



ANAIS DO II SEMINÁRIO NACIONAL CINEMA EM PERSPECTIVA
Volume 1, Número 1. Curitiba: UNESPAR/FAP, 2013.
ISSN 2317-8930

CROWDFUNDING COMO ALTERNATIVA PARA A VIABILIZAÇÃO FINANCEIRA DE PROJETOS AUDIOVISUAIS.

PASETTO, Bianca de Moura¹

RESUMO: Embora na área de produção de cinema e audiovisual seja atendida por leis específicas, elas não atendem plenamente as necessidades da categoria. Neste cenário, muitos projetos audiovisuais não são possíveis de serem realizados ou são abandonados por falta de verba financeira durante o processo de pré-produção, produção ou pós-produção. Neste sentido, o financiamento coletivo (crowdfunding) surge como uma alternativa viável para a realização de projetos sem a extrema dependência do financiamento público e empresarial. Discutir sobre as várias plataformas e quais as ferramentas disponíveis é o objetivo principal deste trabalho.

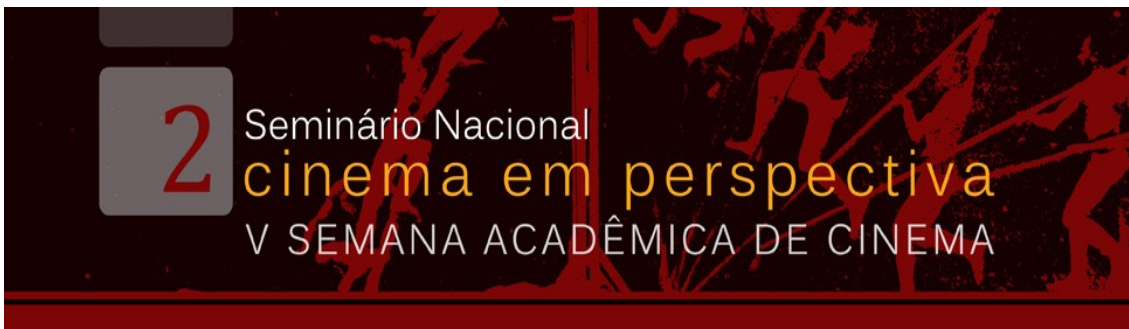
PALAVRAS-CHAVE: crowdfunding, financiamento coletivo, mercado audiovisual.

A produção audiovisual no Brasil: possibilidades de fomento.

Após a extinção da EMBRAFILME, durante o governo do então presidente Fernando Collor de Melo, o cinema brasileiro passou por um período em que a produção audiovisual foi praticamente nula durante o início da década de 90. Entretanto, ao longo da década surgiram as leis de incentivo, dentre elas a Lei do Audiovisual, que aos poucos começaram a fomentar a produção de cinema no país.

A partir deste modelo, podemos identificar no Brasil duas formas de fomento ao audiovisual, o fomento direto e o fomento indireto. O fomento direto refere-se aos editais de fomento lançados diretamente por órgãos como Ministério da Cultura (MinC), Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) e Secretaria do Audiovisual (SAV). Também são considerados meios de fomento direto os editais de empresas que, visando retorno na área de marketing, destinam parte de seus recursos fiscais à criação de editais para fomentos nas áreas de cultura, esporte ou de projetos sociais.

¹ Aluna da graduação em Cinema e Vídeo da UNESPAR/CINETVPR. Email: biancapasetto@gmail.com



ANAIS DO II SEMINÁRIO NACIONAL CINEMA EM PERSPECTIVA
Volume 1, Número 1. Curitiba: UNESPAR/FAP, 2013.
ISSN 2317-8930

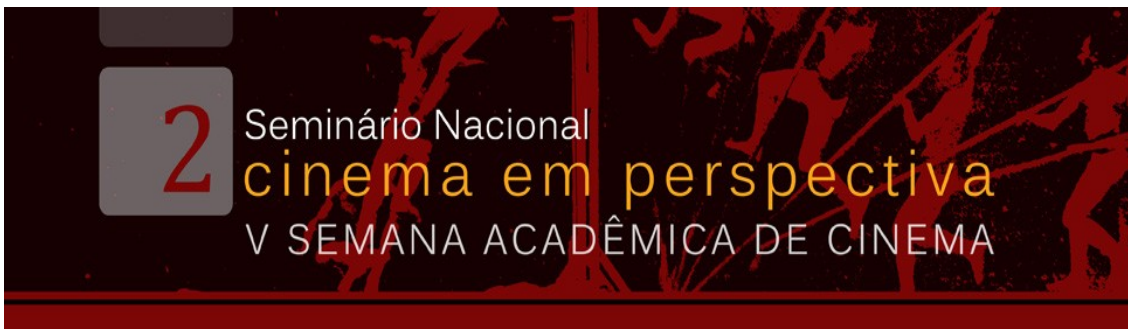
A forma de fomento indireto é entendida como os fomentos que ocorrem através de renúncia fiscal, via leis específicas como a Lei do Audiovisual (Lei nº 8.685/93) e a Lei Rouanet (Lei nº 8.313/91). Também são considerados fomentos indiretos os Funcines (Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional).

Embora o setor seja amparado por leis e editais específicos, tanto a forma de fomento direto quanto indireto são passíveis de crítica. No fomento direto, através de editais, são observados alguns pontos problemáticos, conforme Khouri:

Nesses casos, diferentemente dos mecanismos das leis federais de incentivo, são valorados critérios como relevância e conteúdo, o que torna o processo de seleção e aprovação dos projetos algo questionável, pois não depende somente do idealizador ou produtor e sim também da comissão julgadora que, inevitavelmente, atribui juízos ora padronizados, ora subjetivos. Ou seja, ao selecionar um projeto em detrimento de outro, leva-se em consideração fatores tangíveis – respeito às normas do edital, domínio do tema abordado, relevância do conteúdo, etc. – e intangíveis – opinião, gosto e identificação do júri com projeto. (KHOURI, 2012,p.5)

Problemas e críticas também são encontrados na forma de fomento indireta, que se utiliza da renúncia fiscal. Devido à lentidão do processo de análise e captação de recursos, muitos projetos não são realizados em um período coerente com o que o projeto necessita. Conseqüentemente, o projeto pode chegar à etapa de produção com um orçamento já defasado perante o mercado, inviabilizando uma produção como a que tinha sido idealizada pelo produtor. Há ainda outros problemas, conforme Khouri:

(...) o número de projetos habilitados para a captação é muito maior do que o de empresas disponíveis para o patrocínio. Isso porque o sistema de dedução de impostos para investimento em cultura, que inclui muitos benefícios à imagem da marca da empresa, fruto do trabalho com marketing cultural, ainda é muito desconhecido perante uma grande parte das pessoas jurídicas brasileiras. No artigo 1º da Lei do Audiovisual, por exemplo, segundo relatório da ANCINE, no primeiro semestre de 2011 houve menos de 100 incentivadores, incluindo pessoas



ANAIS DO II SEMINÁRIO NACIONAL CINEMA EM PERSPECTIVA
Volume 1, Número 1. Curitiba: UNESPAR/FAP, 2013.

ISSN 2317-8930

jurídicas e físicas. Levando em consideração apenas as razões sociais, nota-se que o número não chega a 50, quantidade essa irrisória se comparada ao total de empresas existentes hoje no país. (KHOURI, 2012,p.4)

Outra questão discutida dentro deste modelo é o fato de que a decisão final sobre onde será investido o dinheiro proveniente da renúncia fiscal fica por conta da empresa e, conseqüentemente, em proveito do projeto que está mais bem alinhado com os interesses relacionados ao posicionamento de marca destas empresas. Assim, projetos que tem maior chance de identificação com o público e de retorno financeiro direto ou indireto possuem maiores chances de obterem sucesso durante a fase de captação de recursos. Desta maneira, temos um modelo em que o cinema pode ser visto como um negócio, conforme Brant, apud Khouri:

Tanto quanto nas relações de poder do passado, esse modelo produz uma arte dócil, que muitas vezes deixa de responder às demandas sociais pelo estímulo e desenvolvimento do espírito crítico, liberdade de expressão, ruptura com o preestabelecido. Essa arte domesticada é comumente enfadonha, desinteressante, descartável, superficial. (KHOURI, 2012, p.6)

As dificuldades que artistas e produtores iniciantes encontram para compreender o fluxo de funcionamento destas formas de fomento também são criticadas, visto que ao invés de simplificar o processo burocrático para dar visibilidade à produção artística, estes processos terminam por muitas vezes sobrepor-se aos projetos artísticos, visto que há uma necessidade de formatação em determinados modelos que estão claramente defasados em relação à determinadas propostas, como projetos de linguagens híbridas, apenas para citar um exemplo.

Visto que é um modelo que não se adapta à realidade da produção cultural ou, que se adapta em um ritmo extremamente lento surgem novas maneiras de financiamento cultural, não necessariamente provindas do Estado ou de empresas privadas. Nesta linha de ação que o crowdfunding surge como uma alternativa.



ANAIS DO II SEMINÁRIO NACIONAL CINEMA EM PERSPECTIVA
Volume 1, Número 1. Curitiba: UNESPAR/FAP, 2013.
ISSN 2317-8930

Crowdfunding

Crowdfunding (da língua inglesa *crowd* = multidão e *funding* = financiamento) é um modelo de financiamento coletivo que aos poucos vem se desenvolvendo para a área de produção cultural e outras. Conforme Sangion e Matos:

Crowdfunding é uma ação de cooperação coletiva realizada por indivíduos que contribuem financeiramente, normalmente via internet, para apoiar iniciativas de outras pessoas ou organizações. (...) podemos entendê-lo como um modelo de micro-financiamento coletivo cujo objetivo é viabilizar projetos ou ações das mais diversas naturezas. Essa perspectiva e a escala global da rede tornam possível a realização de projetos relativamente grandes, a partir de pequenas quantias coletadas de centenas ou, até mesmo, milhares de indivíduos pela rede. Em muitos casos, tratam-se de projetos para os quais os idealizadores dificilmente conseguiriam recursos de outra maneira. (SANGION e MATOS, 2011, p.2).

Este modelo só é possível com o advento da internet e da possibilidade de realizar transações financeiras de maneira segura na web. Porém, mais do que um suporte para que o financiamento possa ser realizado, a internet é também o cerne de uma nova maneira de acessar e distribuir a informação, onde pessoas podem se reunir em comunidades virtuais sem necessariamente estarem no mesmo espaço geográfico. Deste encontro de interesses em comum, este coletivo que se reúne em torno de uma idéia, é a base para que o financiamento coletivo aconteça.

Nesta maneira de obter financiamento, o proponente lança seu projeto em uma plataforma de financiamento coletivo. Cada plataforma possui especificações, o que torna possível que o proponente escolha qual a que melhor se adapta aos seus interesses. Diferente de uma simples doação, em todas as plataformas é necessário que os objetivos do projeto estejam bastante claros e a forma de apresentação seja condizente com a idéia que se quer tirar do papel. Geralmente para cada colaboração o apoiador receberá algum



ANAIS DO II SEMINÁRIO NACIONAL CINEMA EM PERSPECTIVA
Volume 1, Número 1. Curitiba: UNESPAR/FAP, 2013.

ISSN 2317-8930

tipo de benefício, que irá variar conforme o valor e o projeto. Usualmente se oferece desde o nome do colaborador nos créditos finais do filme até cópias em DVD do material e convites para o dia da estreia, quando isto está previsto.

Crowdfunding e projetos audiovisuais

Esta maneira de obter financiamento começou a ser mais conhecida com o projeto de animação stop-motion *Anomalisa*², projeto que foi lançado na plataforma Kick Starter, nos EUA e arrecadaram US\$400 mil dólares. Este projeto trouxe visibilidade à esta maneira de obter financiamento.

Plataformas de crowdfunding

É importante para o proponente do projeto saber avaliar qual a melhor plataforma para inserir o seu projeto. Questões como visibilidade, confiabilidade, e usabilidade são importantes para que o projeto obtenha sucesso. Existem plataformas de crowdfunding voltadas para vários perfis, desde projeto de micro empreendedores até viagens e filantropia. Para tanto, abaixo temos algumas plataformas com um perfil mais adequado aos projetos culturais, em especial de audiovisual.

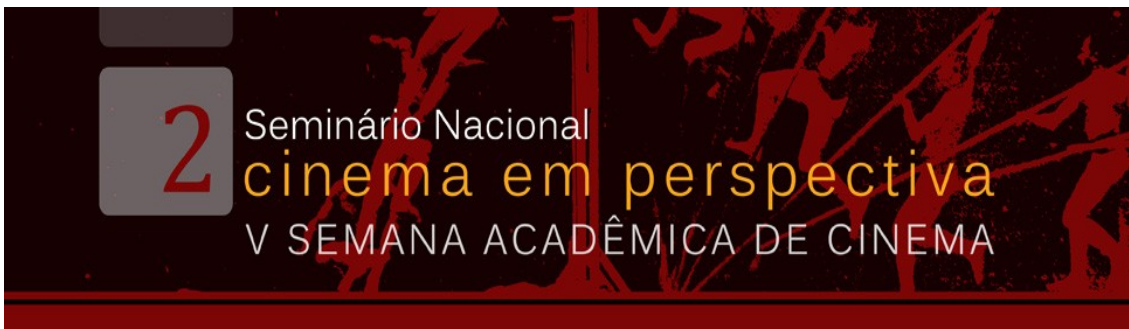
KickStarter:

O KickStarter é uma das maiores plataformas estadunidense de crowdfunding. Ficou bastante conhecido em 2012 com o projeto *Anomalisa*, já citado acima. É mais direcionado ao público da América do Norte e serviu de modelo para muitas plataformas que surgiram no Brasil.

Abaixo, visão inicial do site³:

² Fonte: <http://www.adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-103617/> Acessado em 03 de agosto de 2013.

³ Fonte: <http://www.kickstarter.com/> Acessado em 10 de outubro de 2013.



ANAIS DO II SEMINÁRIO NACIONAL CINEMA EM PERSPECTIVA
Volume 1, Número 1. Curitiba: UNESPAR/FAP, 2013.
ISSN 2317-8930

Catarse

A plataforma Catarse tornou-se uma das maiores para o financiamento coletivo em diversos setores. Atualmente é a plataforma mais utilizada por coletivos artísticos pois possuiu uma enorme visibilidade na web e, conseqüentemente, isto traz confiabilidade ao projeto.

No Catarse, os projetos passam por uma espécie de curadoria antes de serem lançados na plataforma. Esta curadoria não tem caráter de medição de valor artístico. Segundo o próprio site⁴:

Ao recebermos seu projeto, ele estará sob a responsabilidade da equipe de curadores. O objetivo aqui é dar dicas para **aumentar as chances de o seu projeto ser bem-sucedido** e filtrar projetos NON-SENSE. Lembre-se que queremos tanto o sucesso do seu projeto quanto você. A gente só ganha quando você ganha! (WEBSITE CATARSE,2013).

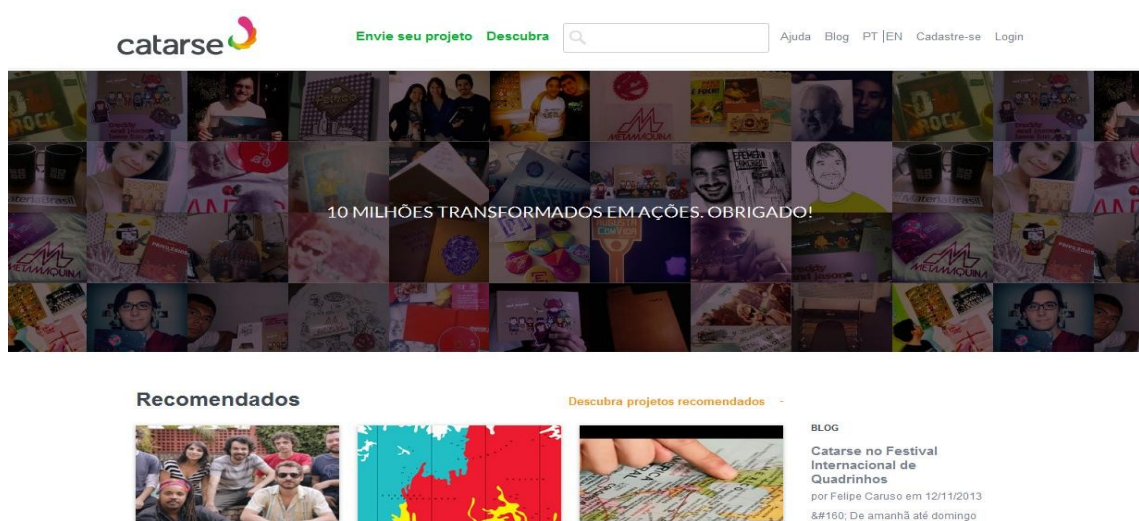
⁴ Fonte: http://catarse.me/pt/guidelines_start, acessado em 10 de outubro de 2013.



ANAIS DO II SEMINÁRIO NACIONAL CINEMA EM PERSPECTIVA
Volume 1, Número 1. Curitiba: UNESPAR/FAP, 2013.
ISSN 2317-8930

Desta maneira, há maior liberdade para a criação de projetos e readequação ao modo proposto. O site cobra uma taxa sobre o valor arrecadado, que inclui a taxa de manutenção da plataforma e serviços bancários.

Abaixo, visão inicial do site⁵:



Benfeitoria

O Benfeitoria é uma plataforma que visa apoiar projetos que gerem um impacto positivo na sociedade. Conforme o texto disponível no website⁶:

Atuamos ONLINE, através desse site que une financiamento coletivo (*crowdfunding*) com outras dinâmicas de mobilização de recursos não financeiros (*crowdsourcing*), sem cobrar comissão (o 1º do mundo nesse modelo)! E também "ONLIFE", através de cursos e consultorias pagas. Afinal, temos que fazer a roda girar! Aqui valem iniciativas de qualquer tema ou tamanho, desde que promovam um bem comum. A ideia é transformar

⁵ Fonte: <http://catarse.me/pt> Acessado em 10 de outubro de 2013.

⁶ Fonte: <http://benfeitoria.com/nossa-proposta>, acessado em 15 de setembro de 2013.



ANAIS DO II SEMINÁRIO NACIONAL CINEMA EM PERSPECTIVA
Volume 1, Número 1. Curitiba: UNESPAR/FAP, 2013.

ISSN 2317-8930

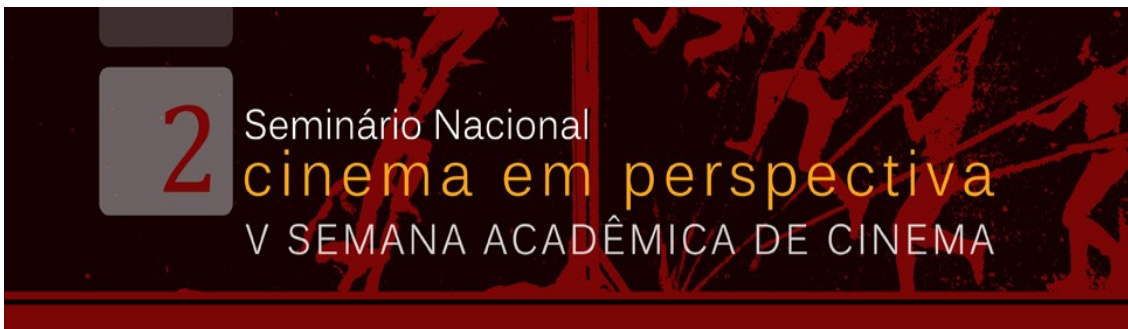
interesse coletivo em impacto positivo; pessoas de bem em
benFEITORAS! (WEBSITE BENFEITORIA, 2013)

Abaixo, a visão inicial do site⁷:

A Benfeitoria não cobra comissão sobre o serviço prestado. Por este motivo, começou a ser utilizado por ONGs que queriam implementar projetos sociais e, aos poucos, está sendo descoberto por proponentes na área de audiovisual. O que a plataforma exige para lançar um projeto é que estes ofereçam algum tipo de contrapartida social que cause impacto positivo na sociedade. Muitos projetos relacionados a cinema e educação já estão nesta plataforma. Porém, como a visibilidade da plataforma não é tão grande como o Catarse, nem sempre ela pode ser considerada a melhor opção apenas por não cobrar comissão.

Cineasta.cc

⁷ Fonte: <http://benfeitoria.com/> Acesso em 10 de outubro de 2013



ANAIS DO II SEMINÁRIO NACIONAL CINEMA EM PERSPECTIVA
Volume 1, Número 1. Curitiba: UNESPAR/FAP, 2013.

ISSN 2317-8930

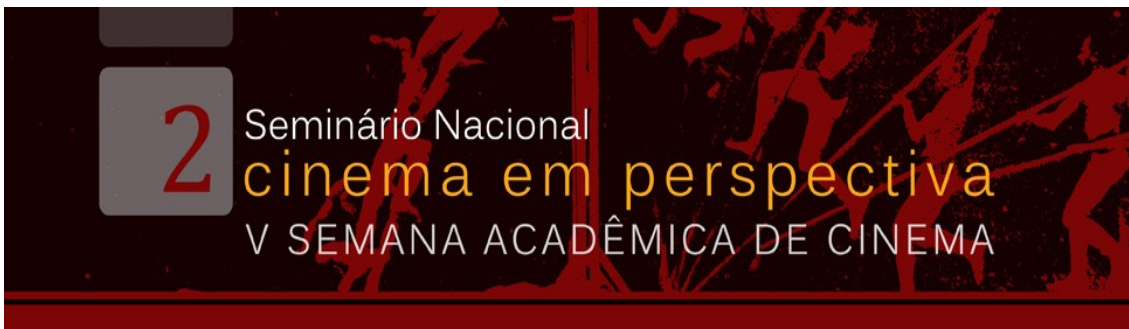
A plataforma Cineasta.cc é uma plataforma voltada inteiramente para projetos na área de audiovisual. Por este motivo, abrange algumas especificidades da área. Nesta plataforma, é possível apoiar o projeto oferecendo suas habilidades como técnico de som, arte, elétrica e demais setores. Também é possível apoiar como marketing dentro do filme, no caso de empresas. Por se tratar de uma plataforma voltada para audiovisual, no Brasil, é possível montar o projeto dentro da plataforma para, a partir disto buscar a captação de recurso via renúncia fiscal, caso seu projeto tenha sido aprovado em alguma lei de incentivo.

Porém, o site não é muito conhecido, mesmo entre a classe de produção cinematográfica. Outro ponto negativo é que, ao acessarmos o website não visualizamos os projetos que já estão na plataforma. É necessário realizar um cadastro e, após isto, efetuar uma busca na plataforma, para então encontrarmos os projetos. Este é um ponto bastante problemático, visto que torna difícil para um não usuário do website acessar o projeto, conhecer, entender, interessar-se por ele e realizar algum tipo de apoio.

A plataforma também cobra uma comissão de 6% no valor total arrecadado. A forma de funcionamento geral é semelhante à outras plataformas, conforme o próprio website⁸:

Todos os projetos têm que especificar o valor que desejam arrecadar e um prazo (entre 45 dias e 6 meses). É o tempo do autor do projeto para engajar as pessoas e conseguir a grana que foi pedida. É possível também encontrar pessoas interessadas em participar do projeto compondo o elenco, a equipe técnica ou criativa, equipe de apoio e parceiros. Quando acabar o prazo estipulado, se o autor tiver alcançado a sua pedida, ele recebe o dinheiro para fazer o projeto. Se ele não alcançou a meta, os apoiadores recebem o dinheiro de volta. Se o autor tiver alcançado pelo menos 70% da meta, ele pode decidir bancar os outros 30%. Do valor captado, o Cineasta fica com 6% e o restante vai para o autor desenvolver o projeto. (WEBSITE CINEASTA.CC, 2013)

⁸ Fonte: <http://www.cineasta.cc/faq> Acessado em 10 de outubro de 2013



ANAIS DO II SEMINÁRIO NACIONAL CINEMA EM PERSPECTIVA
Volume 1, Número 1. Curitiba: UNESPAR/FAP, 2013.

ISSN 2317-8930

Abaixo, a visão geral do site⁹:



Conclusão

O crowdfunding surge como uma alternativa viável ao sistema de financiamento vigente, em especial para projetos independentes e produtores iniciantes. Ao lançar um projeto em uma plataforma de crowdfunding, é possível testar o projeto perante o público desejado. Ou seja, é possível testar o seu projeto no mercado. Desta maneira, é possível utilizar este sistema para a parte inicial do projeto como um teste para obter know-how para ampliá-lo no futuro.

Outros aspectos interessantes são o fato de que o proponente mantém 100% do copyright do seu projeto. Também o fato de ser uma operação de baixo risco financeiro é um atrativo deste modelo.

Entretanto, este modelo ainda não é totalmente conhecido pelo público. Conforme Sangion e Matos:

⁹ Fonte <http://www.cineasta.cc/> Acessado em 10 de outubro de 2013



ANAIS DO II SEMINÁRIO NACIONAL CINEMA EM PERSPECTIVA
Volume 1, Número 1. Curitiba: UNESPAR/FAP, 2013.

ISSN 2317-8930

Levará um tempo para que as pessoas se ajustem ao crowdfunding como uma nova prática de seu cotidiano, mas o modelo tem todas as condições para se tornar uma espécie de "novo ritual" e conferir status aos seus praticantes. Reconhecendo isso, algumas plataformas já fornecem, inclusive, emblemas aos seus usuários. Esta identificação pode ser usada em outras redes sociais revelando, desta forma, a reputação de investidor de determinado usuário. As pessoas poderão se reconhecer, se descobrir pelas afinidades de investimento, ou ser avaliadas conforme sua participação nas mais diversas iniciativas de crowdfunding. (SANGION E MATOS, 2011, p.3)

Mesmo não sendo um modelo tão conhecido, já temos no Brasil alguns filmes que foram financiados totalmente ou em parte por crowdfunding. Um deles foi o filme *O Renascimento do Parto*¹⁰, que teve sua parte de distribuição totalmente baseada no financiamento coletivo, o que permitiu que o filme fosse visto nos cinemas. *Cidade Cinza*¹¹, documentário sobre o grafitti na cidade de São Paulo também foi realizado com base no crowdfunding. Há ainda, fora do Brasil, o filme *Inocente*¹², documentário realizado com financiamento coletivo que ganhou o Oscar 2013 como o melhor curta-metragem documentário.

É impossível saber qual o rumo que o financiamento coletivo terá no Brasil. Porém, ao que podemos verificar com os projetos atuais, é uma alternativa que aos poucos está se firmando e desenvolvendo uma maneira própria de produzir cinema e audiovisual.

¹⁰ Fonte: <http://benfeitoria.com/o-renascimento-do-parto> Acesso em 01 de dezembro de 2013

¹¹ Fonte: <http://catarse.me/en/cidadecinza> Acesso em 09 de dezembro de 2013

¹² Fonte: <http://inocentedoc.com/> Acesso em 09 de dezembro de 2013



ANAIS DO II SEMINÁRIO NACIONAL CINEMA EM PERSPECTIVA
Volume 1, Número 1. Curitiba: UNESPAR/FAP, 2013.
ISSN 2317-8930

Referências Bibliográficas

KHOURI, MARIA Luiza Negrão. *O crowdfunding como mecanismo alternativo de captação de recursos para produções audiovisuais*. 2012. 32 f. Monografia (Programa de Pós graduação Lato Senso) – Cinema e Vídeo, Faculdade de Artes do Paraná, Curitiba. 2012.

SANGION, Eduardo, MATOS Felipe. *O fenômeno do crowdfunding: uma revolução na forma como viabilizamos projetos e transformamos a sociedade*. Março, 2011. Disponível em: <http://inventta.net/wp-content/uploads/2011/03/Artigo-o-fenomeno-do-Crowdfunding-Eduardo-Sangion-Felipe-Matos-1.pdf>. Acesso em: 11/09/2013