



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
CENTRO DE ARTES
CURSO DE CINEMA E ANIMAÇÃO

Crowdfunding:

**Uma alternativa à dependência das Leis de Incentivo à Cultura para a
produção de audiovisual independente**

Bruno Corrêa Frantz

Orientadora: Prof^a. Me. Liângela Xavier

Bruno Corrêa Frantz

Crowdfunding:

Uma alternativa à dependência das Leis de Incentivo à Cultura para a
produção de audiovisual independente

Trabalho acadêmico apresentado ao Curso de Cinema e Animação da Universidade Federal de Pelotas como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Cinema e Animação.

Pelotas, RS, 2014

SUMÁRIO

1. Introdução	5
2. Contexto do atual cenário de financiamento de obras audiovisuais no Brasil ..	7
3. Crowdfunding	10
3.1 Crowdfunding como forma de financiamento de produções audiovisuais independentes	12
4. O Caso do filme “Brasil Grande do Sul”	13
5. Considerações finais	15
6. Bibliografia	16

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Me. Liângela Xavier

Prof^a. Me. Cíntia Langie Araújo

Prof^o. Me. Michael Kerr

RESUMO

O presente artigo busca compreender o financiamento coletivo, ou *crowdfunding*, como alternativa para a dependência da cadeia produtiva audiovisual ao fomento estatal para filmes de produção independente. Para isso será feita uma breve contextualização sobre o atual cenário de financiamento de obras audiovisuais através das Leis de Incentivo à Cultura e outros aportes do Governo Federal e Estadual. Como método será estudado o caso do filme *Brasil Grande do Sul*.

PALAVRAS-CHAVE

Financiamento coletivo, produção audiovisual, fomento à cultura.

ABSTRACT

This article seeks to understand crowd funding as an alternative for the dependence of the audio-visual productive chain to the state incentive for independent productions. For that I will do a brief contextualization about the actual funding of audio-visual work scenario through the Incentive to Culture Laws and others supports of the Federal and State Government. As method I will realize a case study of the picture Brasil Grande do Sul.

KEY-WORDS

Crowdfunding, audio-visual production, culture incentives.

INTRODUÇÃO

Como produtor audiovisual sempre encontrei uma grande dificuldade no momento de tirar o projeto do papel e produzi-lo. Esbarrei na burocracia excessiva das Leis de Incentivo e editais de órgãos públicos, e também na vontade dos responsáveis pelo marketing de empresas da região.

Na busca de uma nova forma para o financiamento de um projeto audiovisual onde pudesse ter mais controle e autonomia para gerir os recursos captados, além de maior agilidade no processo de captação, me deparei com recentes projetos que haviam sido financiados por meio do financiamento coletivo, ou *crowdfunding*¹. Após analisar estes casos e estudar um pouco da história e do processo do financiamento coletivo me senti capaz de desenvolver um estudo mais aprofundado sobre o tema e este se tornou o foco do meu trabalho de conclusão de curso.

Devido ao grande número de publicações sobre as leis de fomento à cultura este trabalho não tem como objetivo aprofundar-se neste tópico não mais que o necessário para o entendimento do contexto atual do cenário de financiamento de obras audiovisuais. Por outro lado considerando a escassez ou quase ausência de material de referência em publicações, obras e estudos acadêmicos, sobre o *crowdfunding* este estudo tornou-se ainda mais desafiador. Assim sendo, para uma melhor problematização a cerca do uso do financiamento em questão, efetuou-se o acompanhamento e o desenvolvimento de um projeto de financiamento coletivo.

Este estudo tem como objetivo apresentar o *crowfundig* como alternativa ao atual

¹ Termo originário do inglês, crowd = multidão, funding = financiamento.

sistema de financiamento para obras audiovisuais de produção independente² através das Leis de Incentivo Fiscal e dos editais de órgãos públicos. Para isso o trabalho se desenvolverá da seguinte forma:

No primeiro capítulo farei uma rápida análise sobre o atual cenário de fomento à cultura pelo Governo Federal. Existem como formas de fomento à cultura, as leis de incentivo fiscal e editais de órgãos públicos, elaboradas e postas em vigência com a intenção de auxiliar o cinema brasileiro a se desenvolver e conseqüentemente formar uma cadeia produtiva.

Os problemas com esta cadeia produtiva dependente do governo federal serão expostos através da revisão bibliográfica de autores como Antonio Carlos Canelas Rubim, professor titular da Universidade Federal da Bahia, Jean-Claude Bernardet, teórico e roteirista de cinema; Frantjesco Ballerini, professor e coordenador da Academia Internacional de Cinema e Vanessa Amalia Valiati, Doutoranda em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Segundo Vanessa Valiati (2013, p. 91), as principais críticas ao sistema em vigor são “a burocracia excessiva, a demora nos processos de seleção e a dificuldade no acesso”.

No segundo capítulo apresentarei um estudo sobre os conceitos principais do *crowdfunding* e sua breve história, posteriormente através da revisão bibliográfica de trabalhos acadêmicos de Vanessa Amália Dalpizol Valiati e Yuri Almeida, constataremos o crescente número de obras audiovisuais que vem se valendo do financiamento coletivo para a captação da verba necessária para a realização. Vanessa Valiati (2013, p. 91) crê que “um dos motivos do crescimento do sistema de *crowdfunding* possa ser a necessidade de agilizar a captação de recursos”, especialmente para produtores inexperientes e obras de baixo orçamento.

Será estudado o caso do documentário longa-metragem “*Brasil Grande do Sul*”, do qual este pesquisador é também produtor e diretor, a fim de comprovar esta ferramenta como uma alternativa para produtores independentes. O filme “*Brasil Grande do Sul*” é um

² Entende-se por produtor independente aquele que esteja enquadrado na Instrução Normativa n. 91 no capítulo 1-A da ANCINE. Disponível em: < <http://www.ancine.gov.br/legislacao/instrucoes-normativas-consolidadas/instru-o-normativa-n-91-de-01-de-dezembro-de-2010>> Acesso em: 10 nov. 2014.

documentário em longa-metragem com duração de 100 min. lançado em 25 de Julho de 2014. O filme narra os últimos 5 anos de vida do Grêmio Esportivo Brasil, clube de futebol da cidade de Pelotas. Em 2009 o ônibus do clube sofreu um acidente onde morreram 3 atletas, outros foram incapacitados para o futebol, dentre os 31 passageiros, apenas 1 saiu completamente ileso. Após a tragédia o time caiu para segunda divisão do futebol gaúcho, onde permaneceu pelos 4 anos seguintes enfrentando além de péssimas condições para o futebol uma crise financeira muito grande. O documentário ainda narra o retorno à primeira divisão em 2013, e o título de Campeão do Interior Gaúcho de 2014. O filme teve parte de seu custo financiado através do *site* de financiamento coletivo *Kickante*³.

Por fim seguirão as considerações finais com uma reflexão e uma retomada de alguns conceitos e entendimentos retirados do estudo.

2. Contexto do atual cenário de financiamento de obras audiovisuais

No ano de 1986 criou-se “a primeira lei brasileira de incentivos fiscais para financiar a cultura: a chamada Lei Sarney” (SARNEY, 2000 apud RUBIM 2007, p.101-103). No governo Collor, segundo Rubim(2007), a Lei Sarney deu origem a Lei Rouanet (nº 8.313, de 1991)⁴, que continua em vigência, tendo passado por reformas nos governos de Fernando Henrique Cardoso e Lula, instituindo o Programa Nacional de Apoio a Cultura (PRONAC), disponibilizando recursos para o desenvolvimento de diferentes áreas culturais através do Fundo Setorial do Audiovisual, do Fundo Nacional de Cultura e de editais do Ministério da Cultura.

Estas leis desde o princípio passaram a ser “componente vital do financiamento à cultura no Brasil” (RUBIM, 2007). E a partir do governo de Itamar Franco a Lei do Audiovisual (nº 8.685, de 1993)⁵ ampliou o abatimento para 70% do imposto devido, “esta última legislação foi fundamental para a Retomada⁶ do cinema brasileiro” (CAETANO, 2005

³<<http://www.kickante.com.br>>. Acesso em: 20 ago. 2014.

⁴<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18313cons.htm> . Acesso em: 20 ago. 2014.

⁵<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18685.htm>. Acesso em: 20 ago. 2014.

⁶ O ano de 1995 é considerado como o ano da “retomada do cinema brasileiro”, observou-se a volta de produções cinematográficas brasileiras relevantes, tais como “Carlota Joaquina (Carla Camurati, 1995), “O Quartilho” (Fábio Barreto, 1995) e “Cinema de Lágrimas” (Nelson Pereira dos Santos, 1995). “ O sucesso de Carlota Joaquina, a euforia do Real e o centenário do cinema ajudaram a entender porque o ano de 1995 é

apud RUBIM 2007, p.101-103).

A fim de regular e fiscalizar o mercado do cinema e do audiovisual no Brasil, a ANCINE foi criada em 2001 pela Medida Provisória 2228-1. Existem duas formas de fomento através da ANCINE, o direto, que é o apoio à projetos através de editais e seleções públicas, seletivo ou automático, levando em conta o desempenho da obra no mercado e em festivais, o que inclui o PAR – Prêmio Adicional de Renda e o PAQ – Programa ANCINE de Incentivo à Qualidade do Cinema Brasileiro, e o indireto, que se dá por meio dos mecanismos de incentivo fiscal da Lei Rouanet e da Lei do Audiovisual. (ANCINE, 2014)

Com a Lei Rouanet e a Lei do Audiovisual o recurso utilizado é público ainda que o poder de decisão sobre onde vai ser aplicado seja da iniciativa privada. Ou seja, depois que um projeto é aprovado na ANCINE para utilizar uma porcentagem do imposto devido pela empresa ou pessoa física, o projeto ainda assim passa por uma avaliação da própria empresa, normalmente pelo setor de marketing. Segundo Ballerini (2012), existe um desinteresse das empresas em investir em projetos fora do principal eixo de produção do país por receio de ter pouca visibilidade de suas marcas, e apesar de serem leis federais a maioria dos projetos concluídos é proveniente de São Paulo e Rio de Janeiro. “Em 2007, por exemplo, dos 82 longa-metragens que chegaram às salas, apenas 7% foram feitos por produtoras de fora do eixo Rio-São Paulo” (BALLERINI, 2012).

A ANCINE tem como missão “induzir condições isonômicas de competição nas relações dos agentes econômicos da atividade cinematográfica e videofonográfica no Brasil, proporcionando o desenvolvimento de uma indústria forte, competitiva e autossustentada” (ANCINE, 2014). No entanto as condições de competições entre os produtores não são isonômicas, Juca Ferreira, Ministro da Cultura entre os anos de 2008 e 2011, faz um alerta sobre a concentração da verba arrecadada na mão de poucos proponentes.

Não queremos demonizar a Lei Rouanet, mas 18 anos depois, temos que fazer uma discussão. A lei tem muitas qualidades, mas também tem defeitos gravíssimos. No ano passado disponibilizamos R\$ 1 bilhão em recursos públicos e 50% desses recursos foram captados por 3% (dos proponentes). Isso não é justo. Isso não é política pública. (FERREIRA, 2009 apud SENDA, 2013, p. 43).

Os problemas com as leis de incentivo e seu real alcance vão além. Em discurso de Roberto Moreira ao tomar posse do cargo de presidente do Sindicato da Indústria Audiovisual do Estado de São Paulo, em 15 de dezembro de 2009, nota-se esse desconforto:

As empresas não conseguem realizar um planejamento estratégico, refêns que estão de diretores de marketing e comissões de seleção. Mais letal, o processo de captação é lento e fragmentado, o que inviabiliza financeiramente as produtoras e as torna eternamente descapitalizadas, lutando para levantar recursos mês a mês⁷. (MOREIRA, 2009 apud BERNADET, 2010)

Levando em conta que as Leis de Incentivo a cultura são de caráter provisório, Ballerini (2012) expõe uma preocupação.

E se, do dia para a noite, acabassem os incentivos fiscais, tal como aconteceu no governo Collor? O resultado seria o desaparecimento da maioria das pequenas e médias produtoras – pois elas precisam dos recursos incentivados para se arriscar em projetos de longa-metragem -, restando no mercado produtoras parceiras da Globo Filmes, que, por sua vez, ditaria o perfil dos produtos aos quais gostaria de se associar. (BALLERINI, 2012)

Além do dos incentivos nacionais temos em âmbito estadual algumas formas de fomento a cultura. O Sistema Estadual Unificado de Apoio e fomento as Atividades Culturais (Pró Cultura Lei 13.490/2010) disponibiliza duas formas distintas de financiamento, a Lei de Incentivo à Cultura (LIC), que funciona através da renúncia fiscal do ICMS, e o Fundo de Amparo a Cultura (FAC), onde os recursos são repassados diretamente pelo Estado.

O autor Valiati (2010 apud VALIATI, 2012 p. 8) referindo-se a LIC demonstra que a demanda por recursos é grande, no entanto, somente um quarto é aprovado para receber financiamento através de incentivos fiscais e metade disto é captado.

Valiati (2013) ainda discorre sobre o Fundo Setorial do Audiovisual, criado em 2006 pela Lei n.º 11.437. Este fundo é uma ramificação do Fundo Nacional da Cultura (FNC) e promove diferentes setores do audiovisual.

O Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) é um fundo destinado ao desenvolvimento articulado de toda a cadeia produtiva da atividade audiovisual no Brasil. O FSA contempla atividades associadas aos diversos segmentos da cadeia produtiva do setor – produção, distribuição/comercialização, exibição, e infraestrutura de serviços – mediante a utilização de diferentes instrumentos financeiros, tais como

⁷Discurso reproduzido no blog de Jean-Claude Bernadet em 2010, disponível em: <http://jcbernadet.blog.uol.com.br/arch2010-01-17_2010-01-23.html>. Acesso em 10 ago. 2014.

investimentos, financiamentos, operações de apoio e de equalização de encargos financeiros. Os recursos que compõem o Fundo Setorial do Audiovisual são oriundos do Orçamento da União e provêm de diversas fontes, principalmente da arrecadação da CONDECINE – Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional, e de receitas de concessões e permissões, principalmente o FISTEL – Fundo de Fiscalização das Telecomunicações.

A Condecine tem como fato gerador a veiculação, produção, licenciamento e distribuição de obras audiovisuais com finalidade comercial e, a partir da Lei 12.485/11, passou a ser devida pelos prestadores de serviços que se utilizem de meios que possam distribuir conteúdos audiovisuais, tais como as empresas de telecomunicações e operadoras de televisão por assinatura (serviço de acesso condicionado). (ANCINE, 2014)

Existe também o Fundo de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional (FUNCINE), em vigor desde 2008.

Trata-se de um fundo de investimento constituído sob a forma de condomínio fechado, sem personalidade jurídica, administrados por instituição financeira autorizada pelo Banco Central do Brasil, inclusive agências e bancos de desenvolvimento, e destinados ao investimento em projetos aprovados pela ANCINE. Nesse caso, o investidor pode abater a totalidade do valor aplicado na aquisição de quotas dos FUNCINES para dedução de até 3% do imposto de renda devido. No caso de pessoa física, a dedução é de até 6%. (VALIATI, 2013, p. 92)

Entre estas formas de fomento ainda podemos citar as coproduções internacionais, possíveis através de acordos firmados entre países para temporariamente disponibilizar vantagens para o financiamento. Podemos citar o Fundo Ibero-americano de Apoio, que estimula a produção e distribuição de filmes da Península Ibérica e América Latina (VALIATI, 2013).

Além das coproduções, existem os editais de financiamento direto promovidos pelo Ministério da Cultura por meio da Secretaria do Audiovisual (SAV). Estes editais possuem grande número de concorrentes, segundo estudo de Valiati (2013) nos editais abertos em 2012, o número de concorrentes inscritos, somando todas as categorias, foi de 2,719 mil.

Apesar das diversas maneiras que o produtor pode buscar aporte junto ao governo, podemos constatar barreiras que o afastam do financiamento de sua obra audiovisual, como geográfica e financeira, além da burocracia excessiva e do grande número de concorrentes resultando na destinação da verba para a mão de poucos proponentes.

3. *Crowdfunding*

O *crowdfunding* pode ser definido como financiamento (funding) pela multidão (crowd), onde, através de doações via internet é possível chegar ao valor necessário para realizar um projeto. Segundo Valiati (2013) este sistema já foi usado desde o financiamento de campanhas políticas até shows, trabalhos fotográficos, exposições, entre outras.

Em sua essência, o crowdfunding torna possível a criação e realização de produtos que estão fora da zona de interesse da grande indústria. Shows, filmes, peças de teatro e uma vasta gama de ideias criativas e de baixo orçamento são produzidos com o apoio do público interessado, com base nas redes estabelecidas pela Internet. Nesse sistema, por meio das novas tecnologias, o consumidor abandona uma suposta passividade e alienação e organiza-se em grupos que unem esforços (nesse caso, a doação de dinheiro) e destinam fundos a um projeto de seu interesse. Dessa forma, o consumidor pode se tornar parte do processo de produção de bens culturais sem a necessidade da intermediação burocrática presente na indústria cultural. (VALIATI, 2013, p. 43)

O *crowdfunding* funciona, segundo Valiati (2013), através de uma plataforma especializada na internet o doador escolhe o valor a ser doado em troca de determinada recompensa já previamente ligada a este valor. Já por parte do proponente, primeiramente encontra-se um objetivo, qual o valor necessário para tirar o projeto do papel, posteriormente enumera-se recompensas de acordo com os valores doados. Normalmente as plataformas utilizam a política do tudo ou nada. Ou seja, se o projeto não alcança seu objetivo de arrecadação o dinheiro volta para os doadores, muitas vezes em forma de crédito para que estes possam doar para outros projetos. Atualmente muitos sites estão aderindo à campanhas flexíveis, onde mesmo que não seja arrecado o total da verba pretendida o proponente ainda assim leva o dinheiro.

O sistema de financiamento coletivo, ou o *crowdfunding*, tem apresentado crescimento constante nos últimos anos, de acordo com a empresa *Massolution*⁸, especializada em *crowd business*. Em 2012 o número de plataformas já chegava a mais de 400, e foram responsáveis pela movimentação de 2,7 bilhões de dólares, contra 1,5 bilhões no ano anterior, e uma estimativa de 5,1 bilhões de dólares para o ano de 2013.

⁸ Pesquisa encontra-se no site: <http://www.crowdsourcing.org/editorial/2013cf-the-crowdfunding-industry-report/25107?utm_source=website&utm_medium=text&utm_content=LP+bottom&utm_campaign=2013CF+Launch>. Acesso em: 10 nov. 2014.

No Brasil este tipo de ferramenta chegou em 2009 com o site *vakinha.com*⁹, antes mesmo da popularização do termo *crowdfunding*. Segundo Valiati (2013) a idéia do site era disponibilizar ao usuário uma ferramenta que permitisse a possibilidade de arrecadar dinheiro por meio de doação para projetos variados, de casamentos a projetos sociais. Com o tempo este tipo de ferramenta foi se popularizando, assim como ao redor do mundo, e outros sites brasileiros começaram a surgir, como o *catarse.me*¹⁰.

Desde então o país também apresenta crescimento nesta área, seguindo o cenário mundial. De acordo com pesquisa de Valiati (2013) ao fim do ano de 2012 eram 30 sites no país, arrecadando um total de R\$ 12 milhões. Até outubro de 2013 o número de plataformas já havia aumentado para 42.

Dentre os projetos financiados a grande maioria são de cunho artístico, segundo pesquisa de Brancatelli (2013 apud. Vitalli, 2013) o número de projetos culturais e criativos financiados coletivamente é de 75% do total. E ainda, 64% das plataformas disponíveis encontra-se voltada para este tipo de projeto. (Vitalli, 2013)

O financiamento coletivo para obras culturais não é totalmente novo, segundo Valiati (2013), Nei Lisboa, lançou na década de 80 o álbum *Pra Viajar no Cosmos não precisa Gasolina*. O financiamento se deu através da pré-venda do *LP*, ou seja através de uma recompensa para a doação, conforme o sistema atual. 30 anos após o sucesso da campanha o cantor repete a pré-venda através do site *Catarse*, sobre o processo, Nei Lisboa (apud Vitalli, 2013) comenta: “o disco já acontece com uma partida de distribuição e, sobretudo, com calor humano. O processo é fantástico.”

3.1 Crowdfunding como forma de financiamento de produções audiovisuais independentes

Na área do audiovisual um número crescente de projetos vem obtendo sucesso em suas campanhas de arrecadação, ou seja, são capaz de angariar todo recurso traçado como objetivo. Segundo pesquisa de Valiati (2013) o projeto de maior arrecadação (mais de US\$ 5

⁹ <<http://www.vakinha.com>>. Acesso em: 20 ago. 2014.

¹⁰ <<http://www.catarse.me>>. Acesso em: 20 ago. 2014.

milhões, ou, 285% da meta inicial) do *site Kickstarter*¹¹ trata-se do *Veronica Mars Movie Project*, filme baseado em uma série americana cancelada depois de três temporadas.

Outro projeto que pode ser citado entre os maiores arrecadadores na categoria *Film & Video* do *site Kickstarter* (US\$3 milhões) é *Wish I was here* onde o ator hollywoodiano Zach Braff estreia como diretor. Depois do sucesso de arrecadação destes dois projetos o cineasta Spike Lee também recorreu ao *crowdfunding*. A campanha arrecadou US\$ 1,4 milhão em doações para o projeto *The Newest Hottest Spike Lee Joint*, que deu origem ao filme *Da Sweet Blood of Jesus*.

Segundo Valiati (2013) o site também ajudou a captar recursos para 14 filmes que foram exibidos no *Sundance Festival* de 2012. Recentemente, o curta-metragem *Inocente*, financiado pela plataforma, foi ganhador do Oscar na categoria documentário de curta-metragem. Em 2012, 63 filmes financiados via *Kickstarter* estrearam nos cinemas dos E.U.A.

No Brasil, o *crowdfunding* ainda não tem números tão expressivos quanto nos E.U.A., segundo pesquisa de Valiati (2013) os filmes financiados através desta ferramenta são de baixo orçamento, em sua maioria curtas metragens universitários ou de produtores independentes. Ainda segundo a autora, a consolidação do *crowdfunding* no País serviu também como forma de “incrementar” filmes que deveriam ser produzidos com ou sem financiamento, sendo que a prática é obrigatória nas faculdades de cinema. O que melhora as condições de realização, resultando em curtas universitários de maior qualidade.

Uma novidade no país é o *cineasta.cc*¹², um site dedicado exclusivamente ao *crowdfunding* de projetos audiovisuais. O interessante é que além de uma contribuição financeira individual, a plataforma permite contribuições de empresas, que podem escolher ser patrocinadoras ou se querem inserir seus produtos na narrativa do audiovisual. Além disso, quem quiser se envolver na produção do projeto, seja como produtor, diretor, ator ou o que seja, pode se candidatar na plataforma.

Em um projeto de *crowdfunding* é permitido arrecadar fundos para as mais diversas atividades e os mais variados fins. No caso da categoria Cinema e Vídeo, a

¹¹<<http://www.kickstarter.com>>. Acesso em: 20 ago. 2014.

¹²<<http://cineasta.cc>>. Acesso em 18 ago. 2014.

finalidade predominante é a produção. Também é possível combinar finalidades diferentes, dado o caráter libertário do sistema. Logo, este estudo deparou-se com as mais diversas possibilidades. Para fins de simplificação agrupou-as em: produção e pós-produção, produção, pós-produção e distribuição, pós-produção e distribuição. Dos 139 projetos financiados, 83 declaram a necessidade de angariar fundos para custear as atividades compreendidas na etapa de produção da obra, o que corresponde a 58% do total. (VALIATI, 2013)

Através deste estudo percebeu-se o crescente número de projetos audiovisuais que estão sendo financiados através do *crowdfunding* pelo mundo, mais especificamente no Brasil, notou-se que em sua maioria são obras independentes de baixo orçamento e de produtores universitários.

4. O Caso do longa metragem Brasil Grande do Sul

O G.E.Brasil é um clube tradicional da cidade de Pelotas, localizada no interior do Rio Grande do Sul, sendo conhecido principalmente pela paixão de sua torcida. Este clube tem em sua história um capítulo que o torna único, um acidente envolvendo o ônibus que levava a delegação do time vitimou 3 atletas e feriu outros 27. O ano da tragédia foi 2009 mas no decorrer dos 4 anos seguintes o clube ainda sofreria as mazelas do acidente. Fora rebaixado naquele fatídico ano e lutava para reaver seu lugar na 1ª. Divisão do Campeonato Gaúcho.

Então no ano de 2013 motivados por essa história a equipe de produção começou a construir o projeto do filme *Brasil Grande do Sul*. Devido ao time já estar em atividade e jogando pela 2ª. Divisão do Campeonato Gaúcho, as gravações começaram antes mesmo de se ter um projeto pronto para a busca de possíveis patrocinadores.

A partir do momento em que no projeto constavam os dados da produção, como histórico de produções da equipe, além da contrapartida oferecida à empresa e orçamento, os produtores partiram em busca de apoio financeiro junto às empresas locais. Não obtendo sucesso nesta busca por patrocinadores e apoiadores, os produtores do filme “Brasil Grande do Sul” buscaram outras alternativas para o financiamento deste projeto. A inscrição em editais públicos se tornou inviável pelo curto período de tempo disponível entre o início das gravações e a data pretendida para o lançamento. Nós, produtores, estávamos cientes que

iríamos encontrar um processo longo e exaustivo, e mesmo com a verba ainda enfrentaríamos muitos processos burocráticos para a prestação de contas.

Começou-se então a busca para uma forma alternativa para o financiamento desta obra. Levando em conta a paixão do torcedor do G.E.Brasil, e a forma como costuma se mobilizar em torno do clube, a idéia de buscar a verba para a realização do filme através do próprio torcedor começou a amadurecer. A fanática torcida pelotense no ano de 1945 foi responsável pela construção do estádio Bento Freitas, sede do clube, através de doações de materiais de construção. A troca do gramado do estádio e construção de um alambrado também foram iniciativas vindas dos torcedores.

Levando este histórico em conta e tendo conhecimento de uma caso de êxito na cidade de Pelotas do uso do *crowdfunding* para o financiamento de um projeto cultural (a gravação do álbum “*Foi no mês que vem*” de Vitor Ramil), os produtores começaram a pesquisar as plataformas disponíveis para tal financiamento e outros casos da cidade de Pelotas.

Alguns pontos devem estar bem claros em projetos de financiamento coletivo: a proposta, a contrapartida social e as recompensas para quem apoiar, são os principais deles. No entanto a estruturação do projeto “*Brasil Grande do Sul*” partiu da descrição do trabalho da equipe, que atuava na produção deste documentário há pelo menos 16 meses, na tentativa de conquistar a confiança do possível apoiador. Como ferramenta para unir emocionalmente o público à obra não acabada foi desenvolvido um vídeo-promo com imagens captadas no ano de 2013 de jogos da campanha que deu o título da segunda divisão do Campeonato Gaúcho para o *G.E.Brasil* e acompanhadas por uma trilha sonora original produzida para o filme, a fim de demonstrar a capacidade técnica da equipe e também de emocionar e cativar o financiador.

Por fim, o projeto foi um sucesso na arrecadação de recursos, através do site de financiamento coletivo foram angariados aproximadamente 50% do valor pretendido (R\$32.500,00). 15 dias após o término da campanha e 60 dias após seu início o dinheiro já estava a disposição para dar-se início as fases posteriores à produção.

As empresas que posteriormente vieram a apoiar o projeto sentiram-se mais motivadas a entrar depois da repercussão que teve a campanha do financiamento coletivo, por se tratar de uma novidade diversos veículos de mídia da cidade e do estado se interessaram em contar a história da realização do filme.

A divulgação deste projeto de *crowdfunding* foi realizada através das redes sociais visando alcançar o público que já demonstrou interesse em apoiar outras obras através do financiamento coletivo, ou que tenha algum envolvimento com a temática da obra, no caso o clube de futebol Grêmio Esportivo Brasil e sua trajetória nos últimos 5 anos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Levando em conta o caráter provisório das Leis de Incentivo a Cultura podemos afirmar que os produtores audiovisuais precisam encontrar formas alternativas para viabilizar seus projetos.

Podemos ver que os beneficiados pelos incentivos governamentais representam uma pequena fatia do grande número de produtores audiovisuais, crescente a cada ano devido ao número cada vez maior de cursos universitários e técnicos na área. Vimos através do estudo que justamente este perfil de produtor audiovisual, universitário e independente, é o mais recorrente entre aqueles que obtêm sucesso no financiamento coletivo de sua obra.

Apresentando o *crowdfunding* como um meio alternativo à estes métodos tradicionais de financiar um projeto audiovisual foi mostrado que além de evitar uma burocracia excessiva, tanto na arrecadação como na prestação de contas, o financiamento coletivo possui outras vantagens, como também a agilidade no processo de arrecadação, e a autonomia para gerir o dinheiro arrecadado.

O *crowdfunding* se apresenta como uma ferramenta nova e importante para produtores independentes e iniciantes a fim de obterem mais controle nas suas produções, seja criativa ou financeira. Ou seja é uma alternativa viável às formas de fomento à cultura atuais, através de incentivos fiscais e editais de órgãos públicos, especialmente para produções de baixo orçamento.

BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA, Yuri. *Crowdfunding: As possibilidades de financiamento colaborativo da cultura*. Disponível em: <<http://www.ufrb.edu.br/ebecult/wp-content/uploads/2012/04/Crowdfunding-as-possibilidades-de-financiamento-colaborativo-da-cultura.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2014.

BALLERINI, Franthiesco. *Cinema Brasileiro no Século 21: Reflexões de cineastas, produtores, distribuidores, exibidores, artistas, críticos e legisladores sobre os rumos da cinematografia nacional*. Summus Editorial, São Paulo, 2012.

BERNADET, Jean-Claude. Blog do Jean-Claude. Disponível em: <http://jcbarnardet.blog.uol.com.br/arch2010-01-17_2010-01-23.html>. Acesso em: 10 ago. 2014.

COCATE, Flávia Medeiros; JÚNIOR, Carlos Pernisa. *Crowdfunding: estudo sobre o fenômeno virtual*. *Libero*. São Paulo. v. 15, n. 29, p. 135-144, jun. de 2012. Disponível em: <<http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/12-Crowdfunding.pdf>>. Acesso em: 18 ago. 2014.

FORMATAÇÃO nas Normas da ABNT. Disponível em: <<http://formatacaoabnt.blogspot.com.br>>. Acesso em: 18 set. 2014.

LEI do Audiovisual (Lei nº 8.685 de 1993). Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8685.htm>. Acesso em: 15 ago. 2014.

LEI Rouanet (Lei nº 8.313 de 1991). Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/leis/-/asset_publisher/aQ2oBvSJ2nH4/content/lei-rouanet-578538/10895>. Acesso em: 15 ago. 2014.

MARSON, Melina Izar. *Cinema e Políticas de Estado, da Embrafilme à Ancine*. São Paulo: Editora Escirturas, 2009.

PINTO, Ivonete. *Normas para Formatação de Artigo Científico*. Disponível em: <http://iad.ufpel.edu.br/cinema/animacao/tcc/normas_tcc_cinema_animacao_audiovisual.pdf>. Acesso em: 18 set. 2014.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. *Políticas culturais no Brasil: tristes tradições*. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 13, p. 101-113, jun. 2007.

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

SENDA, Roberta Vieira. *O financiamento coletivo online como ferramenta de democratização do acesso à cultura no Brasil*. Monografia submetida ao curso de Ciências Sociais pela Universidade de Brasília, 2012. Disponível em:

<http://bdm.unb.br/bitstream/10483/6719/1/2013_RobertaVieiraSenda.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2014.

VALIATI, Leandro. *Economia da Cultura e Cinema: notas empíricas sobre o Rio Grande do Sul*. Terceiro Nome. São Paulo, 2010.

VALIATI, Vanessa Amália Dalpizol; TIETZMANN, Roberto. *Crowdfunding: O Financiamento Coletivo como Mecanismo de Fomento à Produção Audiovisual* In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL. 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2012/resumos/R30-1090-1.pdf>>. Acesso em: 15 ago. 2014.

VALIATI, Vanessa Amália Dalpizol. *Crowdfunding no cinema brasileiro : um estudo sobre o uso do financiamento coletivo em obras audiovisuais brasileiras de baixo orçamento*. Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul / Faculdade de Comunicação Social / Programa de Pós Graduação em Comunicação Social, Porto Alegre, 2013. Disponível em: <<http://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/5614/1/000453201-Texto+Completo-0.pdf>>. Acesso em: 14 ago. 2014

FILMES

BRASIL Grande do Sul. (Brasil, 2014) Dir.: Bruno Frantz e Maciel Fischer.

DA Sweet Blood of Jesus. (EUA, 2014) Dir.: Spike Lee.

VERONICA Mars. (EUA, 2014) Dir.: Rob Thomas.

WISH I was here. (EUA, 2014) Dir.: Zach Braff.

SITES

CATARSE: <<http://www.catarse.me/pt/projects>>. Acesso em: 30 ago. 2014.

CINESTA: <<http://www.cineasta.cc>>. Acesso em: 30 ago. 2014.

KICKANTE: <<http://www.kickante.com.br>>. Acesso em: 30 ago. 2014.

KICKSTARTER: <<https://www.kickstarter.com>>. Acesso em: 30 ago. 2014.

VAKINHA: <<http://www.vakinha.com>>. Acesso em: 30 ago. 2014.