realização do projeto.

Essas duas plataformas vêm para diminuir a estatística de que 75% dos projetos aprovados para captação não atingem o valor total solicitado<sup>22</sup>, além de informar sobre o *crowdfunding* e incentivar pessoas físicas a financiarem projetos culturais.

---

<sup>22</sup> Dados do site: <http://cultivo.cc/como-funciona> Acesso em 09 de Setembro de 2011.

### Capítulo 3: O *crowdfunding* como alternativa de financiamento de atividades culturais

O *crowdfunding* tem se firmado como uma alternativa viável às leis de incentivo e editais de patrocínio, principalmente para projetos de pequeno e médio porte ou, em casos de atividades de grande porte, para o financiamento apenas de uma etapa.

Os projetos inscritos nas plataformas de *crowdfunding* podem ser de duas naturezas: uma proposta que começa do zero e engloba todo o processo produtivo, por exemplo, a criação de uma obra literária, desde a sua pesquisa inicial até a finalização da obra em si, ou pode ser o desenvolvimento de apenas uma ou algumas etapas específicas dentro de um atividade já no estágio avançado de produção como a edição e finalização de uma obra audiovisual ou a prensagem e distribuição de um CD ou DVD.

Embora no exterior os projetos culturais que buscam financiamento coletivo consigam atingir grandes cifras, essa ainda não é uma realidade no Brasil. A cantora americana Amanda Palmer conseguiu arrecadar R\$ 1.200.000 dólares para a gravação de seu novo álbum em Maio de 2012<sup>23</sup>. Enquanto no Brasil os projetos culturais bem sucedidos atingem o valor de até R\$ 100 mil reais, ou em alguns poucos casos, a marca de R\$ 150 mil reais. Mas, em média, os projetos brasileiros financiados via *crowdfunding* ficam entre os valores de 5 a 30 mil reais<sup>24</sup>.

“Hoje não enxergamos facilmente um projeto de 200, 500 mil, 1 milhão sendo financiado desta forma. Imagino que a realidade no Brasil ainda seja de projetos menores, o que pode começar a mudar com o projeto do documentário sobre Belo Monte que está no site (Catarse)...”<sup>25</sup>

---

23 Dados retirados em: <http://www.rollingstone.com/culture/blogs/gear-up/amanda-palmer-on-crowdfunding-and-the-rebirth-of-the-working-musician-20120829> Acesso em 20 de Novembro de 2011.

24 Entrevista com um dos fundadores do Catarse dada por e-mail no dia 25 de Novembro de 2011.

25 *Idem*

Com o *crowdfunding* é possível encontrar investidores, pessoas físicas ou jurídicas, dispostos a contribuir com pequenas quantias, ao invés de apenas uma empresa ou entidade financiar todo o valor de realização de um projeto, como é comum nas formas tradicionais de financiamento cultural.

Para as empresas, o *crowdfunding* é uma ótima forma de pulverizar seus investimentos em atividades culturais, o que, ao mesmo tempo, permite que um número maior de projetos seja beneficiado, e, conseqüentemente uma diversidade e quantidade maior de público ou de fruidores do bem cultural, ao invés de concentrar seus investimentos em apenas uma ideia eliminando uma centena de projetos.

Outra possibilidade do *crowdfunding* é a de descentralizar o financiamento de projetos que se concentram, predominantemente, no eixo das grandes capitais - realidade frequente nas atividades financiadas por grandes empresas já que essas preferem apoiar projetos que geram grande visibilidade para suas marcas, e, por isso, rumam aos grandes centros, onde há uma maior concentração da população.

O financiamento coletivo permite que um projeto cultural de uma pequena cidade, fora do eixo das grandes capitais, se comunique diretamente com o seu público, buscando financiamento com os maiores interessados na realização do projeto. Com isso, o *crowdfunding* está se consagrando no Brasil como um importante tipo de financiamento cultural, mais democrático, descentralizador, direto e pessoal.

“Termos como liberdade e democracia são recorrentes no discurso político de operadores de plataformas brasileiras, que se sobrepõe ao discurso meramente econômico. O registro da liberdade estaria na suposição de que as pessoas são livres para decidir os projetos que devem ser realizados, não estando sujeitos as decisões do Estado ou da grande indústria. Democracia aparece não apenas no registro dessa livre escolha, mas, também, no envolvimento de maior número de pessoas no próprio projeto e em seus benefícios.”

(...)

“Na base desse discurso político está a visão da passagem do poder de uma estrutura concentrada e desgastada, representada pelo Estado e pela grande indústria, para uma base mais popular, onde o ator central está identificado no próprio nome do modelo da plataforma: a multidão.”<sup>26</sup>

---

26 Citação presente em: <http://crowdfundingbr.com.br/post/11030087071/multidao-criativa-e-colaborativa-um-estudo-do-site> Acessado em 12 de Novembro de 2011

Desde o momento em que se inscreve o projeto em uma plataforma de *crowdfunding* até o final do prazo estipulado para a arrecadação tem-se um período bem rápido, se compararmos às leis de incentivo. Nesse novo mecanismo de financiamento, logo após o período de captação, o valor arrecadado é direcionado ao proponente.

No momento da prestação de contas de um projeto financiado através do *crowdfunding*, o processo também é mais compacto e simplificado. Ao autor do projeto, basta apenas enviar a seus apoiadores as recompensas que lhe foram prometidas em troca das contribuições. Não é necessária uma prestação de contas rígida e detalhada nem como os apoiadores nem com a plataforma.

Desde o início do financiamento do projeto através das plataformas até o final, o financiamento coletivo permite uma maior mobilidade das etapas, sem burocracias, criando, ainda, em todos os envolvidos, um grande sentimento de independência para poder realizar o seus projetos da melhor maneira para si e para o seu público.

“No *crowdfunding*, o realizador depende dele e não de empresas, do governo e de intermediários para fazer as coisas. É a capacidade dele de cativar pessoas interessadas no seu projeto que está em jogo. Com isso, ele também pode ter muito mais liberdade pra fazer um trabalho do seu jeito, com menor influência desses fatores externos. E também muda a relação do artista com o público. No *crowdfunding*, ela fica muito mais próxima (ainda mais se o artista souber trabalhar e se comunicar bem com o público), o que é um avanço e que pode tornar uma carreira artística muito mais sustentável.”<sup>27</sup>

O *crowdfunding* tem sido uma solução criativa e prática para aqueles em busca de financiamento da sua produção mas o mecanismo não se limita a essa questão.

As plataformas de *crowdfunding* funcionam tanto como uma ferramenta de financiamento de projetos como de divulgação dos mesmos. Um das vantagens, que as próprias plataformas propagam, é a possibilidade de testar o seu projeto no mercado antes mesmo dele ser lançado. Ao utilizar das plataformas para financiar uma ideia, os criadores do projeto tem contato direto com o seu público alvo, sejam

---

27 Entrevista com um dos fundadores do Catarse dada por e-mail no dia 25 de Novembro de 2011.

elas, pessoas físicas ou jurídicas. Assim há a possibilidade de testar o conceito do seu projeto e o potencial do mercado para recebê-lo.

"O sistema é interessante para empreendedores, porque pode testar a aceitação da sua ideia no mercado e ainda conquistar fãs do produto, antes de ele ser lançado no mercado."<sup>28</sup>

Devido, em grande parte, a mobilização via redes sociais o projeto se lança antes mesmo de ser executado, tendo tempo para fortalecer a sua rede de relacionamento com o público e o seu desempenho junto aos apoiadores mantendo constante diálogo.

O *crowdfunding* também pode ser usado para captar tendências e como ferramenta de pré-venda, já na fase de financiamento, ao comunicar-se diretamente com o seu público-alvo.

Outro grande benefício de já conquistar apoiadores desde a fase de captação de recursos é que estes acreditam na ideia e por isso, ajudarão a divulgar o projeto, tanto na etapa de financiamento como nas fases seguintes, e servindo assim como apoio para o planejamento das próximas etapas.

Além disso, o *feedback* do seu público agrega melhorias a qualidade do projeto final ao envolvê-los na sua ideia desde o início do processo de criação.

"Receber um financiamento coletivo vai muito além do dinheiro. Você ganha uma legião de fãs e de novos sócios da ideia."<sup>29</sup>

Em levantamento do jornal O Globo, em nove grandes sites de *crowdfunding* do Brasil, revelou-se que 67%<sup>77</sup> do total investido foram para projetos artísticos, como a produção de filmes, CD's, DVD's, livros e outras atividades culturais<sup>30</sup>. Ou seja, grande parte dos valores arrecadados em plataformas de *crowdfunding* foram

---

28 Citação em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/economia,as-suas-ferramentas-no-mundo-virtual,55827,0.htm> Acessado em 12 de Novembro de 2011.

29 Fala de Carlos Filho, um dos fundadores da Rabiscaria, o primeiro projeto a ser financiado através de *crowdfunding* no Brasil pelo site Catarse: <http://catarse.me/pt/projects/25-rabiscaria>

30 Dados retirados da matéria: <http://oglobo.globo.com/tecnologia/modelo-de-financiamento-pela-web-crowdfunding-avanca-no-brasil-mas-ha-barreiras-2773332#ixzz1eCKWCODC> Acesso em 21 de Novembro de 2011.

para viabilizar projetos que de alguma forma passavam pelo âmbito cultural mostrando assim, um grande interesse, por parte do público e dos investidores, em fazer parte da realização de projetos culturais. Quem apoia um projeto via *crowdfunding* o apoia porque se identificou com o tema ou foi conquistado pela ideia. Independente do valor doado o sentimento que move quem apoia não é o de adquirir um produto final mas de ajudar uma ideia a sair do papel.

Apesar da possibilidade de viabilizar atividades culturais via *crowdfunding*, também há a possibilidade dos projetos não alcançarem a verba necessária no período estabelecido. Caso isso ocorra as contribuições dos apoiadores são devolvidas e o projeto não é realizado. Essa é uma realidade desse tipo de financiamento e que não é tão incomum. Entre os meses de Abril e Agosto de 2012 o Catarse aprovou de 41% a 73,17% dos projetos apresentados na plataforma. Ou seja, no período acima, em um determinado mês, a plataforma chegou a ter 59% dos projetos em busca de financiamento sem alcançar a sua meta<sup>31</sup>.

Por ser uma iniciativa inovadora, o *crowdfunding* sofre hoje do mesmo problema que aflige qualquer projeto inovador: ausência de legislação a respeito e dificuldade de enquadrar juridicamente algumas questões. Casos bem-sucedidos que não cumprem com o projeto apresentado e com a recompensa prometida a seus investidores é uma realidade, mesmo que em pequenas proporções, e ainda sem um respaldo jurídico para intervenção ou fiscalização.

---

31 Dados retirados do blog da plataforma Catarse: <http://blog.catarse.me/category/estatisticas/>

## Conclusão

O financiamento da cultura é uma questão importante na definição de uma política cultural e deve ser amplamente debatido a fim de encontrarmos a melhor solução para a realização do maior número de projetos e para que se garanta o exercício dos direitos culturais por todo cidadão, tanto no que se refere ao acesso aos bens culturais, quanto aos meios para a sua produção

No Brasil, várias mudanças ocorreram no setor cultural ao longo dos anos em busca de um melhor modelo de financiamento de projetos e ações culturais em geral. Mas desde a década de 80 até hoje, a principal forma de financiamento tem sido, além da captação de recursos do fundo de cultura por meio de editais, através das leis de incentivo – municipal, estadual e federal –, que foram promulgadas para complementar as ações do Estado, mas que transferiram ao empresariado a condução dos investimentos, determinando onde, como e quanto investir na cultura, com isenção total ou parcial de tributos. Delegava-se, assim, para o mercado, com uso de dinheiro público, atribuições típicas do Estado na condução de uma política para a cultura.

Embora seja a principal forma de financiamento no Brasil, as leis de incentivo recebem duras críticas quanto ao seu modelo e funcionamento. Cada vez que um artista já consagrado recebe o aval para captação de recursos financeiros, permitindo a dedução fiscal, total ou parcial, do imposto de renda de empresas patrocinadoras em projetos com altos valores, surgem novos escândalos e questionamentos sobre a sua atual função.

Para muitos, as leis deveriam servir como um meio para a realização de projetos de maior relevância e/ou resgate cultural com a função de democratização da cultura ou como fomento para novos artistas e projetos.

No atual modelo, as leis podem beneficiar qualquer projeto cultural, seja de um artista novo ou consagrado, de pequeno porte ou com altos orçamentos, de companhias que já possuem uma cartela de patrocinadores até aqueles que nem



sabem como chegar ao patrocinador em busca de financiamento, sendo que, em grande parte, esses últimos nem conseguem ser realizados mesmo com o aval para a captação.

Da forma em que as leis de incentivo foram instauradas no Brasil é possível entender como as empresas enxergam o patrocínio a projetos culturais. O empresariado procura apoiar projetos que irão gerar uma grande visibilidade para a marca e não há nada de errado nisso. O problema é que sem uma orientação ou direcionamento, ou até mesmo uma fiscalização do Ministério da Cultura, as empresas só irão apoiar projetos fadados a gerar uma grande visibilidade sem se preocupar com outras importantes questões culturais. Dessa forma, ideias inovadoras, artisticamente ousadas e financeiramente mais arriscadas ou sem garantia de lucro financeiro são deixadas em segundo plano em prol de uma divulgação positiva garantida para a marca e que irá gerar bons frutos à empresa.

Falta, a meu ver, um incentivo maior para que as empresas apoiem projetos fora dos grandes centros urbanos e sem garantias quanto ao seu retorno, tanto financeiro como institucional.

O retorno positivo para o patrocinador é o principal ao se apoiar um projeto cultural, antes mesmo da dedução do imposto de renda, porque este gera um valor agregado à sua marca e uma aceitação no mercado que são superiores a qualquer isenção fiscal. Por isso, não acredito que uma dedução maior ao se investir em projetos dessa natureza incerta seja a solução. Acredito que o Estado precisa, nas próximas modificações no mecanismo das leis de incentivo, retomar um pouco do controle quanto ao direcionamento da verba pública e incentivar o patrocínio proveniente de pessoas físicas<sup>32</sup>.

Mesmo com as futuras mudanças que venham a acontecer nas leis de incentivo, é difícil de se chegar a um modelo que agrade ao interesse de todos, empresas, governo e proponentes de projetos culturais. Por isso, faz-se necessária

---

32 As questões aqui suscitadas assumem acentuada relevância, na medida em que, atualmente, tramita, no Congresso Nacional, um conjunto de projetos de Leis e de Emendas Constitucionais, que pode definir um novo marco regulatório para o setor cultural. Entre esses projetos, encontram-se a PEC 34/2012 recém aprovada no Plenário do Senado, que acrescenta o artigo 216-A à Constituição Federal, para instituir o Sistema Nacional de Cultura (SNC) e destinar recursos orçamentários à cultura e o Projeto de Lei nº 6722/2010, PROCULTURA, que visa a substituir a Lei Federal de Incentivo à Cultura em vigor, a Lei Rouanet.

a busca de outras formas de financiamento cultural no Brasil diminuindo a dependência dos autores de projetos em relação a verba das grandes empresas.

Nos últimos dois anos, vem crescendo no Brasil a quantidade de plataformas de *crowdfunding*, uma alternativa de financiamento a projetos que mobiliza pessoas em torno de uma mesma atividade a fim de custeá-la coletivamente. Atualmente, esse modelo pode ser utilizado como uma alternativa às leis de incentivo e aos editais de fomento à cultura ou aliado a essas formas tradicionais de financiamento de projetos.

O modelo do *crowdfunding* ou financiamento coletivo trabalha com os conceitos de participação pública, coletividade e independência ao divulgar o seu mecanismo e ao angariar verba para os projetos divulgados em suas plataformas. Uma boa forma de incentivar as pessoas e o público, insatisfeitos com as tradicionais formas de financiamento no Brasil, a participar e fazer acontecer.

O *crowdfunding* surge como uma nova forma de financiamento cultural, mais rápido, sem a burocracia das leis de incentivo, dos cumprimentos de rígidos prazos preestabelecidos e de uma minuciosa prestação de contas; mais democrático, pois tira de uma pequena parcela da população, as empresas, a decisão de onde se investir, e mais abrangente, pois permite que pequenos projetos se comuniquem diretamente com o seu público-alvo, sem precisar esperar o intermédio do patrocínio de uma grande empresa, aumentando a possibilidade de viabilizar suas atividades.

Mais do que financiamento, o modelo do *crowdfunding* é um meio de promoção e de fomento, pois no mesmo momento em que se capta recursos para sua execução são conquistados fãs, apoiadores e entusiastas, que irão propagar o projeto em suas redes, além de dar um *feedback*, a fim de adequar o seu projeto da melhor forma possível ao mercado desejado.

Além do financiamento, pode-se resumir o *crowdfunding* como uma transferência de poder, que sai das mãos de poucos tomadores de grandes decisões e passa para o público. Nesse sentido, saem na frente os projetos com maior capacidade de comunicação, apelo e engajamento de seus apoiadores. Já que as pessoas tendem a se mobilizar por projetos que geram uma identificação ou apelo emocional.

Embora seja uma boa alternativa às leis de incentivo, o *crowdfunding* não é a solução para o financiamento cultural no Brasil **no momento em** que não consegue abrigar e tornar possível todos os tipo de projeto. Enquanto grandes projetos, com altos orçamentos, conseguem se viabilizar através das leis de incentivo, estes não possuem, ainda, como se viabilizar dentro de uma plataforma de *crowdfunding*. A mobilização das pessoas físicas em prol de um projeto de alto valor financeiro ainda precisa se fortalecer a ponto de conseguir arrecadar altas quantias em pouco tempo, normalmente as plataformas permitem a arrecadação no período até de 90 dias.

Para assegurar a segurança das contribuições e das movimentações financeiras, as plataformas de *crowfundig* só arrecadam contribuições através do pagamento com cartão de crédito, o que limita a possibilidade de financiar um projeto cultural a uma determinada parcela da população. Como o processo de *crowdfunding* ocorre inteiramente na internet, muitos não se sentem seguros em realizar transações bancárias pela rede, o que afasta outra parcela de apoiadores.

Com essas barreiras, o financiamento coletivo se faz mais eficaz em projetos de pequeno porte, com orçamento de 5 até 30 mil reais. Pela prática nas plataformas, pôde se perceber que é nessa faixa orçamentária que a porcentagem de projetos bem sucedidos atinge o seu maior índice, sejam eles projetos que começam do zero ou aqueles que buscam financiamento apenas para uma etapa da produção.

Por ser um novidade no Brasil, e no mundo, não há, ainda, uma legislação ou enquadramento jurídico a recorrer em casos de autores de projetos bem sucedidos não cumprirem suas obrigações (o prometido no que se refere à realização do projeto e no cumprimento de envio das recompensas, por exemplo), fato que também limita a participação dos apoiadores que, muitas vezes, deixam de participar ou preferem investir pequenas quantias.

Para um crescimento, ainda maior, da prática do *crowdfunding* no Brasil, deve-se trabalhar informando ao público o seu funcionamento e fortalecendo as redes de comunicação entre o proponente de um projeto, incentivando os apoiadores a divulgarem o projeto em suas redes e na divulgação informal no seu

círculo social. E mais, pensar em outras formas de contribuição financeira que não dependam somente dos cartões de crédito.

Ainda assim, vejo o *crowdfunding* como uma alternativa viável de financiamento cultural, já que atua exatamente onde as leis de incentivo se fazem ausentes, nos pequenos projetos e de baixo custo. Além disso, também viabilizam o financiamento através de pessoas físicas, outra área deixada em segundo plano pelas leis de incentivo.

Concluo ainda que as duas formas de financiamento, as leis de incentivo e o *crowdfunding*, não precisam disputar entre si a atenção dos apoiadores e a contribuição financeira. Cada uma possui uma área de ação bem delimitada e eficaz dentro de seus territórios, que, se trabalhadas em conjunto, podem vir a fortalecer outra forma de financiamento, a de pessoas físicas incentivando projetos dentro das leis de incentivo, uma possibilidade que a lei permite, mas que é pouco utilizada.

## Bibliografia

CALABRE, Lia (org.). **Políticas culturais: diálogo indispensável**. Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, 2005.

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural**. São Paulo: Iluminuras, 2004.

NASCIMENTO, Alberto Freire. **Política cultural e financiamento do setor cultural. IV ENECULT. 2008**.

SANGION, Eduardo e MATOS, Felipe. **O fenômeno do Crowdfunding: uma revolução na forma como viabilizamos projetos e transformamos a sociedade**. Radar Inovação. Março de 2011

SARCOVAS, Yacoff. **O incentivo fiscal no Brasil**. In: Teoria e Debate, São Paulo, n.62, abril/maio de 2005, p. 58-62.

SARNEY, José. **Incentivo à cultura e sociedade industrial**. In: JELÍN, Elizabeth e outros. Cultura e desenvolvimento. Rio de Janeiro, Fundo Nacional de Cultura, 2000. p. 27-44.

## Sites

ArtistShare. Disponível em: <<http://www.artistshare.com/v4/>> Acesso em 20 de Novembro de 2012.

Ativa aí. Disponível em: <<http://ativaai.com.br/>> Acesso em 20 de Novembro de 2012.

Bora Trazer. Disponível em: <<http://boratrazer.com.br/>> Acesso em: 21 de Outubro de 2012.

Catarse. Disponível em: <<http://catarse.me/pt/>> Acesso em 07 de Agosto de 2011.

Crowdfunding Brasil. Disponível em: <<http://crowdfundingbr.com.br/>> Acesso em 12 de Novembro de 2011.

Cultivo. Disponível em <<http://cultivo.cc/como-funciona/>> Acesso em 09 de Setembro de 2011.

Embolacha. Disponível em: <<http://www.embolacha.com.br/>> Acesso em 07 de Agosto de 2011.

Eu Maior. Disponível em: <<http://www.eumaior.com.br/>> Acesso em 27 de Novembro de 2011.

Gambituios. Disponível em. <<http://gambitious.com/>> Acesso em 20 de Outubro de 2012.

KickStarter. Acesso em: <<http://www.kickstarter.com/>> Acesso em 20 de Agosto de 2011.

Minimecenas. Disponível em: <<http://minimecenas.wordpress.com/>> Acesso 20 de Agosto de 2011.

Ministério da Cultura. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/>> Acesso em 19 de Novembro de 2011.

Mobilize. Disponível em: <<http://www.facebook.com/mobilizecf/>> Acesso em 21 de Outubro de 2012.

Movere.me. Disponível em: <<http://www.movere.me/>> Acesso em 13 de Agosto de 2011.

PlayBook. Disponível em: <<http://www.playbook.com.br/>> Acesso em 21 de Outubro de 2012.

Queremos. Disponível em: <<http://www.queremos.com.br/>> Acesso em 07 de Agosto de 2011.

Quero incentivar. Disponível em: <<http://queroincentivar.com.br/>> Acesso em 20 de Outubro de 2012.

The Marillion story and what we can all learn from it. Disponível em: <<http://www.music4point5.com/blog/the-marillion-story-and-what-we-can-all-learn-from-it/>> Acesso em: 20 de Novembro de 2012.

Filmes financiados via crowdfunding vencem festival de Sundance. <<http://www.culturaemercado.com.br/crowdfunding/filmes-financiados-via-crowdfunding-vencem-festival-de-sundance/>> Acesso em 3 de Outubro de 2012.

Amanda Palmer on crowdfunding and the rebirth of the working musician. Disponível em: <<http://www.rollingstone.com/culture/blogs/gear-up/amanda-palmer-on-crowdfunding-and-the-rebirth-of-the-working-musician-20120829/>> Acesso em 20 de Novembro de 2011.

Sites de financiamento coletivo buscam formas de ampliar receita. Disponível em: <[http://www.brasileconomico.com.br/noticias/sites-de-financiamento-coletivo-buscam-formas-de-ampliar-receita\\_107624.html/](http://www.brasileconomico.com.br/noticias/sites-de-financiamento-coletivo-buscam-formas-de-ampliar-receita_107624.html/)> Acesso em: 07 de Novembro de 2011.

As suas ferramentas no mundo virtual. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/economia,as-suas-ferramentas-no-mundo-virtual,55827,0.htm/>> Acessado em 12 de Novembro de 2011.

Modelo de financiamento pela web, 'crowdfunding' avança no Brasil. Mas há barreiras. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/tecnologia/modelo-de-financiamento-pela-web-crowdfunding-avanca-no-brasil-mas-ha-barreiras-2773332#ixzz1eCKWCODC/>> Acesso em 21 de Novembro de 2011.