



***Crowdfunding* e o Audiovisual: Um Estudo Sobre o Site Catarse e sua Relação com o Cinema Brasileiro¹**

Viviane RODRIGUES²

Renata PRADO³

Faculdade Estácio de Sá, Juiz de Fora, MG

Resumo

Este artigo concentra-se, primeiramente, na análise do financiamento coletivo e dos projetos que contribuíram para sua futura adaptação a plataformas *online*, e posteriormente para sua consolidação como mecanismo de fomento na realização de obras cinematográficas. Em seguida, é abordada a chegada do cinema no Brasil, bem como sua constante dependência de mão de obra estrangeira, produtoras e leis de incentivo. Após o panorama da situação do cinema nacional pré-financiamento coletivo, o estudo faz uma síntese do cenário do audiovisual contemporâneo e suas possíveis dificuldades de produção. Assim é feito um levantamento com base em dados e entrevistas sobre o Catarse, principal plataforma de financiamento coletivo do Brasil.

Palavras-chave

crowdfunding; cinema independente; catarse; cinema nacional; financiamento coletivo

¹ Trabalho apresentado no IJ1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

² Graduada no Curso de Jornalismo da Faculdade Estácio de Sá- JF email: vivianeerss@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Faculdade Estácio de Sá- JF, email: pradorenata@gmail.com



Introdução

Inicialmente intitulado *Crowdsourcing* – expressão ligada à colaboração coletiva – o modelo passa a denominar-se *Crowdfunding* à medida que é transportado para plataformas da *web*. No Brasil, o sistema consolidou-se recentemente estendendo-se a movimentos sociais, filantrópicos e artísticos, notoriamente representados pelo audiovisual.

O papel da colaboração em massa na propagação do cinema nacional é notado, sobretudo, no campo independente, já que este enfrenta dificuldades ocasionadas pelos altos custos de produção, além do limitado espaço oferecido pelas salas de cinema. Baseado na evolução do cinema como um todo, este artigo se objetiva refletir sobre a questão da eficácia dos modelos de financiamento coletivo enquanto condutores do ramo cinematográfico. Em um contexto mundial, pauta-se pelas frequentes crises econômicas que, conseqüentemente acarretam no enfraquecimento das produções, em seguida em âmbito nacional, passando pelo seu histórico instável, até a conquista de um espaço efetivo. Enquanto agências de incentivo ensaiam uma possível reação positiva em meio às constantes oscilações, surge, em meados da década de 90 a crise de desvalorização do real, afetando ainda mais as produções brasileiras. Assim, instala-se a Lei do Audiovisual, em um período de grande intervenção do Estado nos setores culturais, fato que afasta cineastas independentes de um provável ajustamento na área do audiovisual.

Desta forma surge, em 2011 o site Catarse, contribuindo amplamente para a execução de projetos, sobretudo ligados ao audiovisual. Antes de analisar a plataforma sob embasamento cinematográfico, é primordial consultar dados, bem como os proprietários, para, enfim, analisar sua relação com projetos cinematográficos, listando suas localidades, filmes, documentários e curtas-metragens em captação. Por fim, há os três projetos que contabilizam as maiores arrecadações, bem como entrevistas com cineastas com o objetivo de averiguar a eficácia do modelo.

Surgimento e ascensão do *Crowdfunding* no Brasil e no mundo

O financiamento coletivo é comumente associado a ações que envolvem plataformas da *web* e mídias sociais, mas o que pouco se sabe, é que seu início não se assemelha em nada com os processos de financiamento online utilizados atualmente.



Isso porque, o primeiro exemplo de colaboração coletiva trata-se da construção da Torre Eiffel, projeto que fazia parte das comemorações do centenário da Revolução Francesa. Através de um concurso, diversos esboços foram analisados, mas só um aprovado, seu autor, o engenheiro Gustave Eiffel, foi o responsável por idealizar um dos monumentos mais visitados do mundo (KNOPF, 2013).

Este modelo de colaboração em massa recebe o nome de *Crowdsourcing*, e é “essencialmente associado à colaboração em massa, à produção coletiva, a processos cooperativos, colaborativos, voluntários, gratuitos e de autoria não identificada” (ZANONA; PETEROSI; BRANDÃO, 2013, p. 45).

Devido à evolução associada a ferramentas da internet, a colaboração em massa se transporta para a *web*, dando início, assim, ao *Crowdfunding*, que funciona da seguinte forma: o realizador define o projeto, valor, recompensa e prazo, se cadastra em um site e fica responsável pela divulgação. Se o valor estipulado não for atingido, o projeto não é financiado e o dinheiro devolvido aos colaboradores (FURINI; TIETZMANN; VALIATI, 2013, p.3).

Muito se discutiu sobre as mudanças provocadas na indústria fonográfica em razão do surgimento de novas formas de compartilhamento musical. Bandas que experimentaram seu auge na década de 70 e 80 sofreram com questões financeiras, resultando, na maioria das vezes, em cancelamento de shows e turnês. Um exemplo é o grupo britânico Marillion, que rompeu com a gravadora EMI, passando por uma crise financeira que se estendeu até 1997, ano em que a banda comunicou que não seria possível excursionar pelos EUA. Por conseguinte, alguns fãs se unem com o objetivo de financiar a ida da banda ao país, episódio que ficou conhecido como o primeiro financiamento coletivo em prol de um fundamento cultural (GONÇALVES, 2012, p. 5). A partir daí, projetos das mais variadas categorias começam a ser financiados à medida que outras plataformas surgem. A primeira a obedecer aos moldes utilizados atualmente surgiu em 2006 na Europa. Denominado *Sellaband*, o site holandês auxilia artistas na arrecadação de quantias para gravações de discos por meio de doações de fãs, os quais recebem em troca um CD com o resultado final e uma comissão sob as vendas (CAETANO, 2010).

Dada sua repercussão positiva, páginas similares se expandem por diversos países, ampliando as perspectivas de colocar em prática projetos que não se restringem a um só âmbito, como o *Kickstarter*, plataforma criada em 2009 por 21 jovens que buscavam um sistema para conceber seus próprios projetos. Segundo dados



disponibilizados pelo próprio *Kickstarter*, a plataforma atingiu em março de 2014 US\$ 1 bilhão em doações feitas por mais de cinco milhões de colaboradores, arrecadando mais de US\$ 660 milhões os Estados Unidos foram campeões de doações, com 3,7 milhões de apoiadores.

Já a primeira experiência de financiamento coletivo no Brasil acontece em 2009 com a plataforma Vakinha.⁴ A ideia surgiu em um casamento no ano de 2006, a partir de uma vaquinha organizada por amigos do casal, na qual os noivos arrecadariam uma quantia necessária para gastar com itens para a casa. Para facilitar o método, uma página na internet foi desenvolvida, mas só em 2009 foi lançada na rede, objetivando desde necessidades pessoais a ações de cunho cultural.⁵

Apesar de seu crescente desenvolvimento no Brasil, o financiamento coletivo online ainda lida com dificuldades. “A falta de transparência e os percentuais cobrados pelo serviço a cada doação são algumas questões passivas de avaliações” (FELINTO, 2012, p. 09). A ausência de uma rede de apoio em determinados projetos também contribui amplamente para que uma obra não atinja seu objetivo, isso porque o *Crowdfunding* age como uma ferramenta complementar, portanto é essencial a atribuição de meios que possibilitem uma maior eficácia no momento de arrecadação dos projetos, tais como produtoras, ou, em alguns casos, leis de incentivo.

As barreiras enfrentadas pelo *Crowdfunding* no Brasil não se restringem apenas ao que as plataformas podem oferecer aos usuários. Em entrevista publicada no *site* Cultura e Mercado, Rafael Zatti (2012) aponta uma carência na delimitação de objetivos realistas, afirmando que a meta não deve ser superior ao potencial do projeto, fator determinante para que estes não atinjam o valor proposto.

Apesar de contar com diversas plataformas especializadas em temas como cultura e criatividade, o Brasil disponibiliza apenas um site voltado exclusivamente ao audiovisual. O *Cineasta.cc*⁶ está no ar desde 2012 e funciona da seguinte maneira: o interessado envia o projeto cinematográfico, diz quanto precisa para realizá-lo e define um prazo. Quem se interessar pela ideia poderá aprová-la com doações a partir de R\$ 10 podendo receber recompensas caso o projeto seja aceito.

No Brasil, o cinema passa por constantes transições sociais, financeiras e culturais. Portanto, é essencial traçar características de cada etapa do audiovisual

⁴ <http://www.vakinha.com.br>

⁵ Disponível em: <http://site.vakinha.com.br/quem-somos>

⁶ <http://cineasta.cc>



nacional, desde sua criação, até a dependência de mecanismos estrangeiros e grandes distribuidoras.

O audiovisual brasileiro pré e pós-*Crowdfunding*

A estreia do cinema no Brasil acontece em 1896 através do *Omniographo*, máquina que projetava imagens por meio de fotografias. O período que se sucede é marcado por uma intensa carência em sua escala cinematográfica. Foi aí que distribuidoras norte-americanas se depararam com um mercado propício a receber novidades. *Fox*, *Universal* e *Paramount* são alguns nomes que viram no país uma lucrativa oportunidade. Com o cinema europeu – sobretudo o francês - adquirindo cada vez mais força nos quatro cantos do mundo, não demorou muito para que ele também se instalasse no Brasil exercendo grande influência.

Nos anos seguintes prossegue-se com a ausência de fontes de exibição e produção cinematográfica, fato que se estende até de 1907, ano em que começa a se fazer uso da energia fornecida pela usina do Ribeirão das Lages no Rio de Janeiro. É impossível não atribuir o aumento de distribuição de energia ao avanço ocorrido no audiovisual, possibilitando a abertura de diversas salas de cinema nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo.

Apesar da fase áurea resultante de grandes produções no cinema nacional, o ano de 1912, foi marcado por uma queda na realização cinematográfica no Brasil. A crise em questão se equipara a carência de recursos tecnológicos que se deu graças à explosão da Primeira Guerra Mundial, evento que bloqueou a importação de materiais necessários para a produção do audiovisual no país (ESPAÑA, [200?]).

Paralela a esta fase surge um gênero atribuído a conteúdos essencialmente brasileiros. A “chanchada” nasce para, ao mesmo tempo, alavancar a produção de filmes e dividir a opinião de críticos. “A denominação de chanchada parece advir originariamente do teatro, termo que seria empregado para designar essencialmente má qualidade e que foi apropriado pelo cinema” (CAMPOS apud FINGUERUT, 1986, p.8).

Enquanto este gênero proporcionava ao cinema brasileiro maior visibilidade, era criada, em novembro de 1949, a Companhia Cinematográfica Vera Cruz, cujas ideias chocavam-se profundamente com a estética liberal da Chanchada. Por conta de seu amplo aparato de produção, que contava com aparelhos cada vez mais caros, e da venda



dos direitos da obra para sua distribuidora Columbia, o retorno financeiro era quase nulo.

Após um período de desgaste financeiro, a Vera Cruz toma diversas medidas a fim de reverter a situação, investindo em produções cada vez mais ecléticas, que vão desde obras com forte apelo popular a filmes de arte. No entanto os esforços foram em vão, e em 1954 o Estúdio Vera Cruz encerra suas atividades (RAMOS; MIRANDA, 1997, p.175).

Com a experiência adquirida em produtoras e estúdios voltados para a produção cinematográfica, instala-se no país uma série de produtoras com o selo nacional. A Embrafilme foi uma delas. Criada em 12 de setembro de 1969, a produtora foi responsável pela exibição de grande parte das produções independentes das bocas de cinema de São Paulo e do Rio de Janeiro. Em contrapartida, a empresa garantia que boa parcela deles se enquadraria nos moldes da política vigente, já que ela surgiu, justamente, sob a proteção da ditadura militar.

Em 1986, a primeira lei voltada para realização de atividades culturais foi criada. A lei federal 7.505 financiava através de renúncia fiscal, diversos projetos artísticos. Apesar de ter sido considerada uma grande conquista e, talvez, uma forma de fomentar o mercado do audiovisual, a lei durou pouco, sendo revogada pelo então Presidente da República Fernando Collor em 1990. Só em 1991 outra lei destinada ao patrocínio de produtos culturais foi criada: a Lei Rouanet, que assegurava a realização de projetos através de incentivos fiscais do Estado. A partir da Lei Rouanet foi edificado o PRONAC – Programa Nacional de Apoio à Cultura, projeto que oferece recursos a outra iniciativa: o Fundo Nacional de Cultura (FNC), que dá voz a ambições artísticas de locais afastados dos grandes centros urbanos (PÉLICO, 2012).

Enquanto o FNC fundamentava-se em propostas não-comerciais, outros dois mecanismos de incentivo iam de encontro a este princípio. O Fundo de Investimento Cultural e Artístico (FICART) e o Incentivo a Projetos Culturais através de renúncia fiscal (Mecenato) se enquadravam em projetos cujos objetivos eram atingir, exatamente, a grande massa. Devido às alterações na legislação que cuidava de incentivos destinados à cultura, foi fundada, em julho de 1993, a Lei nº 8.685, mais conhecida como Lei do Audiovisual, que reforçou as leis e incentivos ensaiados anteriormente. A partir daí é instaurado no Brasil o cinema da retomada, expressão que denominava um novo ciclo de produção de cinema no país (PÉLICO, 2012).



Em meio às produções realizadas neste período, há, paralelamente, o amadurecimento de uma crise financeira adquirida durante o governo Fernando Henrique Cardoso. À medida que se instala uma alteração no regime cambial, surgem também indícios de inflação, resultando em um aumento de impostos e, conseqüentemente, de custos referentes às produções. Como as empresas ligadas às leis de renúncia fiscal se abasteciam diretamente com o lucro gerado através de impostos, o cinema – sobretudo o independente - sentiu uma brusca queda em sua produção.

Era necessária, portanto, uma agência que cuidasse de perto destas questões, e que, ao mesmo tempo, se desprendesse de possíveis efeitos das crises econômicas vigentes. É quando se inicia um processo de apuração dos aspectos que exigiam mudanças mais prementes. Sem a definição de qual Ministério o órgão se subordinaria nasce, em 2001, a ANCINE (Agência Nacional do Cinema), especializada em incentivar, tornar regular e fiscalizar o audiovisual nacional. Diferente dos fundos e órgãos citados previamente, este é dotado de independência administrativa e financeira.⁷

Mesmo com o surgimento de fundos que buscam fomentar o audiovisual independente, muitos cineastas trabalham de forma totalmente autônoma. Parte desse cenário se deve ao distanciamento entre as concepções artísticas destes realizadores e a dependência de alguns incentivos e fundos das empresas parceiras, além da concorrência cinematográfica aliada ao pequeno número de editais, fundos e prêmios. Com isso, os recursos alternativos disponibilizados para a exibição tornam-se ferramentas essenciais nesta etapa.

⁷ Disponível em: <http://www.ancine.gov.br/ancine/apresentacao>



Catarse como ferramenta impulsionadora do cinema independente brasileiro

Criado em 2011 por Diego Reeberg e Luis Otávio Ribeiro, o Catarse é uma ferramenta que possibilita, através do modelo de financiamento coletivo, a viabilização financeira de inúmeros projetos. Inspirado na plataforma americana *Kickstarter*, o site possibilita que “artistas, *designers*, *gamers*, empreendedores e ativistas, tenham uma poderosa ferramenta para conseguirem viabilizar financeiramente seus projetos”.⁸

Figura 2 - página inicial do site do Catarse



Fonte: <http://www.catarse.me/pt/projects> (2014)

O site abriga usuários que se dividem entre realizadores e apoiadores. Os primeiros submetem seus projetos à plataforma, enquanto os apoiadores doam certa quantia para que estes alcancem o objetivo proposto. A cada projeto financiado, uma recompensa é oferecida ao apoiador. Tal mecanismo age como um meio motivacional, sendo determinante na decisão do valor da doação. Estas são ofertadas em forma de produtos ou serviços, geralmente vinculados ao projeto em questão, e possuem valor mínimo de R\$ 10,00.

Os projetos devem integrar as seguintes categorias: Arquitetura e Urbanismo, Arte, Artes plásticas, Carnaval, Ciência e Tecnologia, Cinema e Vídeo, Circo, Comunidade, Dança, Design, Educação, Esporte, Eventos Fotografia, Gastronomia,

⁸ Disponível em: <http://suporte.catarse.me/hc/pt-br/articles/201982466-O-que-%C3%A9-e-como-funciona-o-Catarse->



Humor, Jogos, Jornalismo, Literatura, Meio Ambiente, Mobilidade e Transporte, Moda, Música, Negócios Sociais, Quadrinhos, Teatro, Web.⁹

De acordo com Diego Reeberg, o modelo se mostra eficaz colocando em prática projetos antes inviáveis. “O Catarse ajuda muitas ideias a saírem do papel, mas exige trabalho e dedicação destes realizadores para conseguirem o financiamento – a responsabilidade da divulgação e da articulação de pessoas é do realizador, não do Catarse” (REEBERG, 2014). Ele acrescenta ainda que uma das dificuldades em acelerar o processo de visibilidade da plataforma está na grande parcela de cidadãos que ainda desconhece o modelo. Portanto, ainda há um caminho extenso de divulgação para que o movimento se torne eficaz no país. Além disso, deve haver uma conscientização por parte dos realizadores, de modo que não basta inscrever um projeto sem antes determinar toda a trajetória da campanha, ou seja, direcionar as estratégias de marketing e definir orçamentos, assegurando assim, que todos os processos, desde a pré-produção à entrega sejam satisfatórios.

Tais critérios são essenciais para garantir direcionamento ao projeto e assegurar que este já esteja em fase de produção, o que diminui o número de realizações com captação insuficiente.

Para os projetos que não obtiverem sucesso, o Catarse determina a devolução do dinheiro para o doador, já em casos em que o realizador queira financiar o projeto outra vez, um novo processo de envio pode ser iniciado, no qual o usuário deve montar uma nova página de rascunho, enviando-a em seguida para a avaliação. Assim, a arrecadação é iniciada novamente. É importante salientar o papel das mídias sociais no processo de divulgação de um projeto. De acordo com Diego Reeberg, 40% dos acessos ao Catarse provém destes sites. Com isso, conclui-se que o bom uso de sites como *Facebook* e *Twitter* é fundamental para que uma campanha atinja sua meta.

Atualmente, os financiadores do Catarse somam 59% do público masculino entre 25 e 40 anos cursando o nível superior. Já em relação à renda, 64% ganham até R\$ 6 mil por mês, com perfis concentrados, em sua maioria, nas regiões Sul e Sudeste. De acordo com pesquisa, 40% deles querem apoiar projetos com viés social e/ou ambiental (SADA, 2014).

⁹ Disponível em: <http://catarse.me/pt/explore>



Categoria Cinema & Vídeo

No âmbito cultural, a categoria Cinema & Vídeo chama atenção para o número de projetos arrecadados. Em consulta realizada no dia 4 de setembro de 2014, constatou-se 26 projetos cinematográficos em captação, e mais de 200 financiados. Diego Reeberg declara que a arrecadação desses projetos acontece de forma totalmente independente, ou seja, não há parceria do Catarse com instituições específicas para a área cinematográfica, se há algum apoio, é entre o realizador do projeto e da instituição.

A fim de analisar o processo de captação dos projetos cinematográficos, foi feita uma pesquisa com base em projetos em fase de arrecadação, utilizando dados como: tipo, localização e as três maiores arrecadações da categoria Cinema & Vídeo.

Tipo

Este tópico busca verificar qual o tipo predominante dos projetos cinematográficos que se encontram em processo de arrecadação, e está subdividido nas seguintes categorias: documentário, curta-metragem, longa-metragem, média-metragem, videoclipe, web serie e por último os projetos que não são especificados pelo realizador, os quais estão denominados por vídeo.

Quadro 01 - Tipos de projetos cinematográficos

Tipo	Quantidade
Curta-metragem	14
Documentário	6
Longa-Metragem	2
Média-Metragem	1
Videoclipe	1
Webserie	1
Vídeo	1

Fonte: Catarse (2014)

Localização

A partir de análise de dados feita em relação aos 26 filmes em processo de financiamento, conclui-se que São Paulo e Minas Gerais exercem domínio em projetos



da categoria Cinema e Vídeo. As demais cidades são: Rio de Janeiro (RJ), São Paulo (SP), Belo Horizonte (BH), Brasília (DF), Itu (SP), Juiz de Fora (MG), Fortaleza (CE), Curitiba (PR), Alfredo Vasconcelos (MG), Salvador (BA), Balneário Camboriú (SC), Rio Grande (RS), Paulínia (SP), Santos (SP).¹⁰

A seguir, uma tabela com dados preliminares dos três Estados com o maior número de projetos em financiamento e suas respectivas arrecadações:

Quadro 02 - Estados com maior número de projetos e arrecadações

Estados	Nº de Projetos	Arrecadações
SP	13	R\$ 3,255,316
MG	4	R\$ 803,76
RJ	3	R\$ 139,15

Fonte: Catarse (2014)

As três maiores arrecadações

A análise dos filmes com maiores índices de arrecadação auxilia em uma maior compreensão do cenário geral do Catarse enquanto impulsionador do cinema nacional independente. Para tanto, este artigo cita como exemplo as três maiores arrecadações da plataforma, além de uma avaliação de cada realizador com o intuito de averiguar se o modelo é capaz de preencher a lacuna deixada por mecanismos atuais de produção do audiovisual.

“As aventuras de Léca e Seus Amigos” é o projeto com maior número de arrecadações no Catarse. A série animada foi dirigida por Paulo Henrique Machado, que reside no Hospital das Clínicas desde a infância, devido a uma paralisia infantil. O projeto visa mostrar suas experiências e dificuldades, transmitindo uma mensagem de inclusão e valorização das diferenças. A série foi financiada em junho de 2013, ultrapassando o valor estimado. Bruno Saggese, co-roteirista e responsável pela animação da série, afirma que a divulgação do projeto em mídias sociais e veículos de imprensa foi primordial para que este alcançasse o objetivo proposto (SAGGESE, 2014).

¹⁰ Disponível em: http://catarse.me/pt/explore#by_category_id/13



Já a segunda maior arrecadação trata-se de “Belo Monte”, um documentário financiado em dezembro de 2011, dirigido por André Vilela D’Elia. Ele aborda a construção da usina hidrelétrica de Belo Monte, e como esta afetaria a vida dos povos indígenas e ribeirinhos. Ainda em sua primeira arrecadação, o cineasta explica sobre o processo de divulgação, afirmando que este aconteceu de forma orgânica: “só fizemos um fâisca é o fogo tomou conta da internet” (D’ELLIA, 2014).

André afirma ser possível, hoje, contar com o Catarse na criação de projetos cinematográficos, mas salienta que este não age como produtor, mas sim como um empurrão inicial para quem não possui outra forma de produzir. Reitera sua importância a medida que a plataforma antecipa o interesse do público no projeto. Afirma ainda que a liberdade em abordar determinado assunto sem a intervenção de financiadores é essencial, garantindo assim sua eficácia. No entanto, ressalta a dificuldade em viabilizar os projetos, pois apesar da ampla divulgação por parte das pessoas, poucas delas contribuem financeiramente.

“Nos Passos do Mestre” obteve a terceira maior arrecadação do Catarse, sendo financiada em agosto de 2013. De acordo com André Marouço, diretor do projeto, não houve apoio de nenhuma empresa privada, “nasceu da vontade de estudar o significado dos grandes eventos evangélicos e a sua relação com os locais onde teriam acontecido a partir de uma explicação espírita” (MAROUÇO, 2014). A obra desmistifica determinados pensamentos dos textos bíblicos, para isso, foram feitas viagens até o Egito e Jerusalém.

O processo de divulgação foi essencial para a finalização do projeto, no entanto, os sites utilizados se diferenciam daqueles vistos até aqui, isso porque o diretor afirma ter utilizado mídias sociais vinculadas ao próprio documentário, como a TV Mundo Maior e O Filme dos Espíritos. Já em relação à eficácia da plataforma, André afirma que a ferramenta oferece ao usuário uma plataforma desburocratizada e segura, mas chama a atenção para a divulgação dos projetos em outros sites, ou seja, não se deve depositar todas as suas fichas apenas na divulgação do Catarse.

Constata-se que ao mesmo tempo em que cineastas se preocupam em tratar assuntos que visam atingir determinadas camadas sociais, estas estão cada vez mais exigentes na escolha do que assistir. Sendo assim, a seleção dos mecanismos utilizados para anunciar os produtos, e os mecanismos de abordagem dos temas contidos no filme influenciam diretamente na escolha de seu público.



Com isso, plataformas de financiamento coletivo se manifestam como um mecanismo de apoio para esses cineastas. Apesar de ainda ser considerada uma ferramenta pouco conhecida pelo grande público, as minorias que se aliaram ao poder colaborativo encontram no modelo, um método prático e funcional para a produção, exibição, e divulgação dos projetos.

Considerações Finais

Percebe-se, na história do cinema nacional, certa insuficiência de incentivos em seu processo de produção, pois grande parte das Leis de Incentivo criadas com o intuito de auxiliar na realização destes filmes, não intervém de maneira eficaz. Esta condição reflete amplamente na consolidação da esfera cinematográfica no país. Esta, inevitavelmente, busca métodos que tendem a complementar, ou, em determinadas situações, sustentar o sistema de financiamento das produções, sobretudo o audiovisual independente. Neste artigo é possível compreender o sistema de financiamento coletivo, especialmente o Catarse, como mecanismo que vai além de maneiras tradicionais de fomento do cinema independente nacional. Seu poder de convergência se mostra eficiente no sentido de aumentar ainda mais o número de usuários e, conseqüentemente, o de arrecadações. Assim, depender das multidões torna-se um fator extremamente plausível se comparado a métodos que se desvinculam de um processo mais familiar encontrado nesses apoiadores, como as Leis de Incentivo.

Percebe-se também uma ligação direta de cada obra com um público específico, e suas redes, como, por exemplo, a obra “Nos Passos do Mestre”, que se fecha em um ciclo composto por seus próprios canais de divulgação, sem expandir suas ferramentas de divulgação ao *Facebook* ou *Twitter*. Cria-se, então, uma espécie de comunidade que pode ser eficaz no sentido de focar em um único nicho, facilitando desta forma o processo de arrecadação.

O predomínio de capitais da região Sudeste ainda é visível, sobretudo o Estado de São Paulo, que sempre desfrutou de uma forte relação com o audiovisual. No entanto, o número de projetos financiados em cidades mais afastadas das grandes capitais amplia-se cada vez mais.

Além de certo desprendimento de questões com caráter técnico, há uma inclusão de demandas sociais, com apelo instintivo a minorias, e que são cada vez menos reféns



da lógica do mercado. Prova disso são as obras que buscam abordar questões que se referenciam justamente às minorias, tais como: problemas sociais e políticos, a questão da invisibilidade, dentre outros. O valor atribuído às plataformas de financiamento coletivo é formado - pelo menos no Brasil - de conceitos que vão além da produção, mas, sobretudo, que promovem e difundem o cinema brasileiro.

Referências bibliográficas

AGUILHAR, Ligia. **Kickstarter simplifica regras para aceitar projetos**. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/link/kickstarter-simplifica-regras-para-aceitar-projetos/>>. Acesso em 24 ago. 2014.

BORGES, Julio. **Ponto de vista: Terceirizando para a multidão**. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/gvexecutivo/article/viewFile/34721/33524>>. Acesso em: 20 ago. 2014.

CAETANO Miguel. **A Plea For Help**. Disponível em: <<http://www.remixtures.com/2010/01/a-plea-for-help>>. Acesso em: 20 ago. 2014.

CAMPOS, Renato. História do cinema Brasileiro: Os ciclos de produção mais próximos ao mercado. Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, II. 2004, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: 2004. p.1-28.

D'ELIA, André Vilela. Entrevista: [20 de out. 2014]. Entrevistador: Viviane Rodrigues. Santos Dumont. MG. Entrevista concedida via e-mail.

DE LUCA, Luiz Gonzaga Assis. **A hora do Cinema Digital: Democratização e Globalização do Audiovisual**. 2. ed. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo. 2009.

ESPAÑA, Rafael. **Guerra, cinema e propaganda**. Disponível em: <<http://www.oohodahistoria.ufba.br/o3rafael.html>>. Acesso em: 08 set. 2014.

FELINTO, Erick. Crowdfunding: **Entre as Multidões e as Corporações**. Revista Comunicação, Mídia e Consumo, São Paulo, vol.9, n.26, p.137-150, nov.2012.

FINANCIAMENTO Coletivo. In: Wikipédia: a enciclopédia livre. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Financiamento_coletivo. Acesso em: 24 ago. 2014.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Obama arrecadou US\$ 500 milhões apenas pela internet, diz equipe**. Disponível em: < <http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2008/11/470242-obama-arrecadou-us-500-milhoes-apenas-pela-internet-diz-equipe.shtml>>. Acesso em: 21 ago. 2014.

FURINI, Liana; TIETZMANN, Roberto; VALIATI, Vanessa. Aceleração e transformações: marcas da tecnologia digital para além da imagem cinematográfica. **Revista de Estudos Sobre Práticas de Recepção a Produtos Midiáticos**. Manaus, v.2, n. 2,p.18-27, jul. 2013.

GOMES, Paulo Emílio Salles. **Cinema: Trajetória no Subdesenvolvimento**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.



GONÇALVES, Mauricio. Companhia Cinematográfica Vera Cruz: inspiração européia e discurso de brasilidade. In: Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, VIII. 2010, São Paulo. **Anais...** São Paulo: 2010. p.127-144.

GONÇALVES, Silvio. **A importância do Crowdfunding no processo de gestão da mudança da banda de rock britânica Marillion.** 2012. 44 f. Monografia para requisito parcial para obtenção do grau de especialista em Gestão Empresarial. AVM Faculdade Integrada. Universidade Cândido Mendes, Rio de Janeiro, 2012.

KNOPF, Fabio. **Mas afinal, o que é Crowdsourcing?** Disponível em: <<http://www.coletivy.com.br/2013/05/mas-afinal-o-que-e-crowdsourcing/>>. Acesso em: 17 ago. 2014.

LE BON, Gustave. **A multidão: um estudo da mente Popular.** 1. ed. New York: The Macmillan Co, 1986.

MAROUÇO, André. Entrevista: [16 de set. 2014]. Entrevistador: Viviane Rodrigues. Santos Dumont. MG. Entrevista concedida via e-mail.

PÉLICO, Paulo. **Lei Sarney, Lei Rouanet, Procultura:** história, avanços e polêmicas. Cultura e Mercado. Disponível em: <<http://www.culturaemercado.com.br/procultura/lei-sarney-lei-rouanet-procultura-historia-avancos-e-polemicas/>>. Acesso em: 14 set. 2014.

PEREIRA, Josias. Novos caminhos para exibição de cinema/vídeo independente no Brasil. **Orson – Revista dos cursos de cinema do Cearte da UFPEL,** Pelotas, p. 88-104, 2013.

RAMOS, Fernão; MIRANDA, Luiz Felipe. **Enciclopédia do Cinema Brasileiro.** 2. ed. São Paulo: Senac, 1997.

RECUERO, Raquel. **Sobre Sites de Rede Social: Orkut, Facebook e MySpace.** Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/sobre_sites_de_rede_social_orkut_facebook_e_myspace.html>. Acesso em: 24 ago. 2014.

REEBERG, Diego. Entrevista: [4 de set. 2014]. Entrevistador: Viviane Rodrigues. Santos Dumont. MG. Entrevista concedida via e-mail.

SADA, Juliana. **Catarse: Crowdfunding tem potencial inexplorado para projetos educativos.** Disponível em: <<http://portal.aprendiz.uol.com.br>>. Acesso em: 25 ago. 2014.

SAGGESE, Bruno. Entrevista: [12 de set. 2014]. Entrevistador: Viviane Rodrigues. Santos Dumont. MG. Entrevista concedida via e-mail.

ZANONA, Roberta; PETEROSSO, Helena; BRANDÃO, Job. Crowdsourcing: cenário, aplicação e seus desdobramentos. In: Workshop de Pós-Graduação e Pesquisa do Centro Paula Souza, VIII. 2013 São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: 2013. p. 45-55.

ZATTI, Rafael. **2011: o ano em que o Brasil descobriu o coletivo.** Disponível em: <<http://www.culturaemercado.com.br/crowdfunding/2011-o-ano-em-que-o-brasil-descobriu-o-coletivo/>>. Acesso em: 25 ago. 2014.