UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS

Sofia Azevedo Bastian Cortese

Financiamento Coletivo para Organizações Culturais – um estudo de caso do projeto Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA

Porto Alegre

2014

Sofia Azevedo Bastian Cortese

Financiamento Coletivo para Organizações Culturais – um estudo de caso do projeto Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração

Orientadora: Cristina Amélia Pereira de Carvalho

Porto Alegre

2014

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo identificar as estratégias usadas por uma organização cultural para obter recursos através do financiamento coletivo, de forma a incentivar ações renovadoras no setor cultural frente a um cenário em constante mudança. Para tanto, foi realizado um estudo de caso de caráter quantitativo e qualitativo sobre o projeto Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA realizado pela Fundação Orquestra Sinfônica de Porto Alegre (FOSPA) no ano de 2014 através da plataforma Catarse.

Foi possível identificar estratégias organizativas para a eficácia do projeto, quais sejam: boa campanha de divulgação do projeto; apoio em peso de amigos e familiares dos realizadores do projeto; boas recompensas oferecidas como contrapartida aos apoiadores; investimento elevado de apoiadores; divulgação do projeto na mídia; e utilização de uma fundação com personalidade jurídica de direito privado. Também foram identificados fatores ambientais favoráveis ao projeto: projeto relevante para um grande número de pessoas; uso intensivo das TICs por toda a sociedade; crescimento de práticas coletivas e colaborativas; e intensificação do modelo de financiamento coletivo.

ABSTRACT

The present work aims to identify the strategies used by a cultural organization to obtain resources through collective financing, in order to encourage renewing actions in the cultural sector against an ever-changing scenery. In order to do so, a case study of quantitative and qualitative character was performed on the project Sinfonia de Reforma: Escola de Música da OSPA (Symphony of Reform: OSPA's Music School) by Fundação Orquestra Sinfônica de Porto Alegre (FOSPA) in the year of 2014 through the Catarse platform.

It was possible to identify management strategies for the efficiency of the project, which were: a good advertisement campaign; great support of friends and family of the makers of the project; good rewards offered as counterpart to supporters; high investment of the supporters; advertisement of the project on media channels; and the use of a foundation with a legal personality of private law. Favorable environmental factors to the project were also identified: relevant for a great number of people; intensive use of information and communication technologies (ICTs) by all society; growth of collaborative and collective practices; and intensification of the collective financing model.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Tabela 1 – Principais modalidades de financiamento à cultura **21**

Gráfico 1 – Fatores que são relevantes para apoiar um projeto de financiamento coletivo **35**

Gráfico 2 – Onde existe interesse em apoiar projetos **35**

Gráfico 3 – Relação de importância entre os fatores para apoiar um projeto e definir valor para o apoio **36**

Gráfico 4 – Disposição para apoiar com um valor maior caso receba alguma recompensa material ou uma experiência única **36**

Figura 1 – Círculos de Influência **37**

Gráfico 5 – A presença do primeiro círculo nos projetos **38**

Tabela 2 – Fases de uma campanha de financiamento coletivo **39**

Tabela 3 – Fatores de um projeto bem-sucedido **40**

Figura 2 – Estrutura do projeto na plataforma Catarse **52**

Tabela 4 – Detalhamento do orçamento do projeto **54**

Figura 3 – Apresentação das recompensas **56**

Tabela 5 – Mídias de divulgação habituais da FOSPA **58**

Tabela 6 –Métricas da página da FOSPA no Facebook **59**

Tabela 7 – Relação de números de apoios e arrecadação por recompensa **61**

Gráfico 6 – Relação de números de apoios e arrecadação por recompensa **61**

Gráfico 7 – Relação de apoios por dia de campanha de projeto e percentual semanal de apoios **64**

Gráfico 8 – Relação de arrecadação por dia de campanha de projeto e percentual semanal de arrecadação **64**

Tabela 8 – Mídias em que o projeto foi divulgado **66**

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO 8

1.1 A ORGANIZAÇÃO DE ESTUDO 9

1.1. DEFINIÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA 10

1.2. OBJETIVOS 10

1.2.1. Objetivo Geral 10

1.2.2. Objetivos Específicos 10

1.3. JUSTIFICATIVA 11

2. REVISÃO TEÓRICA 12

2.1. CONTEXTUALIZAÇÃO DO FINANCIAMENTO DO SETOR CULTURAL NO BRASIL 12

2.2. QUE FINANCIAMENTO PARA QUAL CULTURA? 19

2.3. TICS, COLETIVIDADE E COMPARTILHAMENTO 24

2.4. *CROWDFUNDING*, SISTEMAS COLABORATIVOS E CATARSE 27

2.5. RETRATO DO FINANCIAMENTO COLETIVO 33

3. METODOLOGIA 41

4. ANÁLISE DE DADOS 44

4.1. DESCRIÇÃO DO PROJETO SINFONIA DA REFORMA: ESCOLA DE MÚSICA DA OSPA 47

4.1.1. O objetivo do projeto 47

4.1.2. Concepção do projeto 48

4.1.3. A escolha pelo financiamento coletivo e pela plataforma Catarse 49

4.1.4. Inserção na plataforma Catarse 50

4.1.4.1. Estrutura do projeto 50

4.1.4.2. Descrição do projeto 52

4.1.4.3. Vídeo 53

4.1.4.4. Valor de arrecadação e prazo 54

4.1.4.5. Recompensas 55
4.1.4.6. Divulgação 58
4.1.4.7. Apoios 60
4.2. PROJETO BEM-SUCEDIDO 62
4.2.1. Estratégias Organizativas 62
4.2.1.1. Boa campanha de divulgação 62
4.2.1.2. Apoio em peso de amigos e familiares 65
4.2.1.3. Boas recompensas 65
4.2.1.4. Investimento elevado de apoiadores 66
4.2.1.5. Projeto divulgado na mídia 66
4.2.1.6. Utilização da Fundação Cultural Pablo Komlós 67
4.2.2. Fatores Ambientais 68
4.2.2.1. Projeto relevante para um grande número de pessoas 68
4.2.2.2. Uso intensivo das TICs 69
4.2.2.3. Crescimento de práticas coletivas e colaborativas 69
4.2.2.4. Intensificação do financiamento coletivo 70
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS 72
6. REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO 75
7. ANEXOS 81

1. INTRODUÇÃO

O desenvolvimento das Tecnologias de Comunicação e Informação (TICs) junto com as mudanças econômicas e do sistema capitalista, que ganham força a partir dos anos 90, têm incentivado o surgimento de novas propostas e trocas econômicas (FRANÇA, 2012). Dentre essas novas propostas, o *crowdfunding*, modalidade de financiamento coletivo, tem se destacado por ser uma alternativa de sucesso ao substituir o pequeno grupo de investidores especializados pela *crowd* (multidão).

A ideia de *crowdfunding,* ou financiamento coletivo, está relacionado ao conceito mais amplo de *crowdsourcing,* que se refere à participação da multidão para obter ideias, feedbacks e soluções para o desenvolvimento de atividades corporativas (BELLEFLAMME; LAMBER; SCHWIENBACHER, 2013). O *crowdfunding*, especificamente, pode ser entendido como um convite aberto a um amplo número de pessoas para a obtenção de recursos financeiros a fim de apoiar iniciativas para um fim específico. O principal catalisador do financiamento coletivo é o uso intensivo da Internet e de redes sociais, pois estas ajudam a aproximar as multidões financiadoras e os realizadores de projetos. Hoje existem muitas plataformas online para a concretização de projetos através desse tipo de financiamento sendo um terço de seus realizadores, segundo Catarse (2014a), oriundo das áreas de artes e produção cultural.

De fato, o financiamento coletivo tem se mostrado uma inovadora proposta para a viabilização de projetos artístico-culturais, caracterizando-se como uma alternativa às formas tradicionais de financiamento como os editais públicos e as demandas da indústria cultural (FRANÇA, 2012). De tal forma, os grupos e organizações culturais ligadas ao Estado (importante gestor e financiador de tais atividades) que sofrem com o enrijecimento da atuação pública – relacionado aos procedimentos administrativos formais para a obtenção e destinação de recursos, às limitações de recursos disponíveis para satisfazer as necessidades sociais e ainda às variáveis políticas de gestão – se veem motivados a buscar formas diferentes de atuação. Nesse sentido, o financiamento coletivo possibilita que realizadores recorram à sociedade civil para a concretização de seus projetos de forma rápida e eficaz – ou seja, com "a capacidade de atender

quantitativa e qualitativamente à determinada necessidade do ambiente" (ROESCH, 2006, p. 24), no sentindo de atingir os objetivos propostos – principalmente no que se refere ao setor cultural, o qual lida com parâmetros e exigências artísticas. Esse foi o caso do projeto da Fundação Orquestra Sinfônica de Porto Alegre (FOSPA) que, devido aos morosos trâmites para obtenção e aplicação de recursos, optou pelo financiamento coletivo para reformar o prédio de sua escola.

1.1 A ORGANIZAÇÃO EM ESTUDO

A Fundação Orquestra Sinfônica de Porto Alegre, ou FOSPA, é considerada um complexo musical-educativo que coordena as atividades da Orquestra Sinfônica de Porto Alegre (OSPA), da Escola de Música da OSPA e do Coro Sinfônico da OSPA (ORQUESTRA SINFÔNICA DE PORTO ALEGRE, 2011a). Está vinculada à Secretaria da Cultura do estado do Rio Grande do Sul, sendo mantida e administrada pelo governo estadual. Entre os principais objetivos da fundação estão a realização de concertos das temporadas artísticas da OSPA, o desenvolvimento de projetos educacionais e sociais e a promoção das atividades da Escola de Música da orquestra. Fundada em 1972, a Escola de Música da OSPA, também conhecida como Conservatório Pablo Komlós, é uma escola profissionalizante ligada à orquestra da OSPA. A instituição se caracteriza por atuar na área da música orquestral sinfônica e tem como foco proporcionar atividades gratuitas direcionadas a crianças e jovens de 8 a 25 anos de baixa renda (ORQUESTRA SINFÔNICA DE PORTO ALEGRE, 2011c).

O imóvel que abriga a Escola de Música da OSPA, além de ser antigo, apresentava desgastes inerentes à ação do tempo que inviabilizavam o bom andamento das suas atividades. Ficou fechado durante nove anos e em 2014, após um ano da retomada das aulas, apurou-se a necessidade de uma reforma infraestrutural mínima (CATARSE, 2014c). O problema, porém, era a dificuldade em conseguir recursos e destiná-los em tempo hábil para realizar uma reforma. A solução encontrada veio de uma parcela da sociedade que, através do financiamento coletivo, se mobilizou em prol da educação musical. Após vinculação de 60 dias na plataforma Catarse, o projeto de

financiamento coletivo Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA obteve 116% do valor estipulado, referente à R$ 68.688,00 de 430 apoios (CATARSE, 2014c).

1.1. DEFINIÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA

O projeto foi além da reforma mínima do imóvel, pois, fora o valor excedente de 16% daquele estipulado, contou com várias outras doações e contribuições à escola. Atualmente, professores e alunos da instituição não sofrem mais com a falta de climatização nos ambientes, nem com os riscos da inadequada fiação – o objetivo de proporcionar melhores condições para o desenvolvimento das atividades da escola foi alcançado. A FOSPA, um órgão do Estado do Rio Grande do Sul, frente aos trâmites para a obtenção e destinação de recursos, conseguiu realizar um projeto de sucesso e reformar o imóvel da escola de maneira rápida e eficaz, o que nos leva a formular a seguinte questão: **como uma organização cultural de natureza pública obtém recursos através do financiamento coletivo de maneira bem-sucedida?**

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo Geral

Identificar as estratégias usadas por uma organização cultural para obter recursos através do financiamento coletivo.

1.2.2. Objetivos Específicos

- descrever a concepção e desenvolvimento do projeto Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA;

- identificar as estratégias organizativas que deram eficácia ao projeto;

- identificar os fatores favoráveis no ambiente ao projeto.

1.3. JUSTIFICATIVA

Transformações têm acontecido no corpo social com o crescimento cada vez mais representativo de novas concepções de coletividade, de iniciativas colaborativas e ainda com o aumento do uso das TICs. Castells afirma que a tecnologia é um elemento extremamente sensível aos valores, necessidades e interesses sociais (*apud* FRANÇA, 2012), sendo que esta relação entre sociedade e tecnologia também traz mudanças nas noções de colaboração e compartilhamento (BELK, 2007). Estas transformações demandam, enfim, novas percepções e formas de relacionamento dentro do setor cultural, tanto por parte dos públicos, quanto por parte de produtores, financiadores e artistas.

Ademais, uma análise crítica aos métodos habituais de financiamento da cultura se faz mais que nunca necessária. A falta de investimentos para o setor e os procedimentos burocráticos dificultam a difusão das atividades artístico-culturais, estando estas à mercê do interesse do setor privado ou ainda do definhamento. Com este quadro, novos sistemas de financiamento e de gestão de recursos têm surgido, como é o caso do *crowdfunding*, modalidade de financiamento coletivo que, aliado ao avanço tecnológico, tem significativamente se difundido nos últimos anos em todo o mundo.

Este estudo, portanto, tem como base o quadro de mudanças que vem acontecendo dentro da sociedade referente ao uso das TICs, às concepções de práticas coletivas e colaborativas e às necessidades de adaptação e demandas do setor cultural. A relevância do estudo está em possibilitar uma maior compreensão sobre estas transformações de modo a incentivar mais ações renovadoras para o setor cultural.

2. REVISÃO TEÓRICA

2.1. CONTEXTUALIZAÇÃO DO FINANCIAMENTO DO SETOR CULTURAL NO BRASIL

A partir do século XV, estabeleceram-se dois aspectos referentes à cultura: um de que a produção artístico-cultural era constituída de uma vocação autônoma de indivíduos e comunidades, sendo exercido de forma livre na medida em que fosse tolerada pela sociedade; o outro de que o apoio de governantes acontecia a manifestações em prol da educação dos jovens e da comunidade ou em prestígio ao país e seus governantes (SARAVIA, 1999). Essas duas linhas evoluíram e estabeleceram dois modelos básicos orientadores do financiamento público para a cultura, onde "o Estado orienta e financia a atividade cultural, ou a comunidade é que financia e apoia ações culturais concretas, na medida em que, à luz de diversas perspectivas ou interesses, as considere legitimadas socialmente" (p. 90). Para o autor, a legitimação de atividades por parte da sociedade ou do governo se dá, *a priori*, porque são aceitas socialmente.

Nenhum dos dois modelos de Saravia se apresenta em seu estado puro. Apesar de haver uma relação entre um e outro, é possível identificar que cada país tem o seu sistema de apoio à cultura mais próximo a um deles. No caso da América Latina (SARAVIA, 1999) e do Brasil, o financiamento de grande parte do setor cultural esteve historicamente relacionado à ação estatal (BOTELHO, 2007; CALABRE, 2007 *apud* PONTE, 2012), seja pela atuação de instituições culturais públicas, patrocínio direto a projetos [...], subvenções e apoios a instituições privadas ou, mais recentemente, pelas isenções fiscais, leis de incentivo, fundos estatais de cultura ou lançamento de editais específicos para o setor cultural.

Historicamente, foi no governo de Getúlio Vargas (1930-1945) que as primeiras políticas públicas de cultura no Brasil foram implementadas, cujas medidas objetivavam fornecer uma maior institucionalidade para o setor cultural (CALABRE, 2007). Entre essas ações estavam a criação do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

(SPHAN), do Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE) e do Instituto Nacional do Livro (INL). Em julho de 1938 também foi criado o primeiro Conselho Nacional de Cultura (CNC) com o intuito de coordenar as atividades referentes ao "desenvolvimento cultural" realizadas pelo Ministério de Educação e Saúde. As relações entre Estado e cultura consolidadas neste período se deram a partir de uma convergência entre o poder e a sua sustentação através da atividade cultural, sob a qual se deposita a ideologia conveniente ao Estado, formando uma política cultural de cunho nacionalista que se estende até o período militar (VALIATI; FLORISSI, 2007).

O período seguinte, entre os anos de 1945 e 1964, a maior parte do desenvolvimento no âmbito cultural se deu por parte da iniciativa privada, sendo as ações diretas do governo de baixo volume. Em 1961, o presidente Jânio Quadros recriou o CNC que funcionou ativamente durante três anos, até o período civil militar. A partir do início do governo militar em 1964, os rumos do setor cultural são alterados e o Estado foi retomando o projeto para uma maior institucionalização da produção artístico-cultural, sendo criado em novembro de 1966 o Conselho Federal de Cultura (CFC). O intuito era recuperar as instituições nacionais para que exercessem maior papel nas políticas nacionais referentes às suas áreas. Uma das atribuições do CFC era analisar os pedidos de verba ao Ministério da Educação e Cultura (MEC) (ministério referente ao desmembramento do Ministério da Educação e Saúde em 1953), o qual por muito tempo teve a sua estrutura voltara para a educação que, em 1970, criou o Departamento de Assuntos Culturais (DAC) (CALABRE, 2007). Este ano foi conhecido pela promoção por parte da administração pública da criação de órgãos de fomento à cultura (como Embrafilme e Concine) e de secretarias estaduais de cultura independentes do MEC (VALIATI; FLORISSI, 2007).

Durante a gestão de Jarbas Passarinho no ministério da educação (1969-1973), foi elaborado o Plano de Ação Cultural (PAC) que previa o financiamento, promoção e difusão de atividades artístico-culturais por parte do Estado. Na gestão seguinte, do ministro Ney Braga, criou-se a Política Nacional de Cultura que abrangia definições e fundamentos legais para a cultura nacional e traçava diretrizes de atuação do MEC e a criação dos novos órgãos como a Fundação Nacional de Arte (FUNARTE). Na década de 1970, o DAC é substituído pela Secretaria de Assuntos Culturais, assumindo mais representação dentro do MEC para em 1981 virar a Secretaria da Cultura. Fora do

âmbito federal, o número de secretarias de cultura e de conselhos de cultura de estados e municípios também cresceu (CALABRE, 2007).

No ano de 1985, durante a presidência de José Sarney, foi criado o Ministério da Cultura (MinC) que, de início enfrentou muitos problemas, tanto de ordem financeira quanto administrativa, com uma sucessão contínua de ministros. A fim de enfrentar as dificuldades financeiras da administração pública no âmbito da cultura, em 1986 cria-se a Lei nº 7.505, comumente conhecida como Lei Sarney, sendo primeira legislação de incentivo fiscal à cultura no Brasil. Segundo Carvalho e Vieira (2003), a legislação era bastante liberal, uma vez que o poder público não interferia sobre os valores negociados, as formas de captação ou ainda o uso dos recursos no mercado.

Sob a presidência de Fernando Collor, o MinC foi extinto em 1990 junto com várias instituições culturais públicas, mesmo período em que a Lei Sarney foi revogada, acusada por permitir ou facilitar fraudes. Por quase dois anos o governo federal não realizou investimentos na área da cultura, sendo a maior parte da produção artístico-cultural mantida por estados e municípios. Mas no ano de 1991 é promulgada a Lei 8.313, também conhecida como Lei Rouanet, constituindo o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC). A nova lei, um aprimoramento da Lei Sarney, tinha como principal diferença a exigência de que os projetos fossem previamente submetidos à administração pública para obter os benefícios de incentivos fiscais (CARVALHO; VIEIRA, 2003). Um dos objetivos da lei era a descentralização do apoio à cultura através do estímulo à criação de legislação de fomento em nível estadual, sendo posteriormente ampliado para nível municipal. Quanto à criação do PRONAC, esse foi responsável pela recuperação e ampliação de alguns mecanismos da Lei Sarney, a saber, o Fundo de Investimento Cultural e Artístico (FICART), o Fundo Nacional da Cultura (FNC) e o incentivo a projetos culturais (conhecido como mecenato) (PONTE, 2012).

O MinC e as leis de incentivo fiscal são retomadas com consistência a partir de 1994 (VALIATI; FLORISSI, 2007). Neste período também foi criada uma lei de incentivo específica para a área do audiovisual (Lei 8.685/1993 – Lei do Audiovisual), dando início ao processo da conformação de uma nova política, mais voltada para as leis de mercado, sob qual o poder de interferência do Ministério era cada vez menor (CALABRE, 2007). A partir de 1994 o setor cultural brasileiro assumiu uma nova concepção administrativa na qual o MinC definitivamente se desvincula do Ministério

da Educação e também são criados órgãos colegiados e de fundações (VALIATI; FLORISSI, 2007).

Foi na presidência de Fernando Henrique Cardoso, no ministério de Francisco Weffort, que consagrou-se esse novo modelo: a iniciativa privada, através da lei de incentivo, tem o poder de decisão sobre o que deveria ou não receber recursos públicos incentivados. A Lei Rouanet se tornou um importante instrumento de marketing cultural das empresas patrocinadoras, sendo este entendido como uma ferramenta que utiliza a cultura como principal meio de fazer o marketing de uma marca, cujo objetivo é divulgar e disponibilizar seu produto ou serviço (REIS, 2003). Todavia, a lógica inicial da lei de estimular parcerias da iniciativa privada foi subvertida com medidas tais como o aumento do abatimento de 100% do capital investido pelo patrocinador – isto é, o capital investido pela empresa, gerador de retorno em marketing, é essencialmente constituído por dinheiro público, aquele que seria pago em impostos.

A crítica desse modelo está na aplicação de recursos que eram públicos a partir da lógica do setor privado, tendo como consequência, como aponta Calabre (2007) a) a concentração da aplicação dos recursos em pequenos e renomados grupos de produtores e artistas – que são os que mais conseguem patrocínio; b) a concentração desse patrocínio nas capitais da região sudeste; e c) a desigualdade entre as diversas áreas artístico-culturais, visto o desprezo daquelas que fornecem aos seus patrocinadores pouco retorno de marketing. Para Carvalho e Vieira (2003), o aparato normativo criado pelo Estado para incentivar o financiamento de projetos culturais por indivíduos ou organizações privadas também tem alterado a estrutura e os processos das organizações culturais, tal como as suas relações com Estado e sociedade. No caso das leis de incentivo à cultura,

> As organizações culturais pressionam o ente público para que este torne os mecanismos de captação de recursos mais eficazes. O governo, pressionado, reage às reivindicações criando leis que facilitem às organizações culturais o acesso a formas de captação de recursos alternativos e incentivem o setor empresarial privado a financiar projetos artísticos e culturais. A vinculação a projetos dessa natureza possibilita a criação de uma imagem positiva das empresas o que pode representar atrativo muito mais significativo do que os benefícios fiscais.
>
> Por essa razão, as organizações artísticas e culturais se veem pressionadas a elevar o padrão de qualidade do trabalho desenvolvido, buscar legitimidade social para suas ações e aprimorar os processos de gestão como meio de alavancar a captação alternativa de recursos, num cenário em que já começam a enfrentar a concorrência de organizações privadas (p. 125).

Ponte (2012) afirma que a aproximação do setor cultural com o mercado é vista com desconfiança e resistência na medida em que uma possível mercantilização da produção artística levaria à sua deturpação. Essa desconfiança, consequência do fortalecimento da relação de dependência de patrocinadores, assim como da Lei Rouanet, é considerada natural; entretanto, atenta-se que existem segmentos artísticos que a participação do mercado é fator essencial, visto a possível geração de autonomia e profissionalização dos agentes envolvidos, sendo em muitos casos "simbiótica" – como no setor de entretenimento ou na indústria cultural. Noutro viés, a dependência estatal da cultura, apesar de minimizada com a participação do setor privado, trás algumas sequelas na relação entre sociedade civil e Estado (PONTE, 2012), podendo-se citar a "desresponsabilização" da primeira que, ao delegar as responsabilidades do campo cultural ao Estado, estabelece uma relação de alta dependência e alta desconfiança (RIBÓ, 2000 *apud* PONTE, 2012).

Outra questão que merece destaque diz respeito aos desafios enfrentados pelas políticas públicas culturais de contemplarem todos os setores culturais que variam muito quanto à sua multiplicidade, suas diferentes formas de organização, demandas e estágios. Aliado a isso, soma-se o desequilíbrio regional entre a concentração de atenção do poder público e da mídia, da organização dos segmentos culturais e da própria distribuição de renda da população que influenciam a captação de financiamento. Dados do Ministério da Cultura mostram que, no ano de 2007, 80% de verba captada para projetos culturais ficou retida nas regiões Sul e Sudeste, restando 11% para o Centro-Oeste, 6% com o Nordeste e 3% com o Norte (PONTE, 2012).

Referente ao êxito das políticas públicas culturais, Ponte (2012) ainda aborda o problema do excesso de burocracia e da defasagem da legislação para a execução de atividades artístico-culturais, sendo execução entendido como o conjunto de ações e recursos necessários para a realização de determinada atividade, compreendendo desde as rotinas administrativas, até os recursos financeiros despendidos. Segundo a autora

> A questão da agilidade de execução é crucial e é dificultada pelos trâmites próprios da administração pública e pela legislação, trazendo um grande impasse às ações culturais desenvolvidas por órgãos da administração direta e indireta, que deveriam, contar com maior autonomia (p. 60).

Apesar da herança mais marcante dos anos de 1990 na área das políticas culturais esteja relacionada aos modelos de financiamento público e privado através das leis de incentivo fiscal e do marketing cultural, com o final da década também surgiram

novos modelos de gestão pública e mais parcerias entre os âmbitos público, privado e a sociedade civil na área da cultura (PONTE, 2012). Esse foi o caso das Organizações Sociais (OSs) e das Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIPs), duas figuras jurídicas criadas, respectivamente, a partir das Leis Federais nº 9.637/98 e nº 9.790/99. Essas leis incentivaram o surgimento de um espaço público não estatal através do fortalecimento das parcerias entre governo e Terceiro Setor, dando origem ao modelo de gestão pública não estatal, também conhecido como publicização e contratualização.

Segundo Ponte (2012), a publicização começou a ser implementada no Brasil desde o ano de 1998, sendo realizada por meio de parcerias dos governos federal, estadual e municipal com entidades do chamado Terceiro Setor. Trata-se de "pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos instituídas por iniciativa de particulares, para desempenhar serviços sociais não exclusivos do Estado com incentivo e fiscalização pelo Poder Público" (DI PIETRO, 2009, p. 499). Cumprindo alguns requisitos, essas entidades – na forma de associações, fundações ou institutos – recebem a qualificação ou titulação que lhes permite firmar termo de parceria com o Estado. As Organizações Sociais (OSs) ou Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIPs) são, então, títulos concedidos a entidades do Terceiro Setor, as quais estão habilitadas a "receber recursos públicos e administrar bens e equipamentos do Estado, que continua sendo responsável por planejamento, financiamento e controle da atividade [...]" (PONTE, 2012, p. 25).

Apesar da adoção da gestão pública não estatal na área cultural ainda ser passível de fragilidades e riscos, destaca-se entre seus principais benefícios a agilidade e eficiência – esta entendida como o modo de se atingir objetivos com o melhor aproveitamento dos recursos empenhados (MAXIMIANO, 2004) – na prestação de serviços e o aumento de recursos destinados para a cultura. No primeiro caso, a vantagem mais sensível do modelo diz respeito à agilidade viabilizada aos processos de compras e contrações que, mesmo com os avanços recentes da administração pública (como o pregão eletrônico), são mais eficientes do ponto de vista gerencial. Quanto ao aumento de recursos destinados para a cultura, Ponte (2012) afirma que esse aumento se dá de forma indireta, já que o aumento de investimentos públicos na área cultural não se dá pela publicização em si, mas sim pelos incentivos que essa promove referentes à tendência de desenvolvimento e crescimento das atividades culturais. Outra vantagem

importante para o aumento de recursos é a facilidade que o modelo permite para captar recursos externos, estabelecer parcerias de cooperação e receber doações.

Além dos modelos de OSCIPs e OSs, a administração pública também atua no setor cultural brasileiro por meio de pessoas jurídicas de direito público, de forma indireta, através do processo conhecido como de descentralização, entendido como a "distribuição de competências de uma para outra pessoa, física ou jurídica" (DI PIETRO, 2009, p. 409).

Um exemplo destes tipos de pessoas jurídicas são as autarquias, entidades de direito público que, porém, possuem determinado grau de autonomia frente à administração pública direta, visto que são inerentes as características de personalidade jurídica própria, bem como patrimônio e receitas próprios (SAMPAIO, 2011). Di Pietro (2009, p. 429) define autarquia como a "pessoas jurídica de direito público, criada por lei, com capacidade de autoadministração, para o desempenho de serviço público descentralizado, mediante controle administrativo exercido nos limites da lei". Outro caso é o das fundações públicas que são entidades sem fins lucrativos, com autonomia administrativa e patrimônio próprio e que, além de personalidade de direito público, também podem assumir personalidade de direito privado (SAMPAIO, 2011). Fundações públicas ainda podem ser entendidas como o "patrimônio, total ou parcialmente público, dotado de personalidade jurídica, de direito público ou privado, e destinado, por lei, ao desempenho de atividades do Estado na ordem social, com capacidade de autoadministração e mediante controle da Administração Pública, nos limites da lei" (DI PIETRO, 2009, p. 429).

A principal diferença entre autarquias e fundações públicas é que as fundações públicas podem assumir personalidade jurídica de direito privado, sendo então subordinadas ao Código Civil ao invés das normas de direito público como as autarquias e as fundações públicas de direito público. Na prática, isto significa que, tal como os modelos de OSCIPs e OSs, as fundações públicas de natureza privada têm diferenciais quanto à agilidade e à eficiência na prestação de serviços e nos processos de compras, de captação de recursos e de contrações.

2.2. QUE FINANCIAMENTO PARA QUAL CULTURA?

Mas afinal, por que o Estado, deveria se preocupar com o fomento e o financiamento da cultura? Se antigamente essa relação se baseava na legitimidade das atividades culturais pela sociedade, hoje se atenta para a concepção econômica que a cultura assume. Segundo a Unesco (1982 *apud* SARAVIA, 1999, p. 92), a cultura é vista como um fator essencial de desenvolvimento, sendo que o aumento do nível cultural "cria condições propícias para o aumento da produtividade dos recursos econômicos, financeiros e tecnológicos", além de proporcionar um melhor nível de vida social e institucional. Para Saravia (1999), entretanto, essa concepção de cultura como mero instrumento econômico deveria ir além. Assim, para García Canclini (1987 *apud* SARAVIA, 1999, p. 92), o papel das ações públicas

> Não se limita a ações pontuais, mas que se ocupa da ação cultural com um sentido contínuo (através de toda a vida e em todos os espaços sociais) e não reduz a cultura ao discursivo ou ao estético, já que procura estimular a ações coletivas através de uma ação organizada, autogestora, reunindo as iniciativas mais diversas (de todos os grupos, no político, no social no recreativo etc.). Além de transmitir conhecimentos e desenvolver a sensibilidade, procura melhorar as condições sociais para descobrir a criatividade coletiva. Busca-se que os próprios sujeitos produzam a arte e a cultura necessárias para resolver seus problemas e afirmar ou renovar sua identidade.

Saravia (1999) ainda acrescenta o fato de que não se deve – ou não se deveria – estabelecer setores prioritários ao cultural, apesar das dificuldades financeira e gestora do Estado. Nesse sentido, a escassez é geral em todas as nações e exige *lobbies* e outros meios legítimos de sensibilização das autoridades governamentais. Para Valiati e Florissi (2007), a cultura de uma sociedade influencia enormemente o pensamento econômico e ético de um país e impõe certos valores sobre quais comportamentos e atividades devem obter maior importância econômica e social. Semelhantemente, dependendo do estado da economia de um país, sua cultura terá maior ou menor suporte e destaque.

Refletindo sobre o problema de escassez do Estado, Reis (REIS; MARCO, 2009) aponta para um dilema interessante: o que deve prevalecer, a justiça distributiva ou a eficiência alocativa? Isto é, a capacidade provedora do Estado é limitada e põe em questão a utilização eficiente dos recursos e a distribuição justa dos mesmos. É possível ainda refletir que a "eficiência" e a "justiça" na alocação e na utilização destes recursos

varia muito sob cada prisma – afinal, eficiente e justo para quem? A importância de ter uma política pública com objetivos claramente definidos, bem desenhada e com base no contexto local cresce à medida que este dilema se torna um problema real.

Valiati e Florissi (2007) apontam três principais motivos pelos quais o Estado deve participar como provedor e/ou financiador da cultura. O primeiro motivo está ligado às "externalidades positivas" geradas pelas atividades culturais, isto é, o bem-estar gerado no processo de produção destas atividades. Assim, o Estado deve promover a produção destas atividades para além daquilo que é disponibilizado pelo mercado, já que geram bem-estar social. O segundo motivo se refere à intervenção do Estado no estabelecimento de preços dos bens culturais e na quantidade ofertada dos mesmos: o subsídio da cultura viabiliza uma política de inclusão de uma parcela da população – que, se tivesse que pagar os custos reais destes produtos, deles não poderia usufruir – e aumenta a oferta de bens culturais considerados escassos. O terceiro motivo diz respeito à característica de oferta dos bens culturais que, de maneira geral, se caracterizam como bens parapúblicos, ou seja, trazem características de bens públicos e de bens privados. A participação do Estado como provedor e/ou financiador da cultura garante a característica pública dos bens culturais pertinente a não-excludência (o aumento de acesso a um produto não implica no aumento do custo adicional) e a não-disputabilidade (o consumo de um indivíduo não reduz o que está disponível para o consumo dos demais indivíduos).

Outra questão também relevante diz respeito à medida que o Estado deve intervir nas atividades culturais. Segundo o francês Jacques Duhamel (*apud* SARAVIA, 1999), a missão do Estado é ajudar a cultura a nascer e a ser transmitida, e não criá-la. Em contrapartida, as forças de mercado dos países de economia aberta não podem satisfazer, por si só, as necessidades culturais de uma sociedade que muda rapidamente (GIRARDI, 1972 *apud* SARAVIA, 1999). Nesse sentido, García (*apud* SARAVIA, 1999) afirma que é função do Estado vincular as políticas públicas às necessidades sociais.

Apesar de todas as possíveis controvérsias, o apoio governamental direto, ao menos nas nações da América Latina, continua sendo a forma mais frequente de financiamento da cultura. Entretanto, formas alternativas de financiamento da cultura, têm crescido em participação e em número nos últimos anos. Além desses dois enfoques, Saravia (1999) ainda aborda outras modalidades de financiamento da cultura,

talvez não tão familiares, mas não menos importantes, sendo possível citar, entre elas, as indústrias culturais e a cultura autogerida. A partir da análise do autor, apresenta-se a seguir as principais modalidades de financiamento à cultura caracterizando e exemplificando os agentes financiadores em seus diferentes níveis de atuação (tabela 1).

Tabela 1 – Principais modalidades de financiamento à cultura

Principais modalidades de financiamento à cultura			
Agente	**Nível de atuação**	**Características**	**Exemplos**
O governo	fundos especiais institucionalizados	fundos financeiros estabelecidos pelo Estado; administrados por um órgão colegiado próprio; objetivo de apoiar atividades culturais, que se institucionalizam e atuam com relativa autonomia	Fundo Nacional da Cultura do Brasil: fundo de natureza contábil, com prazo indeterminado de duração; é administrado pelo Ministério da Cultura segundo os princípios estabelecidos no PRONAC[1]
	ação dos bancos oficiais	bancos oficiais de apoio à cultura	Banco do Brasil: patrocina projetos realizados nos Centros Culturais Banco do Brasil (CCBBs) desde 1989[2]
	ação de outras instituições públicas não-culturais	organismos públicos cuja finalidade principal não é a atividade cultural mas também realizam projetos culturais	Empresa Brasileira de Correios e Telégrafo: restaura prédios históricos para abrigar suas agências
	isenções ou deduções tributárias	isenção total ou parcial de impostos ou taxas, concedida às pessoas físicas ou jurídicas que financiam atividades culturais	Lei Rouanet: prevê dedução de até 3% do imposto devido pelas pessoas físicas e 5% pelas pessoas jurídicas
	domínio público pagante	tributação do usufruto de obras literárias e artísticas que são do domínio público por haver terminado o período de percebimento de direitos autorais, ou por pertencerem ao acervo popular ou por serem anônimas	Decreto-lei nº 1.224 da Argentina: ratificada pela Lei nº 23.382, de 1986; importante fonte de recurso do Fundo Nacional das Artes

[1] Disponível em: <http://vix.sebraees.com.br/arquivos/fnc.htm>. Acesso em: 26 Set 201.
[2] Disponível em: <http://www.bb.com.br/portalbb/page22,102,2697,0,0,1,6.bb?codigoNoticia=3350&codigoMenu=1406>. Acesso em: 26 Set 2014.

O setor privado	mecenato	ação de proteção a poetas, músicos, escultores e outros artistas; objetiva promover uma imagem social da empresa	Banco Itaú, Serviço Social do Comércio (Sesc): organizações que praticam o mecenato
	patrocínio	ação de custeio de atividades culturais; objetivo promover uma imagem social da empresa, além de fins publicitários e comerciais específicos	Vonpar, Gerdau: organizações que praticam o patrocínio
	fundações e organizações empresariais	fundações e organizações empresarias destinadas a financiar a cultura, geralmente com uma visão de produção cultural mais profissional	Fundação Bienal de São Paulo: instituição que promove e organiza a Bienal Internacional de Arte de São Paulo[3]
As indústrias culturais		setor econômico de produção de mercadorias e equipamentos e de prestação de serviços destinados à difusão cultural de massa	Walt Disney, MTV
Os produtores culturais		organizações ou grupos culturais com a finalidade de proporcionar cultura independente de ganhos financeiros ou de necessidades correspondidas	Teatro Sarcáustico (teatro), Grupo Upa (música)
A cultura autogerida		manifestações autossustentadas com base nas raízes comunitárias; são expressão do patrimônio cultural	Festas de Padroeiros
O público		participação do público na captação de receita	venda de ingressos

Fonte: adaptado de Saravia (1999).

As modalidades são apresentadas separadamente, mas elas se relacionam entre si (o mecenato, por exemplo, atua através das isenções tributárias) e podem ser praticadas de forma concomitante (um projeto cultural pode buscar financiamento através dos fundos especiais institucionalizados e de patrocínios). Saravia (1999) também aponta para a existência de sistemas internacionais de financiamento da cultura, como o Fundo Internacional para a Promoção da Cultura, estabelecido em 1974 no âmbito da Unesco, ou ainda a Fundação Europeia da Cultura, originária do ano de 1952.

Os diferentes mecanismos de financiamento da cultura aumentam a importância do entendimento e do estudo da área econômica da cultura. Para Reis (REIS; MARCO, 2009, p. 27), economia é "a ciência que estuda a produção, a distribuição e o consumo

[3] Disponível em: <http://www.bienal.org.br/>. Acesso em: 26 Set 2014.

de bens e serviços (assim como as condições para a produção, os modos de distribuição e as formas de consumo)" e que na área da cultura contempla "os bens, serviços e manifestações culturais que entram (ou poderiam entrar) em um fluxo completo de produção, distribuição e consumo". Segundo a autora, a economia tem como base as relações existentes entre a sociedade civil, o Estado e o mercado (ou iniciativa privada) que, ao considerar a área cultural, busca entender essas relações, as responsabilidades e os papéis de cada agente de forma a mover os objetivos individuais de forma convergente e sinérgica. Filho (REIS; MARCO, 2009, p. 79), afirma que o conhecimento da economia da cultura se justifica perante: a propensão das atividades culturais de gerar fluxos de empregos e de renda (fator econômico); a necessidade de se tomarem decisões quanto à alocação de recursos públicos (fator político); o fato de a economia da cultura emergir, no plano teórico, como um novo objeto da economia política, pelo seu expressivo crescimento relativo na sociedade pós-industrial.

Ainda sobre os mecanismos de financiamento da cultura, Saravia (1999) destaca que, independente das diferenças em âmbito nacional e internacional, estes mecanismos apresentam condições em comum, como

> a crise econômica que afeta quase todas as nações do mundo, inclusive a maioria dos países industrializados, e que gera recessão e políticas de contenção dos gastos públicos; a tendência das empresas e outras organizações do setor privado no sentido de colaborar em projetos conjuntos, em lugar de contribuir para atividades realizadas por terceiros; a desconfiança generalizada em relação às estruturas governamentais, consideradas pesadas, dispendiosas e pouco eficazes (p. 115).

Para Saravia (1999), essa situação dos sistemas de financiamento da cultura favorece a criação de um sistema integrado com base em modernas técnicas de gestão e a estruturação das organizações em forma de rede. Isso se dá devido a condições como

> a tendência de integração de países e organizações que, além de concretizar os desejos solidários dos países, constitui hoje uma exigência da economia internacional; o trânsito internacional e a interação cada vez mais intensa de produtores culturais e manifestações artísticas; a existência de meios tecnológicos que permitem o diálogo instantâneo e a ação integrada, sem exigências de deslocamento; a solidariedade crescente no âmbito de cada categoria de produtores culturais; a linha cada vez mais difusa que separa o setor público do setor privado, especialmente nas áreas relacionadas à produção cultural; e a existência de políticas públicas permanentes, fruto consenso social, e relativamente independentes da vontade do partido ou grupo que exerce o governo (p. 116).

Um dos elementos que hoje, após quinze anos da publicação do artigo de Saravia (1999), influencia fortemente a vida social e especialmente o sistema de financiamento, é a "existência de meios tecnológicos que permitem o diálogo

instantâneo e a ação integrada, sem exigências de deslocamento" (SARAVIA, 1999, p. 116). Para Valiati e Florissi, (2007) inovações como os equipamentos multimídia, a difusão das comunicações e a digitalização incentivam o surgimento de nichos de mercados interessantes aos investidores e talvez mais promissor frente à gestão do setor público e à atuação de economistas. Não se trata apenas do aperfeiçoamento das modalidades de financiamento atuais – facilidade de divulgação de editais, virtualização de trâmites e processos, contribuição para a destinação transparente de recursos, etc. –, mas também para o fomento de novas modalidades de financiamento. Esse é o caso do *crowdfunding*, modalidade de financiamento essencialmente baseada no uso intensivo das TICs entendida como um convite aberto a um amplo número de pessoas para a obtenção de recursos financeiros a fim de apoiar iniciativas para fim específico. A seguir será apresentada uma ampliação do conceito do *crowdfunding*, assim como suas formas de aplicação, sua relação com a contemporaneidade e outras observações sobre ações colaborativas

2.3. TICS, COLETIVIDADE E COMPARTILHAMENTO

A tecnologia permitiu a evolução da comunicação para o aprimoramento dos meios de relacionamento entre as pessoas e isso devido o amplo acesso à conexão de Internet e banda larga sem fio, a difusão de *smartphones* e a crescente adesão às redes sociais, que aproximam rápido e constantemente organizações e indivíduos. O número de usuários de Internet cresceu para 112 milhões de pessoas em 2011, significando 15% a mais de usuários se comparado ao ano de 2010, assim como o uso das tecnologias móveis como expressa o significativo 117% de aumento nas vendas de *smart phones* na América Latina em 2011 comparado ao ano anterior. Como consequência, a necessidade individual de pertencimento a um grupo social está gradativamente mais centralizada em plataformas virtuais de comunicação, permitindo trocas e compartilhamentos tanto quanto a produção e criação de inovações coletivas (ABRADI, 2012; MONT, 2004; KOZINETS; HEMETSBERGER; SCHAU, 2008 *apud* SILVA *et al*, 2013).

No ciberespaço, as formas de interação, comunicação e coordenação são diferentes de quando as pessoas se encontram pessoalmente. Essas mudanças estimulam o surgimento de espaços de trocas entre grupos distantes de pessoas, mas que, apesar das distâncias, se encontram por suas afinidades e conveniências. Através de redes de interação, como emails, redes sociais, sistemas de conferências, pessoas formam grupos de discussão de uma série de temas, jogam, entretém uns aos outros, ou ainda trabalham numa série de complexos projetos. (KOLLOCK; SMITH, 1999). Segundo Licklider (1978) e Harasim (1993) (*apud* KOLLOCK; SMITH, 1999) não se trata apenas de mídia de comunicação, mas sim de novas formas de organização de grupos que sustentam e apoiam muitas interações e trocas. Sob esse prisma, Internet pode fomentar práticas de compartilhamento em massa e conhecimento (FRIEDMAN, 2005 *apud* SILVA *et al* 2013).

Kollock e Smith (1999) falam sobre o surgimento de comunidades no ciberespaço. Segundo os autores, o ser humano conta com uma capacidade de reconhecer pessoas afins e a usa para saber a quem recorrer e o que esperar dessas pessoas, e isso inclusive acontece no mundo virtual. A Internet tem se mostrado um incentivador dessas comunidades, uma vez que permite a interação entre pessoas de qualquer parte do mundo. Num lugar de compartilhamento e discussão, onde se partilham salas de bate-papo, blogs, sites de relacionamento com aqueles que se veem afins, as interações são feitas de todas as partes do mundo, independente de distâncias e culturas, e permitem o surgimento de comunidades além daquelas limitadas ao mundo real.

O ciberespaço tem possibilitado, de fato, diversas formas de compartilhamento e, concomitantemente, fomentado a ideia de comunidade e a criação de sinergias, enfatizada tanto pela troca quanto pela doação. Nesse sentindo, segundo Belk (2007), compartilhar pode ser entendido como o ato ou processo de distribuir algo que é seu para outros usarem e/ou o ato ou processo de receber ou ganhar algo que pertence a outros para seu próprio uso. No processo de compartilhamento, se define aquilo que é *nosso*, através do qual duas ou mais pessoas vão usufruir dos benefícios ou custos que fluem da possessão de algo. As TICs são uma chave para isso, visto que facilitam relações sociais de acontecerem de uma maneira mais coletiva, compartilhada e colaborativa (SILVA *et al* 2013). Assim, podemos compartilhar algo como férias, uma

mesa de almoço, ou ainda coisas mais abstratas como conhecimento, responsabilidade e poder.

Compartilhar também pode economizar recursos. É uma alternativa da propriedade privada, enfatizada tanto pela troca quanto pela doação. Um simples exemplo é o compartilhamento de livros numa comunidade de estudantes – que, ao invés de cada um ter o seu livro, eles podem acessá-lo na biblioteca – ou, mais recentemente, o compartilhamento de automóveis – invariavelmente mais econômico frente os custos de aquisição e manutenção de um automóvel privativo. Sob essa lógica, de maneira geral, quanto maior o compartilhamento, mais aproveitado será o bem e menos oneroso ele será, e o uso da Internet vêm a corroborar com essa equação. Belk (2007) afirma que a colaboração em escala global se torna mais barata, fácil, menos conflituosa, mais produtiva, e tem alcançando um número cada vez maior de pessoas. De fato, é mais fácil imaginar uma partilha maior de bens intangíveis como informações, opiniões, imagens e ideias, especialmente quando estas coisas estão em formato digital e não são perdidos quando compartilhados.

Inquestionavelmente, a tecnologia tem assumido uma posição de ativa transformação nos negócios, na vida e na sociedade global em todos os aspectos (FRIEDMAN, 2005 *apud* SILVA *et al*, 2013). O avanço e a disseminação das TICs têm possibilitado novas formas de compartilhamentos, e a ascensão de plataformas de práticas coletivas permitem interação, acesso gratuito à informação, troca de conhecimentos, criação e colaboração. Na perspectiva organizacional, essas práticas indicam novos modelos de negócios, novas formas de conduzir os processos de tomada de decisão, desenvolvimento de produto, aprendizado coletivo, (SILVA *et al*, 2013), colaboração horizontal entre diferentes departamentos e assim por diante. Mais recentemente, as organizações começaram a contar com o apoio da tecnologia para, de maneira direta, procurar a ajuda financeira do público (a "multidão") em vez de se aproximar de investidores financeiros – tais como bancos ou fundos de capital de risco – (KLEEMANN *et al*, 2008 *apud* SCHWIENBACHER; LARRALDE, 2010), sendo essa ação conhecida como *crowdfunding*.

2.4. *CROWDFUNDING*, SISTEMAS COLABORATIVOS E CATARSE

Schwienbacher e Larralde (2010, p. 4) definem o *crowdfunding* ou, em português, financiamento coletivo, como

> *an open call, essentially through the Internet, for the provision of financial resources either in form of donation or in exchange for some form of reward and/or voting rights in order to support initiatives for specific purpose.*

Ou seja, financiamento coletivo é um convite aberto, essencialmente através da Internet, para a obtenção de recursos financeiros, ou em forma de doação ou em troca de alguma recompensa e/ou direito de voto, a fim de apoiar iniciativas para específico fim. Está relacionado ao conceito mais amplo de *crowdsourcing*, que se refere à participação da multidão para obter ideias, feedbacks e soluções para o desenvolvimento de atividades corporativas (BELLEFLAMME; LAMBER; SCHWIENBACHER, 2013), usado pela primeira vez em 2006 por Jeff Howe e Mark Robinson. Segundo Kleemann, Voß e Rieder

> *Crowdsourcing takes place when a profit oriented firm outsources specific tasks essential for the making or sale of its product to the general public (the crowd) in the form of an open call over the internet, with the intention of animating individuals to make a contribution to the firm's production process for free or for significantly less than that contribution is worth to the firm* (2008, p. 6).

Isto é, c*rowdsourcing* ocorre quando se terceirizam tarefas específicas de produção ou a venda de um produto ao público em geral (a multidão), sob a forma de um convite aberto através da Internet, com a intenção de incentivar as pessoas a fazerem uma contribuição sem contrapartida ou com contrapartida de valor inferior. No caso do financiamento coletivo, o objetivo é angariar dinheiro, em particular através das redes da Internet, para realização de projetos ou atividades a partir da colaboração de várias pessoas. O elemento mais importante do financiamento coletivo que o distingue do *crowdsourcing* é a ação de levantar fundos, podendo o primeiro ser visto como um subconjunto do segundo (BELLEFLAMME; LAMBERT; SCHWIENBACHER, 2010). Nesse modelo não são identificados intermediadores, mas sim plataformas de aproximação entre os projetos e os seus *crowdfunders* (aqueles que investem em projetos). É possível identificar a diferença entre captação de recursos direta e indireta já que são usadas as plataformas de financiamento coletivo ao invés do contato direto com a multidão (BELLEFLAMME; LAMBERT; SCHWIENBACHER, 2010).

A essa análise, os autores ainda consideram a importância do desenvolvimento de Web 2.0 para ter acesso à "multidão". O conceito cunhado pela empresa norte-americana O'Reilly Media a partir do ano de 2004, se refere à "aplicação" da Internet que possibilita novas formas de comunicação interativa que vão além dos modelos tradicionais de comunicação (KLEEMANN; VOß; RIEDER, 2008). O conceito está relacionado ao crescimento de conexões em banda larga juntamente com a emergência de aplicativos e diz respeito às estruturas colaborativas e interativas que permitem usuários criarem conteúdo.

Nesses últimos tempos muitas plataformas de financiamento coletivo têm surgido e uma que ajudou na popularização do conceito de financiamento coletivo foi a SellaBand[4] que desde 2006, tem atuado na aproximação de bandas independentes de música e seus fãs. Ao investirem na produção do CD de uma banda, os investidores recebem recompensas, tais como uma cópia grátis do CD ou os benefícios de suas vendas. Desde a sua fundação, a plataforma foi responsável por intermediar o investimento de mais de $ 4 milhões em bandas de música[5]. Schwienbacher e Larralde (2010) indicam que a área do financiamento coletivo é muito jovem, tendo emergido com significância há cerca de uma década. O seu conceito foi aplicado principalmente por artistas e produtores individuais de filmes, oriundos da indústria de entretenimento, sendo ampliado posteriormente para outros setores tais como jornalismo, cerveja, software e moda. Apesar de a área ser recente, a prática do financiamento coletivo já é algo antigo. No final do século 19, por exemplo, o artista plástico francês Frédérico-Augustine Bartholdi, na falta de investimento de mecenas, viabilizou a criação da estátua da Liberdade dos Estados Unidos após 10 anos levantando dinheiro com uma multidão de pequenos financiadores. Como contrapartida, os financiadores ganhavam uma réplica em miniatura da escultura (GARCIA, 2014)

Schwienbacher e Larralde (2010) apontam para uma predominância de iniciativas de financiamento coletivo que oferecem alguma forma de recompensa para os colaboradores (tal como emissão de ações, pagamentos em dinheiro, cópia gratuita do produto ou crédito no mesmo) ao invés de apenas se basear em doações. Outra colaboração dos autores foi a identificação das motivações que levam projetos a optarem pelo financiamento coletivo, as quais vão além da angariação de dinheiro.

[4] www.sellaband.com
[5] Disponível em: <https://www.sellaband.com/en/pages/about_us>. Acesso em: 15 Set 2014.

Entre as motivações estão: a validação de um produto pela sociedade antes de levá-lo ao mercado; a comunicação direta e pessoal com a sociedade e o compartilhamento de conteúdo através do uso intensivo dos métodos de comunicação e interação disponíveis na Internet (como blogs, Facebook e Twitter). Sob esse prisma, existe mais no *crowdfunding* do que apenas *funding* (BELLEFLAMME; LAMBERT; SCHWIENBACHER, 2010). Devido ao apelo feito aos consumidores e ao uso de ferramentas da Internet, uma organização que opta por esse modelo de financiamento pode obter ajuda quanto a testes, promoção e comercialização dos seus produtos, assim como na obtenção de um melhor conhecimento dos gostos dos seus consumidores, ou na criação de novos produtos ou serviços.

Entretanto, Silva (*et al* 2013) defendem que para que ferramentas de colaboração sejam desenvolvidas, é necessário que indivíduos provoquem práticas coletivas. Além disso, Botsman e Rogers (2011) enfatizam a importância da confiança como meio facilitador, esta influenciada pelo nível de identificação entre os idealizadores de projetos e seus possível colaboradores (KRAMER, 1999 *apud* SILVA *et al* 2013). Botsman e Rogers (2011) mencionam três diferentes sistemas baseados no conceito de compartilhamento: 1) os sistemas produto-serviço, que envolvem um consumo sem a necessidade de aquisição do produto ou serviço, apenas se paga pelo seu uso – como, por exemplo, o compartilhamento de carro anteriormente citado; 2) os mercados de redistribuição, associados a trocas e doações de diferentes itens referentes à transferência de propriedade – como os brechós de trocas de roupas; e 3) os estilos de vida colaborativos, nos quais indivíduos estão inclinados a compartilhar e trocar ativos intangíveis tais como dinheiro, conhecimento, tempo e espaço.

Segundo os autores (2011), os usuários que adotam os sistemas colaborativos buscam mais do que apenas produtos e serviços por baixos custos: eles são motivados pelos encontros de pessoas, pelas experiências, e pelas questões sociais e sustentáveis envolvidas. Isso vem a corroborar com o entendimento de que se ações isoladas não são capazes de atingir seus objetivos propostos, se faz necessário seguir por outros caminhos (SILVA *et al* 2013) – ótica referente ao financiamento coletivo. Para Silva (*et al* 2013), o surgimento de práticas coletivas também reflete um cenário global, onde solucionar e satisfazer demandas sociais vira a essência de negócios, como é o caso de empresas como o Catarse (site de financiamento coletivo para projetos sociais e criativos), Engage (incubadora de projetos de engajamento coletivo) e Nós Coworking

(espaço de *coworkig* – ambiente de trabalho compartilhado com outros profissionais[6]). Quanto ao financiamento coletivo, a autora afirma que este resolve o desafio de financiamento de negócios inovadores e iniciativas criativas que caso contrário poderiam não ter a atenção de investidores tradicionais.

A modalidade de financiamento coletivo tem gradativamente assumido uma posição de destaque no desenvolvimento de comunidades. A plataforma Kickstarter, por exemplo, teve em 2013 3 milhões de apoiadores de 214 países de todas as partes do mundo, arrecadando um total de U$ 480 milhões para 19.911 projetos, sendo, entre eles, o de construção de uma piscina pública no rio Hudson e o primeiro helicóptero de propulsão humana no mundo (GARCIA, 2014). Há também ações crescentes para financiamento de movimentos e intervenções urbanos através de projetos de empreendimentos, de construções em espaços públicos ou ainda de festivais. Este foi o caso do projeto *Que Ônibus Passa Aqui* realizado pelo Shoot The Shit – um coletivo criativo para transformar a cidade de Porto Alegre – que levantou dinheiro para colocar nas paradas de ônibus da cidade de Porto Alegre um adesivo informando as linhas de ônibus que passam no local. O financiamento coletivo, assim, é um meio de multiplicar as possibilidades de pessoas juntas construírem a cidade que desejam.

O financiamento coletivo também tem alcançado reconhecimento e legitimidade por toda a sociedade. Exemplo disto foi o festival CoCidade: realizado na cidade de São Paulo em setembro de 2014 pela Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo. O objetivo do evento era expor os resultados de projetos construídos de forma compartilhada e coletiva tendo três principais eixos: financiamento coletivo, espaços colaborativos de trabalho e convivência e projetos de ocupação urbana. A iniciativa tinha como intuito incentivar a reflexão sobre como melhorar os centros urbanos para os seus cidadãos através de projetos de financiamento coletivos embasados em problemas e potenciais urbanos. Segundo Caruso (2014), o festival, além de uma oportunidade de conhecer ações coletivas, é "um meio de fortalecermos ainda mais os laços dessa imensa rede que constrói diariamente uma cultura mais colaborativa".

Dentro da área do financiamento coletivo, uma das referências no Brasil é a plataforma Catarse, fundada no início de 2011, apesar de já existir nessa época duas outras plataformas: Queremos[7] e Vakinha[8] (o último tem ênfase no *sharegifting*

[6] Disponível em: <http://www.noscoworking.com.br/#nos-coworking>. Acesso em: 27 Set 2014.
[7] http://www.queremos.com.br/

(SBEGHEN, 2012), ou seja, presentear de forma compartilhada). A plataforma Catarse surgiu a partir da parceria entre Luís Otávio Felipe Ribeiro, Diego Reeberg e Daniel Weinmann, os dois primeiros colegas no curso de administração da Fundação Getúlio Vargas (FGV) que buscavam novos modelos de negócio, e Daniel, um posterior conhecido, interessado em desenvolver seus próprios projetos como músico e dançarino. A ideia teve como inspiração o site norte-americano de financiamento coletivo Kickstarter[9], que promove desde 2009 projetos nas áreas de filmes, jogos, música, artes, design e tecnologia, o qual trouxe como inspiração aos criadores do Catarse os elementos de um empreendimento colaborativo, conectado às mídias sociais e promovedor de mudanças na sociedade (SBEGHEN, 2012).

Apesar da ideia de financiamento coletivo existir antes mesmo da Internet, os criadores do Catarse se preocuparam em difundir o conceito pela Internet e lançaram, ao mesmo tempo em que desenvolviam o site, o blog Crowdfundingbr[10]. O objetivo do blog é disseminar a cultura do financiamento coletivo no Brasil, através tanto da geração de conteúdo sobre o tema quanto da criação de uma rede de pessoas interessadas pelo mesmo (SBEGHEN, 2012). Ainda no seu ano de fundação, o Catarse, a partir de uma fusão com a plataforma de financiamento coletivo Multidão, passou a ser parte do Grupo Comum[11] (ESCUDERO, 2011). De acordo com um dos fundadores Diego Reeberg, o site Catarse após três semanas de funcionamento já contava com mais de 15 mil visitantes únicos, mil pessoas cadastradas e 10 mil reais investidos em projetos (SBEGHEN, 2012). Segundo dados atuais, 170 mil pessoas já apoiaram pelo menos um projeto no Catarse, 1,4 mil projetos já foram bem sucedidos pela plataforma e cerca de 24 milhões foram investidos em projetos[12] (CATARSE, 2014b).

Na definição atual (CATARSE, 2014b), a plataforma do Catarse "é uma ferramenta que possibilita o financiamento de projetos criativos", através da qual artistas, designers, gamers, empreendedores ou ativistas viabilizam financeiramente seus projetos. Esses projetos se tornam realidade a partir da colaboração direta de pessoas que se identificam com elas.

---

[8] http://www.vakinha.com.br/
[9] https://www.kickstarter.com/
[10] http://crowdfundingbr.com.br/
[11] http://comum.cc/
[12] Dados referentes ao dia 17 de novembro de 2014.

Os realizadores enviam as suas iniciativas ao Catarse, sendo cada um deles completamente responsável pelo seu projeto – preparação de um vídeo de campanha, elaboração de recompensas atrativas para oferecer aos apoiadores, definição do orçamento do projeto e definição de estratégias de comunicação e de divulgação do projeto para o público. Após essa etapa de criação, quando o projeto já está bem formado, este é enviado à equipe do Catarse que faz uma breve seleção. A seleção serve para conferir se o projeto proposto se enquadra nas Diretrizes para Criação de Projetos e para também dar dicas de campanha aos realizadores. As Diretrizes para Criação de Projetos preveem um projeto (CATARSE, 2014b):

a) finito e com um objetivo claro – como gravar um disco, fazer um curta-metragem, realizar uma exposição artística;
b) relacionado a uma das seguintes categorias: Artes Plásticas, Cinema, Circo, Educação, Dança, Filmes, Música, Fotografia, Literatura, Teatro Arquitetura e Urbanismo, Gastronomia, Design, Educação, Moda, Ciência e Tecnologia, WEB, Jogos, Quadrinhos, Jornalismo, Negócios Sociais, Meio Ambiente, Mobilidade e Transporte e Ativismo;
c) com meta financeira realista que contabilize, inclusive, os custos e taxas envolvidos em uma campanha;
d) que tenha um planejamento prévio de campanha e mobilização;
e) que oferte recompensas aos apoiadores; e
f) que tenha um vídeo de apresentação.

Além disso, para o projeto ser aprovado, o realizador ainda precisa fornecer dados (que variam de pessoa jurídica e física) e ter o perfil na plataforma completo, inclusive com a informação sobre o *login* na conta de transações online. Há algumas limitações quanto ao uso da plataforma para, por exemplo, projetos filantrópicos, projetos que objetivem a compra de imóveis e terrenos ou ainda projetos que apoiem diretamente candidatos políticos.

Quando o projeto é aprovado e as últimas modificações são feitas, ele é aberto para a captação. Todos os projetos têm um prazo entre um e sessenta dias para alcançar a meta de arrecadação, sendo este prazo definido pelo próprio realizador. Quando acaba o prazo, se o projeto alcança a meta de arrecadação, o Catarse fica com 13% desse valor, sendo o restante repassado aos realizadores. Se o projeto não alcança a meta, o dinheiro é devolvido integralmente aos apoiadores.

Após quase três anos de operação, o Catarse pouco sabia dos realizadores e apoiadores de projetos de financiamento coletivo. Com o intuito de entender mais sobre quem são, o que pensam e como se comportam estes agentes, o Catarse em conjunto com a Chorus, empresa de pesquisa com foco em projetos ligados a cultura e sociedade, realizaram em 2013 a pesquisa Retrato do Financiamento Coletivo.

2.5. RETRATO DO FINANCIAMENTO COLETIVO

A plataforma do Catarse, juntamente com Chorus, empresa de pesquisa com foco em projetos ligados a cultura e sociedade, realizaram em 2013 a pesquisa Retrato do Financiamento Coletivo (CATARSE, 2014a) com o intuito de entender um pouco mais sobre o cenário do *crowdfunding* no Brasil. Os dados levantados na pesquisa são um recorte da realidade, e buscam informar os participantes do financiamento coletivo brasileiro sejam eles plataformas, realizadores ou colaboradores.

A pesquisa tinha quatro objetivos definidos: 1) conhecer o perfil das pessoas que fazem o financiamento coletivo acontecer no Brasil; 2) analisar o cenário atual do financiamento coletivo no país; 3) compreender os comportamentos, motivações e porquês das pessoas ao apoiarem um projeto; e 4) apresentar um pouco da ótica dos realizadores de projetos que já passaram pela plataforma do Catarse. A pesquisa foi respondida pela base de usuários, assinantes de newsletter e seguidores em redes sociais do Catarse, através de um questionário online com abordagens quantitativas e qualitativas sobre o financiamento coletivo. Ao todo, 3.336 pessoas responderam o questionário, referente ao período de 20 dias entre 29/08/2013 e 17/09/2013, tendo como estimativa de margem de erro dos dados estatísticos de 1,7%.

A análise dos dados foi feita a partir do recorte da pesquisa em quatro blocos. O Bloco 1 – Perfil – é uma expansão do questionamento de “quem somos nós?”, onde se busca conhecer um pouco mais sobre o perfil das pessoas que participam do financiamento coletivo no Brasil. A partir das questões deste bloco, contatou-se que o financiamento coletivo já está distribuído em todo o território brasileiro, porém há uma evidente desproporcionalidade. Enquanto nos estados das regiões Sudeste e Sul o percentual de ações de *crowdfunding* ultrapassa o percentual populacional, em estados

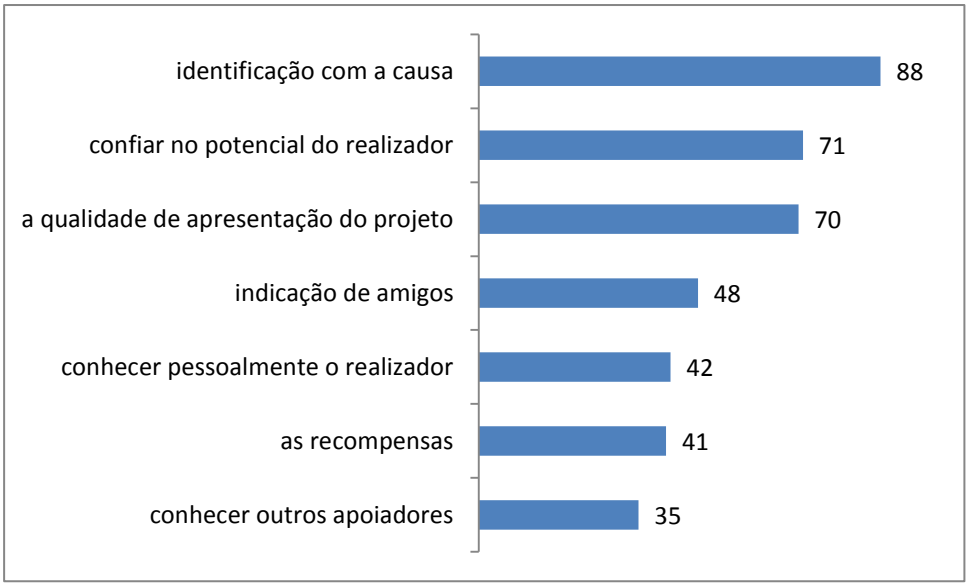
das regiões Norte e Nordeste essa relação não chega à metade. As pessoas que fazem parte desse financiamento se caracterizam por ser a maioria do gênero masculino (58,78%) entre 25 e 30 anos, com ensino superior completo e renda mensal entre R$ 3.000 e R$ 6.000. Sobre a renda mensal, é interessante observar que 74% das pessoas que praticam o financiamento coletivo no Brasil ganham R$ 6.000 ou menos por mês (anexo A).

Dentro a ocupação dessas pessoas, a maioria trabalha nas áreas de comunicação e jornalismo, administração e negócios ou *web* e tecnologia, grande parte delas são funcionários de empresas privadas. Quanto aos veículos onde buscam informações, os sites de portais de notícias e as mídias sociais (como Facebook e Twitter), são predominantes. Ainda referente ao padrão de comportamento e de preferências, 75% das pessoas entrevistadas afirmaram preferir ter acesso a produtos do que a posse deles (anexo A).

O Bloco 2 – Financiamento –, busca responder questões como "o que é esse tipo de financiamento que é coletivo?", "em quais setores parece ter mais força?", e ainda "para que os brasileiros estão usando o financiamento coletivo?". Quanto ao conhecimento que os participantes da pesquisa tinham sobre a modalidade de financiamento coletivo, 11% apontaram conhecê-la no último mês, isto refletindo o seu constante crescimento, e quase metade dos participantes (45%) apontaram conhecê-la há mais de dois anos. Dentre os entrevistados, 81% já apoiaram até cinco projetos de financiamento coletivo (anexo A).

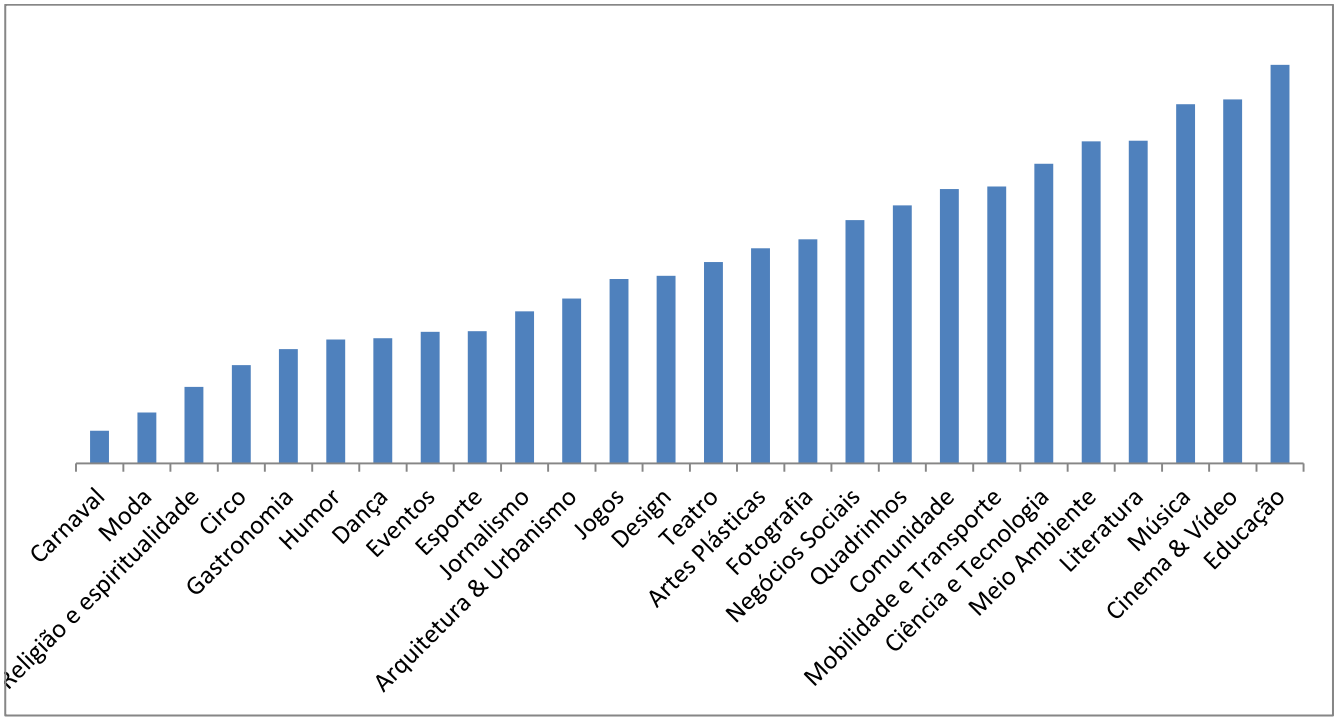
Quanto aos fatores relevantes para se apoiar um projeto de financiamento coletivo, as pessoas entrevistadas, numa escala de importância de 1 a 100, apontam a identificação com a causa como o fator mais importante, seguido da confiança no potencial do realizador e na qualidade de apresentação do projeto (gráfico 1). Quanto à identificação com a causa, a resposta da pesquisa constatou que 52% das pessoas têm interesse em apoiar projetos artísticos e culturais de forma independente, 41% têm interesse em apoiar projetos com viés social e/ou ambiental, que fortaleçam comunidades de forma responsável e solidária, e 24% para projetos com viés empreendedor, que viabilizem novas empresas, produtos e iniciativas. O gráfico 2 mostra a relação entre as áreas de projetos que as pessoas se interessam em apoiar, sendo a educação a área de maior interesse.

Gráfico 1 – Fatores que são relevantes para apoiar um projeto de financiamento coletivo



Fonte: adaptado de http://pesquisa.catarse.me/.

Gráfico 2 – Onde existe interesse em apoiar projetos

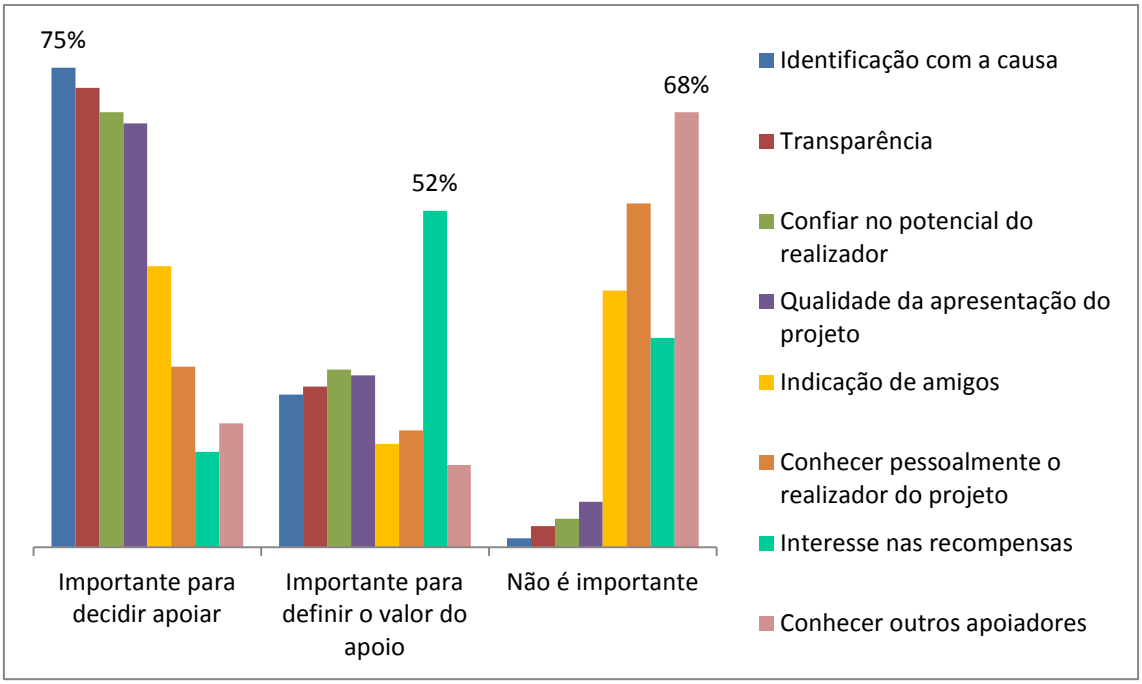


Fonte: adaptado de http://pesquisa.catarse.me/.

O gráfico 3 corrobora com a apuração de que a identificação com a causa de um projeto é fator relevante para apoiá-lo, com 75% dos entrevistados assim apontando. Em ordem de importância, em segundo aparece a transparência do projeto, e em terceiro a confiança no potencial do realizador. A pesquisa constatou que 64% dos apoiadores só apoiam projetos que apresentem o uso da verba de forma transparente. Para se definir o

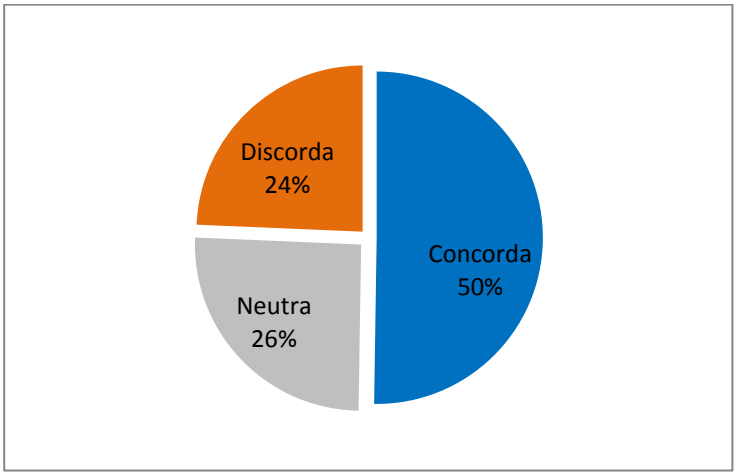
valor do apoio mais da metade das pessoas apontaram para a importância das recompensas. Curiosamente, 50% das pessoas concordam em ter disposição para apoiar com um valor maior caso receba alguma recompensa material ou uma experiência única (gráfico 4).

Gráfico 3 – Relação de importância entre os fatores para apoiar um projeto e definir valor para o apoio



Fonte: adaptado de http://pesquisa.catarse.me/.

Gráfico 4 – Disposição para apoiar com um valor maior caso receba alguma recompensa material ou uma experiência única



Fonte: adaptado de http://pesquisa.catarse.me/.

Ainda sobre os comportamentos e preferências dos entrevistados, a pesquisa mostrou que 66% das pessoas admitem fazer campanha dos projetos que apoiaram nas redes sociais para incentivar outras pessoas a apoiarem também (anexo A).

O Bloco 3 – Rede – se refere a questionamentos de “como se configuram os círculos de influência em uma campanha de financiamento coletivo?” e “como um projeto atinge diferentes camadas de pessoas e de que maneira esse processo ocorre?”. A pesquisa mostrou que, para um projeto obter apoio e alcance, existem três círculos de influência (figura 1): 1) ignição de projetos; 2) realização de projetos; e 3) interesse público.

Figura 1 – Círculos de Influência

Fonte: adaptado de http://pesquisa.catarse.me/.

O primeiro círculo, de Ignição de Projetos, é formado por amigos, parentes e pessoas próximas dos realizadores. Desejam o sucesso do projeto e estão dispostas a ajudar, principalmente motivadas pelo afeto que por eles têm. Esses são entendidos com os apoiadores mais valiosos, pois dão a ignição inicial do projeto – tanto em forma de apoio como de divulgação – e também o estímulo psicológico para a realização da campanha. Esse círculo de pessoas pode representar de 55 a 80% dos recursos que serão captados por um realizador, sendo então considerado, se bem trabalhado, um dos fatores de sucesso de um projeto.

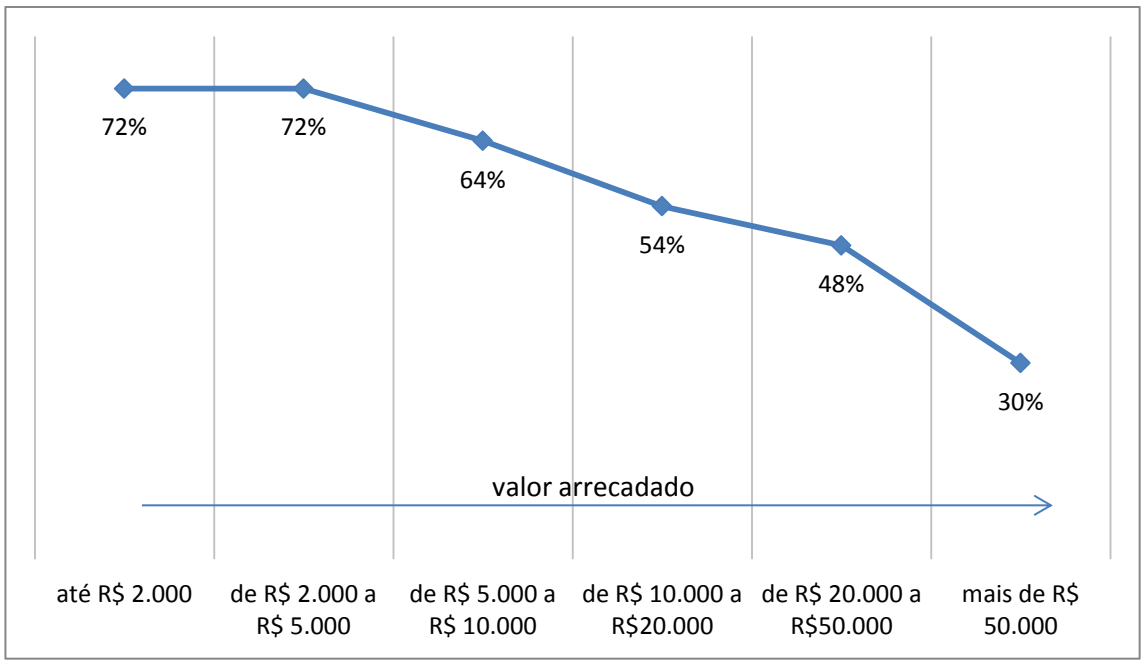
O segundo círculo de Realização de Projetos é composto por pessoas que receberão recomendações sobre o projeto a partir da rede de influências do primeiro círculo – ou seja, os "amigos dos amigos". Esse círculo determinará se um projeto será realizado ou não, dado que cobre a lacuna de contribuições que o primeiro círculo não

foi capaz de cobrir. A comunicação e a transparência sobre o projeto se tornam mais importantes nesse círculo, visto que quanto mais distantes as pessoas estão de um acesso direto ao realizador, mais necessidade há de assegurar a credibilidade da iniciativa proposta.

O terceiro círculo de Interesse Público é composto por qualquer indivíduo além dos dois primeiros círculos. Se a iniciativa do projeto é de interesse público e gera comoção, ou ainda tem uma boa campanha a ponto de expandir a rede de influência do projeto, é quando se "cai nas graças do povo". É um círculo de pessoas essencial para projetos de grande porte, mas requer uma série de fatores como bom discurso, exposição na mídia, credibilidade do realizador e boa comunicação dos objetivos do projeto.

A importância dos círculos para a realização dos projetos está diretamente relacionada ao valor arrecado desejado. O gráfico 5 apresenta a relação percentual de apoiadores do primeiro círculo entre o valor arrecadado, sendo possível constatar que conforme o valor arrecadado aumenta, aumenta a importância do segundo e terceiro círculo de forma proporcional. Ou seja, conforme o valor arrecada aumenta, aumenta a importância do segundo círculo e depois do terceiro, diminuindo o percentual de participação dos apoiadores do primeiro círculo no valor arrecadado total.

Gráfico 5 – A presença do primeiro círculo nos projetos



Fonte: adaptado de http://pesquisa.catarse.me/.

Por fim, o Bloco 4 – Realizadores – busca responder questões como “qual a idade dos realizadores?” e “quais os principais aspectos de uma boa campanha de *crowdfunding*?”. No total, a pesquisa teve a resposta de 126 realizados de projetos de financiamento coletivo. Estes realizados se caracterizam por ser a maioria entre 25 e 30 anos de idade, empreendedores ou donos de empresa, oriundos das áreas de artes. Quanto ao valor arrecadado nos seus projetos, as faixas predominantes ficaram entre R$ 10.000 e R$ 50.000 (anexo A). Sobre uma campanha de financiamento coletivo, foram identificadas três fases de realização de projeto compostas ao todo por dez elementos, como elucida a tabela 2.

Tabela 2 – Fases de uma campanha de financiamento coletivo

Pré-projeto	Durante projeto	Pós-projeto
Planejamento de campanha	Campanha	Entrega de recompensas
Valor	Divulgação	Execução do projeto
Transparência	Rede de amigos	Comunicação com apoiadores
Recompensas		

Fonte: adaptado de http://pesquisa.catarse.me/.

A fase de pré-projeto envolve a elaboração do projeto: o que, quanto e como. Essa fase contém o processo de planejamento de campanha, ou seja, o planejamento de tudo que deve ser feito para se obter o dinheiro e aplicá-lo no projeto. São definidas atividades como de divulgação do projeto nas redes sociais e de mapeamento de potenciais colaboradores. É nesta fase que também são definidas questões como o valor que o projeto busca arrecadar para cumprir com a sua proposta, a forma com que será gasto esse valor, as recompensas que serão oferecidas em contrapartida aos apoios e os valores dos apoios.

Com o projeto indo ao ar na plataforma de financiamento coletivo, inicia-se a fase de duração de projeto, onde são realizadas todas as atividades posteriormente planejadas de divulgação e campanha, tendo como foco inicial a rede de pessoas mais próximas do realizador. Pode ser que o realizador não tenha um plano de ação especificado ou ainda que o esse plano tenha mudado, sendo então uma fase em que se buscarão ao máximo novas formas de divulgação e campanha. É nessa fase onde se arrecada (ou não) o valor do projeto.

Na fase de pós-projeto, quando o tempo estipulado de duração do projeto já terminou e ele sai do ar, são entregues as recompensas aos colaboradores, que podem variar de algo intangível (o nome nos créditos do projeto, uma experiência de ir ao show que foi financiado, etc.) ou tangível (uma versão do livro que foi financiado, um pôster assinado pelo realizador, etc.). É no pós-projeto que será executado o projeto propriamente dito: a realização do evento, a publicação do livro, um curta-metragem. Nesta fase também é intensificada a comunicação com os colaboradores, principalmente para informá-los sobre a entrega das recompensas e sobre a execução do projeto em si.

A pesquisa também levantou entre os realizadores de projetos os possíveis fatores para um projeto bem-sucedido e malsucedido (tabela 3). Os três principais fatores que somam 53% às chances de um projeto ser bem-sucedido estão: uma boa campanha de divulgação; apoio em peso de amigos e familiares; e relevância do projeto para um grande número de pessoas. Estes fatores correspondem, respectivamente, a uma fase de pré-projeto bem desenvolvida, a importância de se trabalhar com o círculo de Ignição de Projetos e a influência do fator "identificação dos apoiadores com a causa do projeto" para se obter apoios.

Tabela 3 – Fatores de um projeto bem-sucedido

Por que o projeto foi bem-sucedido?		Por que o projeto não foi bem-sucedido?	
boa campanha de divulgação	22%	campanha de divulgação insuficiente	22%
amigos e familiares apoiaram em peso	16%	menos pessoas do que se imaginava apoiaram	19%
projeto relevante para um grande número de pessoas	15%	faltaram apoiadores para os maiores valores	9%
boas recompensas	12%	o público alvo não conhecia financiamento coletivo	9%
investimento elevado de apoiadores	12%	valor pedido foi muito alto	9%
projeto saiu na mídia	11%	pessoas se sentiram inseguras de contribuir com o projeto	8%
auxílio da equipe da plataforma	9%	recompensas não eram interessantes	6%
Outros	3%	tema muito específico	5%
		os apoiadores não conseguiram realizar pagamento online	5%
		outros	6%

Fonte: adaptado de http://pesquisa.catarse.me/.

3. METODOLOGIA

A proposta deste trabalho é realizar um estudo de caso de uma ação de financiamento coletivo específica e bem-sucedida de uma organização cultural, cujo objetivo é identificar as estratégias usadas que proporcionam sucesso à ação. A escolha pela estratégia de estudo de caso se dá pelo intuito de examinar acontecimentos contemporâneos, sob os quais não há a possibilidade de manipulação de comportamentos relevantes (YIN, 2001). Segundo o autor

> Um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos (p. 32).

De tal forma, Schramm (1971) afirma que

> A essência de um estudo de caso, a principal tendência em todos os tipos de estudo de caso, é que ela tenta esclarecer uma decisão ou um conjunto de decisões: o motivo pelo qual foram tomadas, como foram implementadas e com quais resultados (*apud* YIN, 2001).

Para tal, será analisado o projeto Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA, financiado pela plataforma de Catarse entre 24 de fevereiro e 25 de abril de 2014. Realizado pela FOSPA, o projeto tinha como objetivo arrecadar dinheiro para reformar o prédio da Escola de Música da OSPA o mais rápido possível e assim proporcionar para alunos e professores um melhor ambiente de ensino. A ação, que contou com 430 apoios, atingiu 116% do valor proposto (CATARSE, 2014c) e viabilizou a reforma do imóvel em tempo hábil. A fim de entender quais os fatores ambientais e as estratégias organizativas que lhe concederam sucesso, a ênfase do trabalho não se limita a analise de informações quantitativas sobre o projeto (como o número de apoios obtidos e o valor angariado) e busca também captar perspectivas e interpretações possibilitadas por um entendimento mais qualitativo (ROESCH, 2006).

Roesch (2006) afirma que não há um método de pesquisa mais apropriado para os tipos de pesquisas existentes, mas que este deve estar coerente com o problema formulado. Quanto ao método de estudo de caso, autora o enquadra na pesquisa qualitativa (ou exploratório-interpretativa) oriunda da tradição fenomenológica, cuja perspectiva de mundo e realidade “não são objetivos e exteriores ao homem, mas

socialmente construídos e recebem um significado a partir do homem" (p. 123). Há autores que acreditam que o estudo de caso pode basear-se tanto em evidências quantitativas quanto qualitativas, sendo que os dados oriundos destas evidências devem ser combinados.

Apesar do método de estudo de caso contar com várias das técnicas utilizadas pelas pesquisas históricas, tem-se o acréscimo de técnicas como a observação direta e a de entrevistas (YIN, 2001). Para este trabalho especificamente, as técnicas de coleta da pesquisa estão baseadas em várias fontes de evidências estruturadas em dois principais pilares: documentos e observação participante.

Dentre os documentos utilizados na pesquisa estão os relatórios provenientes da plataforma Catarse sobre o projeto Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA. Nestes relatórios constam todas as informações dos apoios realizados pela plataforma, incluindo os valores dos apoios, as datas em que foram efetuados, os apoiadores, as origens dos apoios e as recompensas selecionadas. O acesso a este material é fundamental para analisar o período em que o projeto foi ao ar, permitindo identificar variações nos apoios e relacioná-las às estratégias organizativas e aos fatores ambientais.

Já os documentos relacionados às divulgações do projeto na mídia e nas redes sociais foram obtidos através do clipping da FOSPA e de relatórios internos da Assessoria de Imprensa, como o relatório de acessos ao site da FOSPA. Ademais, a pesquisa contou com o acesso aos emails trocados pela equipe do projeto entre os meses de janeiro e fevereiro. Estes emails foram acessados através de duas contas de email (da estagiária da direção artística e da Assessoria de Imprensa da FOSPA) e foram fundamentais para o entendimento da concepção do projeto.

O acesso aos documentos do estudo foi possível ou facilitado uma vez que a pesquisadora fazia parte da organização estudada e, inclusive, da equipe do projeto Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA. Isto leva ao segundo pilar de evidências da pesquisa, que é a observação participante. Moreira (2002, p. 52), conceitua observação participante como "uma estratégia de campo que combina ao mesmo tempo a participação ativa com os sujeitos, a observação intensiva em ambientes naturais, entrevistas abertas informais e análise documental". A pesquisadora participou ativamente do projeto em estudo, tanto na sua concepção, quanto na sua realização: frequentou reuniões; presenciou conversas informais; trocou emails e informações com

todas as pessoas envolvidas no projeto; visitou o imóvel da Escola de Música da OSPA antes, durante e depois da reforma; participou das entregas de todas as recompensas; etc.

Estas fontes de informações serão comparadas e relacionadas entre si para, por fim, serem complementadas com as teorias desenvolvidas acerca do assunto em estudo. As análises e hipóteses assim possibilitadas serão de caráter tanto qualitativo quanto quantitativo.

4. ANÁLISE DE DADOS

Nesse capítulo são descritas a organização em estudo e a ação de financiamento coletivo Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA. A partir destas descrições, são analisados os relatórios provenientes da ação tendo como contraponto a pesquisa Retrato do Financiamento Coletivo desenvolvida pela plataforma Catarse junto com a Chorus.

4.1. A ORGANIZAÇÃO EM ESTUDO

4.1.1. A Fundação Orquestra Sinfônica de Porto Alegre

A Fundação Orquestra Sinfônica de Porto Alegre, ou FOSPA, é considerada um complexo musical-educativo que coordena as atividades da Orquestra Sinfônica de Porto Alegre (OSPA), da Escola de Música da OSPA e do Coro Sinfônico da OSPA (ORQUESTRA SINFÔNICA DE PORTO ALEGRE, 2011a). Está vinculada à Secretaria da Cultura do estado do Rio Grande do Sul, sendo mantida e administrada pelo governo estadual.

A FOSPA foi fundada em 1964 pela Lei nº 4.837 de dezembro de 1964, através da qual se formalizou o processo de encampação da OSPA pelo governo estadual. Até a publicação da Lei, a orquestra era mantida com a colaboração da comunidade local. A partir de então, fora transformada em entidade autárquica na forma de fundação, com personalidade jurídica de direito público e autonomia administrativa e financeira (RIO GRANDE DO SUL, 1964). A OSPA, o principal braço da fundação, foi constituída em 1950 sob a regência do húngaro Pablo Komlós, que dirigiu o grupo até 1977. Atualmente é reconhecida nacionalmente por suas atividades, já tendo à sua frente

maestros de renome, dentre eles David Machado, Eleazar de Carvalho e Isaac Karabtchevsky (VIVAMÚSICA!, 2013).

Segundo o artigo 5º do Estatuto da FOSPA (RIO GRANDE DO SUL, 2014) são objetivos da fundação

> I – manter uma Orquestra Sinfônica e Coro Sinfônico;
> II – realizar concertos semanais;
> III – gerenciar artística, administrativamente e financeiramente a Orquestra;
> IV – gerir uma Escola de Música Profissionalizante;
> V – conceber e apoiar projetos sociais e educacionais na área da música;
> VI – participar de intercâmbios culturais nacionais e internacionais para divulgação da Orquestra Sinfônica;
> VII – manter uma estrutura administrativa compatível com as diversas áreas de atuação da FOSPA;
> VIII – concorrer para o aperfeiçoamento cultural da juventude escolar, por meio de concertos especiais, palestras e atividades correlatas;
> IX – divulgar a música erudita por meio de concertos realizados fora da sede e no interior do Estado;
> X – promover e/ou participar de projetos culturais voltados a comunidades de baixa renda e pessoas carentes; e
> XI – manter relações com instituições públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras, mediante celebração de convênios, e/ou outros instrumentos congêneres, com vista à difusão cultural e a eventos artísticos voltados à música.

Em 20 de abril de 2004, com o intuito de viabilizar a construção da Sala Sinfônica, projeto da sede própria da OSPA, foi criada a Fundação Cultural Pablo Komlós. Vinculada à FOSPA, a Fundação Cultural Pablo Komlós, também auxilia na captação de recursos para a temporada artística e nas atividades da Escola de Música da orquestra. O primeiro presidente foi o jornalista Lauro Schirmer e desde 2006 esse cargo é ocupado pelo prof. Luiz Osvaldo Leite (ORQUESTRA SINFÔNICA DE PORTO ALEGRE, 2011b). Dentro as principais atividades da Fundação Cultural Pablo Komlós estão:

> - Apresentação e execução de projetos encaminhados à Lei Rouanet para a programação artística da OSPA, incluindo contratação de músicos solistas e regentes convidados;
> - Apresentação de projetos à Lei Rouanet para a construção da Sala Sinfônica da OSPA;
> - Suporte para as atividades da Escola de Música da OSPA;
> - Apresentação de projetos encaminhados à Lei de Incentivo à Cultura do Estado do Rio Grande do Sul (FUNDAÇÃO CULTURAL PABLO KOMLÓS, 2014).

Apesar de ainda não ter uma sede própria, o complexo da FOSPA tem desde o ano de 2012 o projeto da Sala Sinfônica da OSPA em construção, cujo objetivo está em proporcionar ambientes compatíveis com os projetos e atividades desenvolvidos pela fundação. Estão inclusos no projeto uma sala de concertos, um museu da música, salas

de ensaios, a Escola de Música e sede administrativa (ORQUESTRA SINFÔNICA DE PORTO ALEGRE, 2011a). Até o término das obras, previsto para início de 2016, a FOSPA está dividida geograficamente dentro da cidade de Porto Alegre: a sede administrativa está situado no bairro Moinhos (Rua 24 de Outubro, 850/305), a sala de ensaios da orquestra e do coro na sala Elis Regina da Usina do Gasômetro e a Escola de Música no bairro centro (Rua André da Rocha, nº 50).

A questão territorial trás dificuldades para as atividades da fundação (tais como a dessincronização das informações e a descontinuidade de trabalhos), mas ainda é possível apontar outro problema: a precária infraestrutura da Escola de Música.

4.1.2. A Escola de Música da OSPA

A escola, também conhecida como Conservatório Pablo Komlós, foi fundada em 3 de março de 1972 e é referência de qualidade no ensino musical no Rio Grande do Sul. As atividades da escola são gratuitas e direcionadas a crianças e jovens de 8 a 25 anos de baixa renda. É a única escola no estado com foco no ensino de música orquestral sinfônica, tendo reconhecimento por formar muitos dos músicos que hoje integram a OSPA ou outras orquestras e por seu caráter educacional-social de democratização da educação, profissionalização e cultura (ORQUESTRA SINFÔNICA DE PORTO ALEGRE, 2011c).

Atualmente, a escola atende cerca de 200 alunos nas modalidades de instrumento (violino, viola, violoncelo, contrabaixo, flauta transversal, oboé, clarinete, fagote, trompa, trompete, trombone, tuba e percussão), teoria e percepção, repasse e prática orquestral (são três orquestras: A Orquestra Preparatória de Cordas, a OSEO e a OSPA Jovem). São desenvolvidas também recitais e *masterclasses* com renomados solistas nacionais e internacionais. Os alunos mantêm contato direto com os músicos da OSPA, os quais compõem o quadro de professores da escola.

Mais do que promover todas essas atividades, ainda é necessário proporcionar um ambiente de ensino básico que viabilize tanto o aprendizado dos alunos quanto o ensino dos professores. O imóvel que abriga a Escola de Música da OSPA, além de ser antigo, apresentava desgastes inerentes à ação do tempo que inviabilizavam o bom andamento dessas atividades. Ficou fechado durante nove anos e em 2014, após um ano

da retomada das aulas, apurou-se a necessidade de uma reforma infraestrutural mínima. O problema, porém, era a dificuldade em conseguir recursos e destiná-los em tempo hábil para realizar a obra e dar continuidade às atividades da instituição.

A solução encontrada, porém, não veio nem por parte do governo, nem dos projetos da iniciativa privada, mas sim de uma parcela da sociedade que, através do financiamento coletivo, se mobilizou em prol da educação musical. Após vinculação de 60 dias na plataforma Catarse, o projeto de financiamento coletivo Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA obteve 116% do valor estipulado, referente à R$ 68.688,00 de 430 apoios (CATARSE, 2014c).

4.2. DESCRIÇÃO DO PROJETO SINFONIA DA REFORMA: ESCOLA DE MÚSICA DA OSPA

O projeto de financiamento coletivo Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA surgiu da necessidade de se obter recursos para a reforma do imóvel da Escola de Música da OSPA. Foi realizado através da plataforma Catarse, através da qual obteve 116% do valor estipulado, referente à R$ 68.688,00 de 430 apoios (CATARSE, 2014c). O projeto teve ao todo oito meses e meio de duração, desde a fase de pré-projeto (um mês e meio), até a fase de duração do projeto (dois meses) e de pós-projeto (cinco meses).

4.2.1. O objetivo do projeto

O objetivo do projeto Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA foi arrecadar dinheiro para reformar o prédio da escola o mais rápido possível e assim proporcionar para alunos e professores um melhor ambiente de ensino. O imóvel que abriga a Escola de Música da OSPA ficou fechado durante nove anos e exigia uma reforma imediata para o bom andamento das suas atividades: havia infiltrações, a pintura estava descascada, a rede elétrica não tinha fiação adequada, faltava climatização nos ambientes e não possuía sistema de segurança (CATARSE, 2014c).

4.2.2. Concepção do projeto

O projeto foi concebido no início do ano de 2014 por um grupo de seis pessoas da FOSPA: a diretora da escola (Nisiane Franklin), o diretor artístico (Tiago Flores), a diretora do Departamento de Produção (Débora A. Dreyer), a assessora de imprensa (Ana Laura C. de Freitas) e a estagiária do Departamento de Direção Artística (Sofia A. B. Cortese) (CORTESE, 2014b). Essas pessoas tiveram participação em todas as fases do projeto, às vezes com menos ou mais participação. A ideia de buscar no financiamento coletivo a solução para a Escola de Música da OSPA veio do evento de comemoração da recém reformada casa do Acervo Independente – uma comunidade colaborativa de criação –, que fora subsidiada por um campanha de financiamento coletivo vinculada no Catarse[13].

Junto a este grupo também houve a colaboração de outros integrantes da fundação que auxiliaram no desenvolvimento do projeto de forma indireta, mas não menos relevante. Funcionários dos setores jurídico e de contabilidade, por exemplo, tiveram um importante papel de assessoramento na fase de Pré-projeto, pois muitas dúvidas surgiram quanto aos Termos de Uso da plataforma e à criação da conta de transações online – que, no caso do projeto da FOSPA, foi usado o Moip[14]. Desconfiou-se que o dinheiro não fosse repassado para a FOSPA após realização do projeto ou que houvesse outros problemas contratuais com a conta (JUNQUEIRA, 2014; CORTESE, 2014c) havendo um estudo prévio dos termos além de buscas por referências com realizadores de outros projetos bem-sucedidos vinculados no Catarse.

Desde o início do seu desenvolvimento, teve-se o cuidado de elaborar um projeto de qualidade, e não apenas por questões de divulgação e promoção do mesmo, mas pela preocupação de preservar a imagem da FOSPA (CORTESE, 2014a), uma organização conhecida pela sua tradição. Um projeto de financiamento coletivo de início foi visto com receio; as incertezas dos resultados divergiam daquilo que a fundação habitualmente estava acostumada a lidar. Adicionalmente, o fato de uma

[13] Disponível em: <http://catarse.me/pt/acervoindependente>. Acesso em: 26 nov. 2014.
[14] Moip: sistema que permite a transferência de dinheiro entre indivíduos ou negociantes; solução de pagamentos ideal para *ecommerces*, *marketplaces*, pagamentos recorrentes e vendas presenciais. Disponível em: <https://moip.com.br/>. Acesso em: 05 Out 2014.

organização vinculada ao governo fazer um projeto de financiamento coletivo poderia por em questão a capacidade gestora e provedora do mesmo.

4.2.3. A escolha pelo financiamento coletivo e pela plataforma Catarse

Apesar dos receios em realizar um projeto de financiamento coletivo, este tipo de financiamento foi visto pela equipe do projeto como uma forma rápida e prática para obter e utilizar os recursos necessários para realizar a reforma do imóvel. Uma forma rápida, pois 1) a concepção do projeto (fase pré-projeto) dependia apenas da disponibilidade e boa vontade da equipe; e 2) o desfrute do dinheiro arrecado não demoraria muito mais que dois meses após vinculação do projeto na plataforma, considerando que o tempo máximo de vinculação permitido pelo Catarse é de dois meses e que ainda há alguns dias úteis para a transição do dinheiro para o realizador do projeto (informação verbal) [15]. Assim, o período para obter o dinheiro do projeto seria de dois meses mais o período da fase pré-projeto e de transição do dinheiro, o qual dependeria da equipe.

Um projeto de financiamento coletivo também foi visto como uma maneira prática de utilizar o dinheiro arrecadado, já que possibilitaria a vinculação do projeto à Fundação Cultural Pablo Kómlos, que é uma fundação de apoio à FOSPA. A fundação, como mencionado anteriormente, foi criada em 20 de abril de 2004 com o intuito de viabilizar a construção da Sala Sinfônica, projeto da sede própria da OSPA, e também para auxiliar a captação de recursos para a temporada artística e Escola de Música da orquestra. Trata-se de uma entidade sem fins lucrativos, de natureza cultural e de personalidade jurídica de direito privado, (FUNDAÇÃO CULTURAL PABLO KOMLÓS, 2004) e isto concede uma maior flexibilidade de atuação, tanto na captação, quanto na destinação de recursos. Por conseguinte, ao arrecadar o dinheiro do projeto através da Fundação Cultural Pablo Komlós, a escola não precisou se submeter ao direito administrativo de que rege a administração pública, o qual exige trâmite tais como de processo licitatório e de suplementação e justificação de despesa.

[15] CORTESE, Sofia. **Reunião de planejamento do projeto Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA**. Porto Alegre, Sede Administrativa da FOSPA, 24 Jan. 2014.

Quanto à escolha pela plataforma de financiamento coletivo Catarse, esta se deu frente à praticidade de potenciais apoiadores colaborem com o projeto, principalmente pelo fato da plataforma disponibilizar opção de pagamento com cartões de débito e crédito, e por meio de boleto bancário. Ademais, a plataforma foi escolhida dentre outras devido à familiaridade da equipe do projeto pela mesma e devido à troca positiva de informações e experiências com outros usuários realizados de projetos (CORTESE, 2014a).

4.2.4. Inserção na plataforma Catarse

O projeto foi ao ar no dia 24 de fevereiro de 2014, mas antes da sua vinculação houve importante trabalho de desenvolvimento e planejamento visando criar um projeto de qualidade e coerente na proposta. A ação foi classificada como um projeto de educação e vinculada ao perfil da Fundação Pablo Komlós – criado exclusivamente para a realização da ação. Quanto ao nome do projeto Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA este foi inspirado na Sinfonia nº 5 – A Reforma de Felix Mendelssohn (1809-1847), composta para comemorar os 300 anos da Confissão de Augsburgo (1580) – documento central na Reforma Protestante (informação verbal) [16]. Apesar de ser um nome longo, optou-se por citar o nome da escola pelo renome e reconhecimento que a mesma tem. Para o URL do projeto, entretanto, o nome foi abreviado, ficando apenas a primeira parte, no caso *www.catarse.me/sinfoniadareforma*. A seguir algumas informações sobre o projeto na plataforma Catarse.

4.2.4.1. Estrutura do projeto

A estrutura de qualquer projeto vinculada no Catarse é padrão: no topo da página fica o título do projeto, com a apresentação da categoria em que o projeto está alocado (nesse caso, na categoria de Educação) e com o perfil a qual ele se vincula na plataforma (Fundação Pablo Komlós) (figura 2).

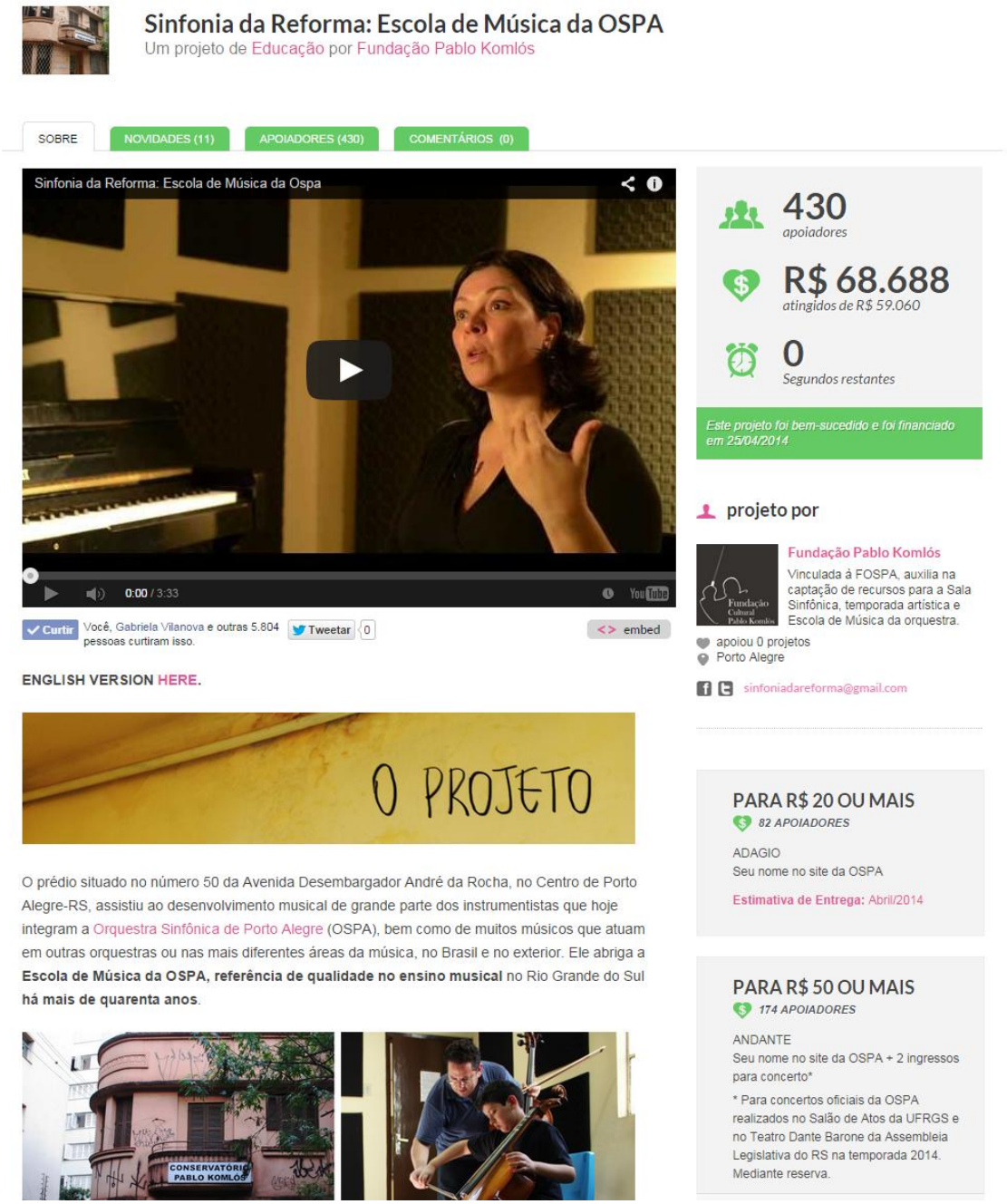
Logo abaixo têm quatro abas do projeto: “Sobre”, que é a principal, onde contém o vídeo de campanha e a descrição do projeto; “Novidades”, que funciona como um

[16] CORTESE, Sofia. **Reunião de planejamento do projeto Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA**. Porto Alegre, Sede Administrativa da FOSPA, 30 Jan. 2014.

blog através da qual os realizadores se comunicam com a comunidade Catarse e com os apoiadores do projeto; “Apoiadores”, onde estão listados os apoiadores do projeto; e “Comentários”, área destinada a comentários de qualquer usuário da plataforma (apoiador do projeto ou não) (figura 2).

À direita da página do projeto, tem um menu fixo onde contém informações gerais sobre a campanha (número de apoiadores, valor atingido, período de tempo restante para o término da ação), sobre o perfil do realizador e as recompensas previstas aos apoiadores (figura 2).

Figura 2 – Estrutura do projeto na plataforma Catarse



Fonte: http://www.catarse.me/pt/sinfoniadareforma

4.2.4.2. Descrição do projeto

O texto de apresentação do projeto foi desenvolvido pela diretora da escola e pela assessora de imprensa da OSPA junto com o apoio dos demais integrantes do grupo criador (FRANKLIN, 2014a). O objetivo desse texto era descrever a proposta do projeto, a forma de utilização do dinheiro, o realizador do projeto, as recompensas

previstas aos apoiadores e como e quando se realizariam as obras. Em ordem de aparição, o texto contém (CATARSE, 2014c):

a) A apresentação breve da Escola de Música da OSPA;
b) Os problemas enfrentados pela instituição;
c) O objetivo do projeto;
d) A relação da Sinfonia nº 5 – A Reforma de Felix Mendelssohn (1809-1847) com o projeto e chamada para colaboração para o mesmo;
e) A descrição do que consistia a reforma do prédio;
f) As propostas de ação no caso de ultrapassar o valor estipulado inicialmente;
g) A apresentação mais detalhada sobre a Escola de Música da OSPA;
h) O orçamento para realização da reforma;
i) Chamada para apoios e divulgação do projeto; e
j) As recompensas.

Ao longo do texto foram utilizados os recursos de fotos e barras de títulos por questões estéticas. Para o orçamento, foi adicionado um gráfico para sua ilustração e um acesso ao *link* com sua versão mais detalhada em forma de tabela. Para descrição das recompensas no final do texto, foi elaborada uma "partitura" ilustrativa. No final e no início do texto foram adicionados os *links* para acessar a versão em inglês do texto do projeto.

4.2.4.3. Vídeo

Além de ser obrigatório ter um vídeo de campanha para o projeto ir ao ar (CATARSE, 2014b), o vídeo é a primeira impressão que os possíveis apoiadores têm de um projeto (KELLER, 2012). O vídeo de divulgação do projeto Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA foi desenvolvido nos meses de janeiro e fevereiro, sendo que a captação das imagens, realizada no dia 4 de fevereiro, contou com a participação de várias pessoas: alunos e professores da escola, ex-alunos da instituição, o diretor artístico da FOSPA e a diretora da escola (anexo B). Essas pessoas foram convidadas para prestar depoimentos e, no caso de alguns alunos, gravar cenas tocando instrumento. O planejamento, as filmagens e a edição do vídeo foram feitas voluntariamente por um trio de estudantes da área audiovisual. O vídeo foi vinculado pelo canal da OSPA no

Youtube e teve mais de 1.750 visualizações[17]. Em ordem de aparição, o vídeo contém (CATARSE, 2014c):

a) Apresentação da Escola de Música da Ospa;
b) Papel da escola na formação de músicos, profissionais e indivíduos no Estado do Rio Grande do Sul;
c) Informações e imagens sobre a atual situação da escola;
d) Apresentação das necessidades da escola;
e) Apresentação da necessidade de preservar a escola; e
f) Endereço do site do projeto e créditos de realização do projeto.

4.2.4.4. Valor de arrecadação e prazo

Foi apurada a necessidade de se fazer uma reforma básica no imóvel, que incluía refazer a rede elétrica, instalar sistema de climatização, pintar o imóvel, instalar sistema de segurança e transformar a garagem em sala de aula. Após alguns orçamentos (FLORES, 2014; FRANKLIN, 2014b; FRANKLIN 2014c), a equipe do projeto constatou que para fazer todas essas ações seria preciso arrecadar um total de R$ 51.494,97. O uso da plataforma Catarse, entretanto, prevê o pagamento de um taxa fixa de 13% sobre o valor total arrecadado, que inclui tanto a comissão do Catarse (para manutenção da plataforma) como a taxa do meio de pagamento, que processa as transações financeiras (CATARSE, 2014b). Assim, o valor total para o projeto, considerando a taxa de 13% a ser repassada ao Catarse, foi estimado em R$ 59.059,58. A tabela 4 apresenta detalhadamente a composição do valor total do projeto.

Tabela 4 – Detalhamento do orçamento do projeto

Item	Total	%
Serviços Finais e Eventuais	R$ 500,00	0,85%
Revestimentos	R$ 698,12	1,18%
Instalação da Obra	R$ 882,13	1,49%
Pavimentações	R$ 1.375,16	2,33%
Segurança	R$ 4.550,00	7,70%
13% Catarse	R$ 7.564,61	12,81%

[17] Dado referente ao dia 12 de outubro de 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fOo9lBbut8Y>. Acesso em: 12 Out 2014.

Instalações Elétricas	R$	19.532,41	33,07%
Pinturas	R$	23.957,15	40,56%
	R$	**59.059,58**	**100%**

Fonte: http://catarse.me/pt/sinfoniadareforma

Caso o projeto ultrapasse o valor estipulado – aquilo entendido como "meta estendida" – o dinheiro excedente seria usado para trocar as aberturas (janelas) do prédio e remunerar a equipe de produção do vídeo. Ao atingir o valor de R$ 68.688,00, 16% além do estipulado, a escola conseguiu trocar parte das aberturas do prédio.

Quanto ao prazo de duração da campanha, a equipe do projeto optou pelo prazo mais longo permitido pela plataforma que é de 60 dias. Como o projeto previa um volume grande de dinheiro, achou-se necessário o máximo de tempo possível para concretizá-lo. Além do mais, a escolha do período também teve como base outros projetos vinculados na plataforma do Catarse com valor semelhante ao pretendido.

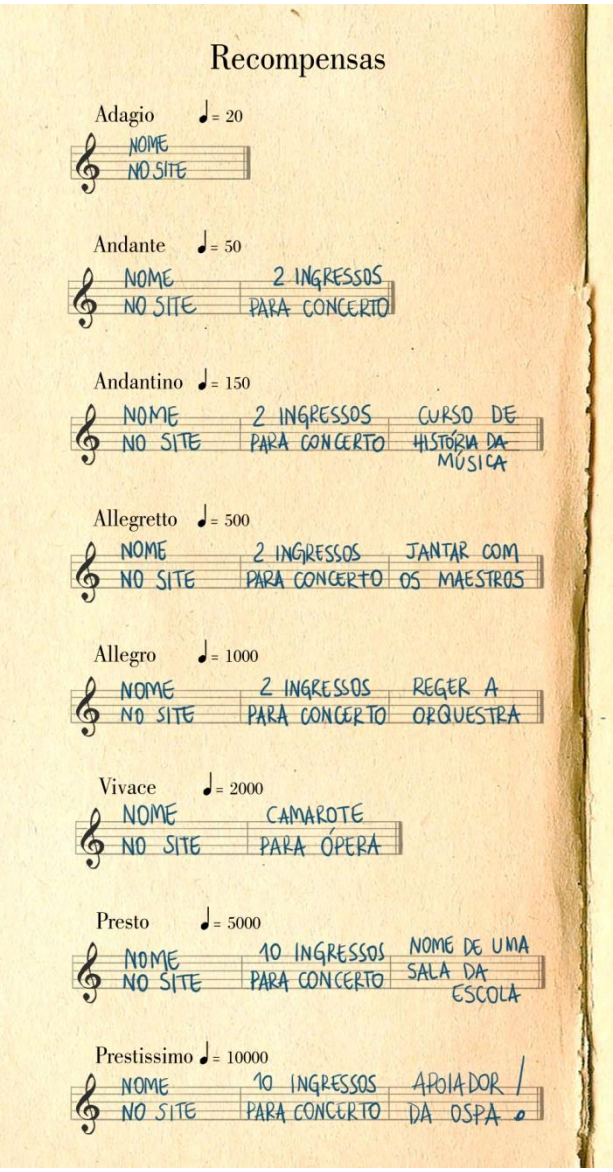
4.2.4.5. Recompensas

As recompensas funcionam como contrapartidas diretas ao apoio, premiações, ou gratificações pela contribuição dada ao projeto. São engrenagens do financiamento coletivo: atraem os colaboradores e os ajuda a decidir com quanto apoiar. São ofertas de produtos/serviços criativos (CATARSE, 2014b). Elas podem ser itens materiais (camisetas, pôsteres, CDs, DVDs, adesivos, *bottons*, etc.) ou imateriais (*links* exclusivos para *download* de fotos, músicas, textos; serviços; experiências, etc.). No caso da plataforma Catarse, elas devem ser divididas em cotas de valores partindo de um mínimo de R$10,00, sendo que cada valor deve ter uma recompensa correspondente.

No projeto da escola foram escolhidas tanto recompensas materiais quanto imateriais, referentes a valores de apoio entre R$ 20,00 e R$ 10.000,00. A maioria das recompensas era limitada: aceitam um número restrito de apoios. Esta restrição de apoios foi um reflexo da capacidade da FOSPA em prover essas recompensas, pois, a partir de determinado número, não seria capaz de prover, ao menos não da forma prometida. Para ilustração das recompensas, estas foram colocadas em "pacotes" nomeados com andamentos de música e, conforme o valor do apoio aumentasse, o nome do andamento se tornava mais rápido. Ao todo foram oferecidos oito pacotes e nove recompensas diferentes. Para a apresentação das recompensas no corpo do texto

do projeto, utilizou-se uma forma de partitura de música, contendo o nome do pacote de recompensa, a descrição da recompensa e o valor referente ao apoio (figura 3).

Figura 3 – Apresentação das recompensas



Fonte: http://catarse.me/pt/sinfoniadareforma

As recompensas do projeto dão a ideia de um crescimento acumulativo: conforme o valor do apoio aumenta, o pacote de recompensas aumenta em quantidade e/ou em valor. Assim, se no pacote Adagio tem-se como contrapartida nome do doador no site da OSPA, no Andante tem-se a adição de dois ingressos para concertos da OSPA. A seguir o detalhamento das recompensas:

a) Nome no site da OSPA: o doador tem o seu nome no site oficial da OSPA[18].
b) Dois ou dez ingressos para concerto: ingressos para concertos oficiais da OSPA realizados no Salão de Atos da UFRGS e no Teatro Dante Barone da Assembleia Legislativa do RS na temporada 2014. Os ingressos devem ser reservados com uma semana de antecedência do concerto desejado e são retirados no local do mesmo a partir de uma hora de antecedência.
c) Curso de História da Música: curso de história da música de três horas de duração ministrado pelo professor Diego Silveira, percussionista da OSPA, no dia 17 de maio, às 15h, no Auditorium Tasso Correa do Instituto de Artes da UFRGS (Rua Senhor dos Passos, 248), em Porto Alegre-RS.
d) Jantar com os maestros: jantar com os maestros Tiago Flores, diretor artístico da OSPA, e Manfredo Schmiedt, regente do Coro Sinfônico da OSPA, no restaurante do Plaza São Rafael, em Porto Alegre, dia 21 de maio.
e) Reger a OSPA em um ensaio: colaborador rege uma música em um ensaio da OSPA.
f) Camarote para ópera Tosca no Theatro São Pedro: camarote central do Theatro São Pedro (Porto Alegre), fechado para no máximo seis pessoas, em uma das quatro noites de apresentação da ópera "Tosca", de Puccini, nos dias 28, 29, 30 e 31 de agosto de 2014.
g) Nome de uma sala na Escola de Música da OSPA: doador nomeia uma das salas da Escola de Música da OSPA.
h) Apoiador da OSPA em 2014: apoiador tem logomarca da empresa entre os apoiadores da Temporada 2014 da OSPA no site da orquestra e nos materiais gráficos dos concertos (flyer, livrete e banner de fundo de palco).

Apesar de significarem 86% do valor arrecadado no projeto – já que alguns apoiadores optaram por não selecionar uma recompensa –, nem todas as recompensas

[18] Disponível em: <http://www.ospa.org.br/?page_id=12402>. Acesso em: 10 Out 2014.

foram usufruídas por seus apoiadores. Por exemplo, das 62 pessoas que tinham o direito ao do Curso de História da Música, menos da metade (23 pessoas) se fizeram presentes.

4.2.4.6. Divulgação

A divulgação do projeto contou com a utilização de diversas mídias e veículos e teve importante colaboração de todos envolvidos no projeto, desde os funcionários da FOSPA até os seus apoiadores. A divulgação foi realizada através das mídias habituais da FOSPA que incluem: mailing, páginas do Facebook (uma da Fundação e outra somente da Escola de Música da OSPA), site, Twitter e Instagram. A seguir algumas informações sobre essas mídias (tabela 5).

Tabela 5 – Mídias de divulgação habituais da FOSPA

Mídia	Métrica[19]
Newsletter	aprox. 4.500 emails
Facebook da OSPA	24.728 curtidas
Facebook da Escola de Música da OSPA	1.021 curtidas
Site	aprox. 10.000 acessos mensais
Twitter	3.053 seguidores
Instagram	344 seguidores

Fonte: elaboração da autora

As redes sociais tiveram um importante papel na divulgação do projeto, principalmente por viabilizarem que colaboradores e simpatizantes divulgassem a ação nos mais diversos meios, o que foi fundamental para tornar o projeto conhecido popularmente e para expandir a sua rede de influência. A primeira postagem na página do Facebook da FOSPA teve ao todo 244 curtidas, 8 comentários e 66 compartilhamentos[20]. Isto significa que pessoas multiplicaram essa informação para além da página da FOSPA. Como ilustra a tabela 6, as postagens de divulgação do projeto (postagem 1 à postagem 7), feitas na fase de duração de projeto, trouxeram mais compartilhamentos do que as postagens posteriores, referentes as informações pós-projeto (postagem 8 à postagem 10). As métricas apoiam a importância de colaboradores e simpatizantes na divulgação do projeto.

[19] Dados referentes ao dia 15 de outubro de 2014.
[20] Página da OSPA no Facebok. Disponível em: <https://www.facebook.com/pagina.ospa?fref=ts>. Acesso em: 15 Out. 2014.

Tabela 6 – Métricas da página da FOSPA no Facebook

Página da FOSPA no Facebook	data	Métricas[21]		
		curtidas	comentários	compartilha-mentos
postagem 1 - divulgação	25/fev	244	8	66
postagem 2 - divulgação	03/mar	140	4	54
postagem 3 - divulgação	14/mar	157	5	3
postagem 4 - divulgação	21/mar	102	1	13
postagem 5 - divulgação	27/mar	235	1	1
postagem 6 - divulgação	11/abr	219	4	0
postagem 7 - divulgação	22/abr	178	4	0
postagem 8 - informação	22/mai	143	0	0
postagem 9 - informação	28/mai	130	0	0
postagem 10 - informação	27/set	152	1	3

Fonte: elaboração da autora

Houve também a divulgação do projeto no concerto de abertura da Temporada 2014 da OSPA. O concerto que aconteceu no dia 09 de março no Auditório Araújo Vianna, às 11h, teve um grande número de público: aproximadamente 3.200 pessoas. Antes de o concerto começar, subiram ao palco alguns alunos da Escola de Música da OSPA carregando uma faixa com o endereço do site do projeto. Falaram sobre o projeto o diretor artístico da OSPA e a diretora da escola, sendo que no programa impresso também continha informações. Além de ser um concerto gratuito, a programação de trilhas sonoras de filmes, com viés mais popular, atraiu várias pessoas diferentes daquelas que habitualmente frequentam os concertos da orquestra. O evento, que também era uma homenagem a TVE e a FM Cultura (Fundação Piratini), foi transmitido ao vivo pela TV (em HD) e pela rádio via internet, tendo reprise dia 29 de março. O concerto também foi publicado no canal da TVE no Youtube, tendo mais de 600 visualizações[22]. O resultado não se restringiu aos apoios que vieram do público e telespectadores do concerto, mas também pela divulgação do projeto por pessoas de outros meios para além dos que a FOSPA costuma alcançar.

Um dos mecanismos usados para fazer a divulgação do projeto foi a aba de Novidades da plataforma Catarse, considerada um dos principais meios de comunicação entre realizadores, apoiadores e pessoas interessadas num projeto (CATARSE, 2014b).

[21] Dados referentes ao dia 12 de outubro de 2014.
[22] Dado referente ao dia 12 de outubro de 2014.

Funcionalidade semelhante à de um blog, a aba de Novidades é onde realizadores apresentam o que está acontecendo nos bastidores da campanha, sendo também um espaço para comemorar conquistas e compartilhar com apoiadores as novidades sobre a campanha e sua repercussão na mídia (CATARSE, 2014b).

No caso do projeto da FOSPA, até então foram realizadas onze[23] novidades, sendo cinco delas durante o período de arrecadação e seis após o término do projeto. As novidades realizadas durante o período de arrecadação buscaram incentivar o apoio e a divulgação do projeto, agradecer os apoios já efetuados, informar sobre ações de campanha e andamento do projeto, e ainda trazer outras informações sobre o projeto, como depoimentos de apoiadores e a versão em inglês do texto de divulgação. Já as novidades após o término do projeto apresentam um viés mais informativo do que de divulgação, contendo tópicos tais como as entregas das recompensas e o andamento da obra do imóvel da escola[24].

4.2.4.7. Apoios

Os apoios do projeto foram realizados tanto por pessoas físicas quanto por pessoas jurídicas, sendo a maioria casos de pessoas físicas. No total foram oito recompensas, mas nem todos os colaboradores do projeto selecionaram a opção de receber uma recompensa. Alguns apoiaram com valores que não correspondiam a uma recompensa (por exemplo, doações de R$ 100,00) e outros simplesmente optaram por não receber a recompensa. Isso pode ser entendido pelo fato de alguns apoiadores não poderem desfrutar das recompensas, como o caso daqueles que não moram em Porto Alegre. O total de apoiadores que selecionaram alguma recompensa foi de 331 (frente aos 99 que não selecionaram), representando 77% do total de apoios e 86% do valor arrecadado (R$ 59.140,00) (tabela 7).

[23] Dado referente ao dia 12 de outubro de 2014. Disponível em: <http://www.catarse.me/pt/sinfoniadareforma#posts>. Acesso em: 12 Out 2014.
[24] Página de Novidades do Projeto Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA. Disponível em: <http://www.catarse.me/pt/sinfoniadareforma#posts>. Acesso em: 12 Out. 2014.

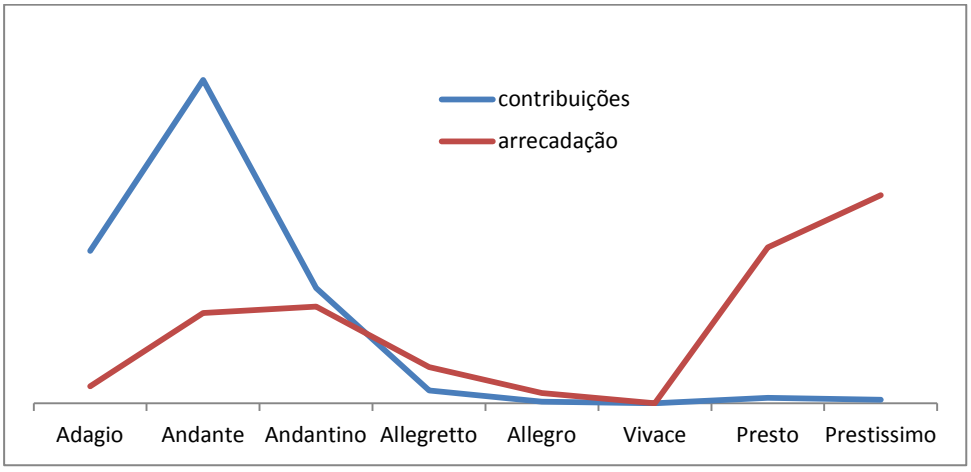
Tabela 7 – Relação de números de apoios e arrecadação por recompensa

Nome da recompensa	Valor da recompensa	Relação de apoios por recompensa		Relação de arrecadação por recompensa	
		absoluta	percentual	absoluta	percentual
Adagio	R$ 20,00	82	25%	R$ 1.640,00	3%
Andante	R$ 50,00	174	53%	R$ 8.700,00	15%
Andantino	R$ 150,00	62	19%	R$ 9.300,00	16%
Allegretto	R$ 500,00	7	2%	R$ 3.500,00	6%
Allegro	R$ 1.000,00	1	0%	R$ 1.000,00	2%
Vivace	R$ 2.000,00	0	0%	R$ -	0%
Presto	R$ 5.000,00	3	1%	R$ 15.000,00	25%
Prestissimo	R$ 10.000,00	2	1%	R$ 20.000,00	34%
	Total	331	100%	R$ 59.140,00	100%

Fonte: elaboração da autora.

É possível perceber que o um grande número de apoios não significa um grande volume de arrecadação, e vise-versa. Como ilustra o gráfico 6, as maiores arrecadações são das recompensas Presto e Prestissimo, que com cinco apoios arrecadam 59% do valor total oriundo das recompensas; enquanto os grandes volumes de apoios das recompensas Adagio, Andante e Andantino não geraram altos valores de arrecadação – apensar de juntas somarem quase 30% do total arrecadado no projeto.

Gráfico 6 – Relação de números de apoios e arrecadação por recompensa



Fonte: elaboração da autora.

Houve também apoios que não se realizaram através do método habitual da plataforma. Esse foi o caso daqueles que preferiam fazer o pagamento por depósito bancário ou transferência bancária. A opção de apoiar através desta conta surgiu do

desejo de um doador em apoiar o projeto, mas que não fosse através da plataforma. A partir de então as informações para apoio através de conta bancária da Escola de Música da OSPA foram divulgadas. Em seguida também foram aceitos alguns apoios através de cheque ou ainda dinheiro vivo efetuados diretamente a FOSPA.

Assim como aqueles que apoiaram pela plataforma Catarse, os apoiadores que utilizaram meios alternativos também tiverem direito as recompensas previstas pelo projeto. Muitos dos apoiadores que utilizaram estes meios, entretanto, não se identificaram, impossibilitando a entrega das recompensas. Dos apoios identificados, foram quantificados mais de R$ 11.000,00.

4.3. PROJETO BEM-SUCEDIDO

Dúvidas não restam que o projeto de arrecadação via financiamento coletivo foi bem sucedido. Além de obter o valor necessário para a reforma do imóvel e de realizá-la em tempo hábil, outros dois fatos podem ser assim interpretados: a meta financeira foi alcançada na metade do tempo previsto – ou seja, em 30 dias – e o valor total arrecadado foi 16% maior do que a meta financeira proposta. A partir da pesquisa Retrato do Financiamento Coletivo e das demais discussões desenvolvidas no capítulo 2, serão analisadas a seguir as variantes que fizeram do projeto Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA um projeto de sucesso, tanto do ponto de vista das estratégias organizativas, quanto dos fatores ambientais.

4.3.1. Estratégias Organizativas

4.3.1.1. Boa campanha de divulgação

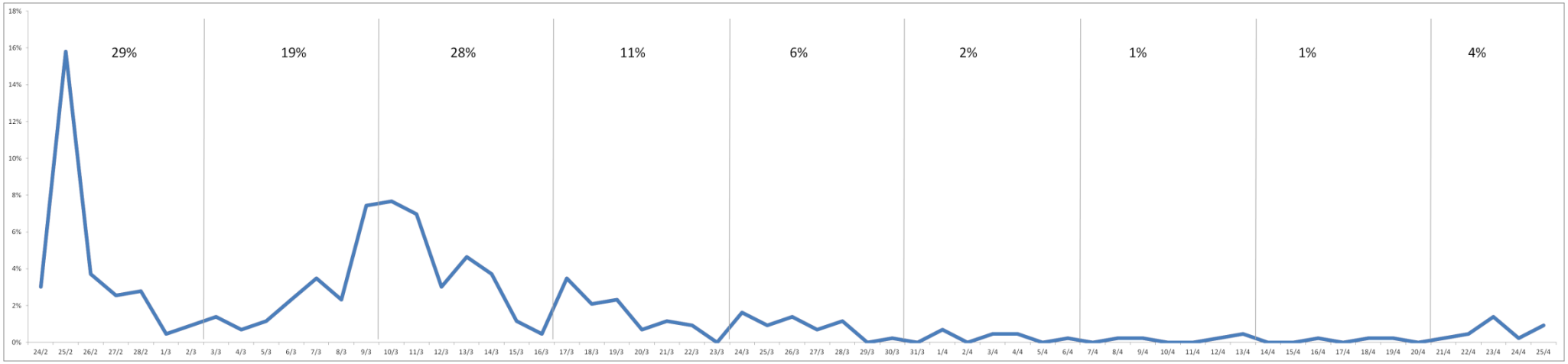
Pode-se considerar que o projeto teve uma boa campanha de divulgação em função de três principais fatores: 1) as divulgações foram feitas pela assessora de imprensa, o que garantiu conteúdos de qualidade e eficaz divulgação; 2) a utilização contínua de diversas mídias que possibilitou atingir um grande número de pessoas; e 3)

a boa apresentação do projeto na plataforma Catarse, incluindo texto e vídeo de qualidade.

Ao todo, a campanha de divulgação contou com as mídias habituais da FOSPA – que incluem mailing, páginas do Facebook (uma da Fundação e outra somente da Escola de Música da OSPA), site, Twitter e Instagram –, a aba de Novidades do Catarse e ainda com a divulgação no concerto de abertura da Temporada 2014 da OSPA.

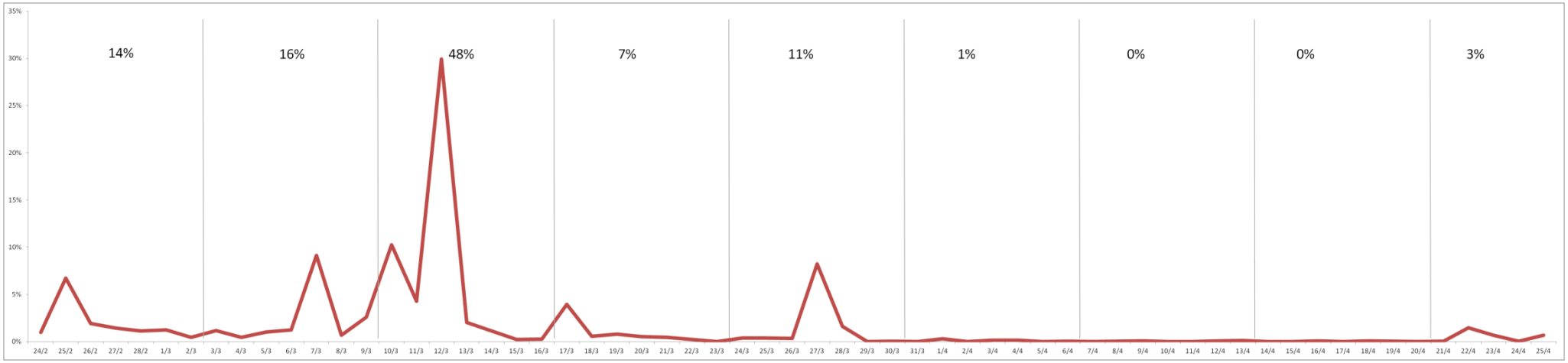
Quanto à divulgação no concerto de abertura da Temporada 2014 da OSPA, o gráfico 7 mostra que houve um grande aumento no número de apoios após o evento. Isto reflete tanto os apoios daqueles que assistiram ao concerto (ao vivo ou não) quanto da possível divulgação espontânea do projeto por parte dos apoiadores. A ação foi importante por atingir um grande número de pessoas (não apenas o público presente no Auditório Araújo Vianna, mas também aqueles que assistiram o concerto pela TV ou rádio) e também por gerar fotos e vídeos para futuras divulgações e interesse público pelo projeto. Fora isso, aponta-se para o fato da divulgação ter atingido pessoas de outros meios para além dos que a FOSPA costuma alcançar, já que se tratou de um concerto destina a um público geral.

Gráfico 7 – Relação de apoios por dia de campanha de projeto e percentual semanal de apoios



Fonte: elaboração da autora.

Gráfico 8 – Relação de arrecadação por dia de campanha de projeto e percentual semanal de arrecadação



Fonte: elaboração da autora

4.3.1.2. Apoio em peso de amigos e familiares

O projeto contou com o apoio em peso de amigos e familiares da equipe do projeto, de outros funcionários da FOSPA e também dos alunos, seus familiares, e professores da Escola de Música da OSPA. Este grupo de influência que Catarse (2014a) definiu como Ignição de Projetos teve importante participação no início do projeto: assim que é lançado, o projeto tem o maior pico de apoios (gráfico 7), que gera um dos picos de arrecadação (gráfico 8). Na primeira semana em que o projeto foi ao ar, 29% dos apoios foram realizados e 14% do dinheiro arrecadado.

A equipe do projeto realizou várias ações para atrair a colaboração do grupo de Ignição de Projetos, principalmente por orientação da equipe do Catarse. As pessoas deste grupo foram especialmente chamadas para que colaborassem e divulgassem o projeto, mesmo que de maneira informal.

4.3.1.3. Boas recompensas

Segundo Catarse (2014b), as recompensas não só são importantes para atrair os colaboradores, mas também para ajudá-los a decidir com quanto apoiar. Uma recompensa significativa para atrair colaboradores foi os ingressos para os concertos da OSPA, que faziam parte de todos os pacotes de recompensas. Muitos dos colaboradores já frequentavam os concertos da orquestra e receber estes ingressos foi vista como uma contrapartida útil. Já os colaboradores que não costumavam frequentar os concertos, ou nunca haviam frequentado, se motivaram pela oportunidade de assim frequentar.

Como aponta a pesquisa Retrato do Financiamento Coletivo, as recompensas de um projeto de financiamento coletivo são relevantes para definir o valor do apoio dos colaboradores (gráfico 3), sendo que 50% das pessoas concordam em ter disposição para apoiar com um valor maior caso receba alguma recompensa material ou uma experiência única (gráfico 4). Isto é reflexo do grande interesse de colaboradores para os apoios com as recompensas mais atrativas – como os pacotes Presto e Prestíssimo –, porém de valores mais altos. Catarse (2014b) reforça ainda a importância de estabelecer um valor afetivo e conectar o apoiador ao projeto através das recompensas e este foi o caso do pacote Presto em que o colaborador nomeava uma das salas da Escola de Música da OSPA. Quatro dos cinco apoiadores que selecionaram este recompensa escolheram o nome de um amigo ou familiar querido a fim de homenageá-lo.

Estas recompensas foram responsáveis pelos picos mais altos de valores arrecadados ao longo do projeto, fato este relacionado aos investimentos elevados de apoiadores que são analisados a seguir.

4.3.1.4. Investimento elevado de apoiadores

O projeto contou com altos valores de apoios, sendo que metade das oito recompensas se referia a valores iguais ou superiores a R$ 1.000,00. Os seis apoios referentes a estas recompensas somam 61% do valor total arrecadado no projeto (tabela 7). Apesar das recompensas de altos valores apresentarem os menores volumes de apoios, os maiores volumes de arrecadações são destes apoios (gráfico 7). É pertinente ainda observar não está quantificado a soma de R$ 11.000,00, relativa a dois apoios de R$ 5.000,00 e um apoio de R$ 1.000,00 realizados através da conta bancária da escola, que representaria mais de 18% do valor de arrecadação proposto pelo projeto.

O gráfico 8 apresenta claramente a importância dos altos valores de apoios. Após o primeiro pico de arrecadação, quando o projeto vai ao ar, os próximos cinco picos estão diretamente relacionados a estes apoios: dias 07, 10 e 27 de março há apoios de R$ 5.000,00, dia 16 de março um apoios de R$ 1.000,00, e dia 12 de março, o maior pico de arrecadação do projeto, dois apoios de R$ 10.000,00. Corrobora com isto o fato de que as semanas em que estas doações foram realizadas estão entre as semanas com maior arrecadação do projeto (gráfico 8).

4.3.1.5. Projeto divulgado na mídia

O projeto contou com intensa campanha de divulgação: após uma semana do seu lançamento, o projeto já havia sido divulgado em três diferentes mídias (tabela 8). Estas divulgações foram muito relevantes para o sucesso do projeto por aumentarem a sua capilaridade de influência.

Tabela 8 – Mídias em que o projeto foi divulgado

Veículo	Data
Jornal Zero Hora Online	24/02/2014
Jornal O Sul	26/02/2014
Jornal do Comércio	27/02/2014

TV Band - Band Cidade RS	28/02/2014
Correio do Povo Online	01/03/2014
Correio do Povo	02/03/2014
TVCOM - TVCOM Tudo Mais	06/03/2014
RBS TV - Jornal do Almoço	19/03/2014
TVE - Estação Cultura	20/03/2014
Jornal do Comércio	01/04/2014
Jornal O Sul	08/04/2014
Jornal do Comércio	14/04/2014
Jornal do Comércio	20/05/2014
Jornal Zero Hora	20/05/2014
Jornal O Sul	21/05/2014
Jornal da Universidade (UFRGS)	maio de 2104

Fonte: elaboração da autora

Apesar da importância do projeto ser divulgado em grandes mídias (CATARSE, 2014a), uma relação entre a tabela 8 e a o gráfico 7 não possibilita traçar uma lógica entre as divulgações e o número de apoios – algumas divulgações procedem de aumentos de apoios, outras com diminuições. A relação pode não ser tão direta, mas acredita-se que vários apoiadores tomaram conhecimento do projeto por meio dessas divulgações. E, talvez mais que apoios, o fato de ser um projeto de alcance midiático pode dar-lhe uma boa imagem de transparência e confiabilidade.

4.3.1.6. Utilização da Fundação Cultural Pablo Komlós

A vinculação do projeto à Fundação Cultural Pablo Komlós foi um fator chave para torná-lo viável: apenas através da fundação se pode arrecadar e aplicar o dinheiro de maneira rápida. Caso contrário, os esforços para a realização do projeto seriam inutilizados pelos procedimentos normativos de uma fundação pública como a FOSPA. Como afirma Ponte (2012), a agilidade de execução é dificultada pelos trâmites próprios da administração pública e pela legislação. No caso do projeto da escola, a agilidade para a realização das obras do imóvel só seria viabilizada através de uma fundação privada.

4.3.2. Fatores Ambientais

4.3.2.1. Projeto relevante para um grande número de pessoas

O projeto Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA está relacionado a uma das mais antigas orquestras do Brasil. A OSPA é considerada um patrimônio do estado do Rio Grande do Sul, reconhecida por sua excelência e tradicionalismo. Já a Escola de Música da OSPA, um braço a FOSPA, é reconhecida pela sua formação de excelência, sendo responsável pela formação de músicos de renome nacional e internacional. Além do mais, o seu caráter social de proporcionar formação de música sinfônica para crianças e jovens de baixa renda aumenta a sua relevância na formação musical do estado. Como afirma a diretora da Escola Nisiane em entrevista ao Jornal do Comércio "A Escola da Ospa está, de alguma forma, presente no imaginário das pessoas, principalmente em Porto Alegre, mas também no Estado. Acredito que a isso se deve o sucesso de nossa campanha" (anexo C).

A OSPA e a Escola de Música se mostraram fortemente ligadas ao emocional da comunidade. Durante e após a realização do projeto, por meio das redes sociais ou ainda por meio de emails diretos à equipe do projeto, várias pessoas demonstraram orgulho em ajudar a Escola. Declarações como a de David Luiz "Sinto-me orgulhoso por ter essa oportunidade única de ajudar, obrigado!" [25] refletem o apreço das pessoas pela instituição. De tal forma, pessoas ligadas com a fundação – tais como ex-músicos da orquestra, antigos alunos da Escola, familiares dos alunos atuais, funcionários da fundação – também se mobilizaram para com a campanha. Houve ainda a participação daqueles que se veem próximas da música e da educação independentemente das atividades da fundação e acharam relevante contribuir para o projeto. Como afirma a diretora da Escola em reportagem ao Jornal da Universidade, o retorno do projeto é reflexo do interesse das pessoas por cultura e educação (anexo D).

Sob este prisma, é possível relacionar o sucesso do projeto com a ideia "legitimidade social". Segundo Saravia (1999), à luz de diversas perspectivas e interesses, uma comunidade pode considerar legítima determinada atividade cultural a ponto de financiá-la e apoiá-la. Conforme a pesquisa Retrato do Financiamento Coletivo, a identificação com a causa é o fator mais importante para decidir apoiar um

[25] Publicação do dia 14 de março de 2014 na página do Facebook da OSPA.

projeto de financiamento coletivo (gráfico 3), sendo que área que as pessoas mais têm interesse em apoiar é a educação, seguida da área de cinema e vídeo em segundo e da área da música em terceiro (gráfico 2).

4.3.2.2. Uso intensivo das Tecnologias de Informação e Comunicação

O sucesso do projeto Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA está muito relacionado ao uso disseminado das Tecnologias de Informação e Comunicação (TCIs). Os 430 apoios efetuados através da plataforma Catarse, assim como todas as trocas realizadas entre a equipe do projeto e a comunidade por meio de redes de interação refletem o uso intensivo das TICs pela inquestionável maioria das pessoas.

A tecnologia permitiu a evolução dos meios de relacionamento, de comunicação e de trocas, e, como afirma Friedman (2005 *apud* SILVA *et al*, 2013) a tecnologia tem assumido uma posição de ativa transformação nos negócios, na vida e na sociedade global em todos os seus aspectos. A exemplo disto, segundo a pesquisa Retrato do Financiamento Coletivo, 66% das pessoas admitem fazer campanha nas redes sociais dos projetos de financiamento coletivo que apoiaram para incentivar outras pessoas a apoiarem também (anexo A). Tal como, os sites de portais de notícias e as mídias sociais (como Facebook e Twitter) são os veículos onde as pessoas predominantemente mais buscam informações.

4.3.2.3. Crescimento de práticas coletivas e colaborativas

Hoje, como decorrência do desenvolvimento e do uso das TICs, indivíduos se encontram por suas afinidades e conveniências, permitindo trocas e compartilhamentos instantâneos e ações integradas. No caso do projeto da escola, a disposição das pessoas para colaborarem coletivamente com uma causa de identificação comum ficou evidente devido o grande número de apoiadores e ao interesse dos mesmos em compartilhar a ação. Apesar de haver algumas manifestações contra o apoio a um projeto que, segundo argumentos, deveria ser financiado pelo governo, o valor arrecadado, referente a 116% do estipulado, confirma a intenção da sociedade em participar de ações colaborativas.

Além de benefícios como ter acesso a produtos e serviços por baixos custos, as pessoas que buscam estas práticas são motivadas pelos encontros entre pessoas afins,

pelas experiências, e pelas questões sociais e sustentáveis envolvidas (BOTSMAN; ROGERS, 2011). Isto diz muito respeito quando à identificação dos apoiadores com a causa do projeto da escola e quanto ao interesse deles em participar de um projeto de financiamento coletivo como o proposto. De tal forma, percebe-se o fortalecimento da ideia de comunidade e a criação de sinergias, fatores estes condizentes com as relações estabelecidas entre a Escola de Música da OSPA, a FOSPA e a comunidade gaúcha e porto-alegrense.

4.3.2.4. Intensificação do financiamento coletivo

Para Silva (*et al* 2013), o surgimento de práticas coletivas também reflete um cenário global, onde solucionar e satisfazer demandas sociais vira a essência de negócios. O financiamento coletivo, uma modalidade de financiamento colaborativo, tem crescido em importância e extensão, não só na sociedade brasileira, mas no mundo como um todo. No caso do Brasil, o número de projetos de financiamento coletivo tem crescido exponencialmente, assim como o número de apoiadores e de ações em prol desta prática – tais como o aperfeiçoamento das plataformas e a realização de eventos e feiras.

Segundo a pesquisa Retrato do Financiamento Coletivo, 20% do financiamento coletivo brasileiro são realizados na região Sul do país (anexo A), sendo a segunda região do país com o maior percentual – a primeira é a região Sudeste, que detém 63%. Estas estatísticas corroboram com o fato do modelo de financiamento coletivo ter gradativamente maior peso na sociedade brasileira, inclusive na região Sul, principal área de atuação do projeto Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA.

Na perspectiva organizacional, o movimento de intensificação do financiamento coletivo indica novos modelos de negócios (SILVA *et al*, 2013) que possibilitam, através de um empreendimento colaborativo, a comunicação direta e pessoal com a sociedade (SCHWIENBACHER; LARRALDE, 2010), a conexão com mídias sociais e a promoção de mudanças sociais (SBEGHEN, 2012). Para a FOSPA, realizar o projeto Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA foi uma alternativa ao modelo de gestão do setor público. Além do mais, trouxe muitos benefícios adicionais, como a divulgação das atividades da Escola de Música da OSPA e de outros projetos desenvolvidos pela instituição, o recebimento de doações e apoios além daqueles

possibilitados pela plataforma Catarse, o envolvimento dos apoiadores com outras atividades da FOSPA e a aproximação da instituição com a comunidade local.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo agregou contribuições para um maior entendimento sobre a prática de financiamento coletivo realizada por uma organização cultural, cuja análise se deu através do estudo de caso do projeto Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA.

É possível inferir através deste estudo que a modalidade de financiamento coletivo se mostrou eficaz frente às demandas de uma organização cultural como a FOSPA, sendo uma alternativa às formas tradicionais de financiamento. Neste caso, o agente financiador foi a sociedade, que foi não apenas responsável por prover o recurso monetário, mas também por apoiar a causa, assegurando-lhe legitimidade social. Este é um ponto importante a ser salientado, pois faz crer que a falta de legitimidade social de uma ação causará o seu insucesso se realizada através do financiamento coletivo. Tal reflexão retoma a questão da participação do Estado como financiador e gestor das atividades culturais à medida que este proporciona atividades que podem não ser de interesse majoritário da sociedade, mas que são de alguma forma relevantes.

A realização do projeto de financiamento coletivo pela FOSPA foi um importante meio de validação da sua forte relação e afinidade com a comunidade, uma vez que, mesmo se tratando de uma fundação vinculada ao Estado, as pessoas demonstraram vontade em apoiar o projet o. Isto pode ser entendido como reflexo do interesse da comunidade pelas atividades desenvolvidas tanto pela Escola de Música da OSPA quanto pela FOSPA no campo da cultura e da educação musical gaúcha.

Ademais, o financiamento coletivo se mostrou mais do que uma alternativa para se angariar recursos, pois outros benefícios foram percebidos com a realização do projeto, a citar: a divulgação das atividades da Escola de Música da OSPA e de outros projetos desenvolvidos pela instituição, o recebimento de doações e apoios além daqueles possibilitados pela plataforma Catarse, o envolvimento dos apoiadores com outras atividades da FOSPA e a aproximação da instituição com a comunidade local. Para que o projeto alcance tamanho sucesso, entretanto, é necessário aliar estratégias organizativas com fatores ambientais. As principais estratégias organizativas identificadas e através do estudo realizado foram:

a) Boa campanha de divulgação do projeto;
b) Apoio em peso de amigos e familiares dos realizadores do projeto;
c) Boas recompensas oferecidas como contrapartida aos apoiadores;
d) Investimento elevado de apoiadores;
e) Divulgação do projeto na mídia; e
f) Utilização de uma fundação com personalidade jurídica de direito privado.

Já os fatores ambientais que foram identificados como favoráveis ao projeto foram:

a) Projeto relevante para um grande número de pessoas;
b) Uso intensivo das TICs por toda a sociedade;
c) Crescimento de práticas coletivas e colaborativas; e
d) Intensificação do modelo de financiamento coletivo.

Atenta-se para a importância da utilização de uma fundação com personalidade jurídica de direito privado como estratégia organizativa. Esta se mostrou de extrema relevância no caso em estudo, pois garantiu à FOSPA, uma fundação com personalidade jurídica de direito público, agilidade na execução da obra proposta, o que conferiu eficácia ao projeto. Neste sentido, não se trata apenas da capacidade de se angariar recursos através de um projeto de financiamento coletivo, mas também da capacidade de destiná-los de maneira eficaz.

O estudo do projeto Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA possibilitou ainda uma peculiar análise das relações entre o Estado, a sociedade civil e a iniciativa privada. Segundo Saravia (1999) existe uma tendência à criação de um sistema de financiamento da cultura integrado com base em modernas técnicas de gestão e a estruturação das organizações em forma de rede. Tal fato se dá, dentre outras condições, pela linha cada vez mais difusa que separa o setor público do setor privado, especialmente nas áreas relacionadas à produção cultural – acrescentando-se, mais recentemente, com o fortalecimento da modalidade do financiamento coletivo e de práticas colaborativas, a sociedade civil nesta relação. No caso do projeto da Escola de Música da OSPA, o setor público atuou como realizador do projeto enquanto a sociedade civil e o setor privado como financiadores e apoiadores.

Por fim, este estudo faz refletir sobre as relações, as responsabilidades e os papéis do Estado, da iniciativa privada e da sociedade civil, no sentindo de pensar na convergência e na sinergia de objetivos individuais para resultados e benefícios coletivos. Sob este prima, é possível considerar as práticas coletivas e colaborativas, aliadas ao uso das TICs, não apenas como mais um modelo excludente de se financiar atividades culturais, mas um incentivo à união de forças comuns.

6. REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

VIVAMÚSICA!. **Anuário VivaMúsica! 2013**. Editado por Heloísa Fischer.

BELK, Russell**. Why Not Share Rather Than Own?.** The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science 2007; 611; 126. Disponível em: <http://cccp.journalism.wisc.edu/paper/Belk.pdf>. Acesso em: 14 Set 2014.

BELLEFLAMME, Paul; LAMBERT, Thomas; SCHWIENBACHER, Armin. **Crowdfunding: Tapping the Right Crowd**. Social Science Research Network, 9 de julho de 2013. Disponível em: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1578175>. Acesso em: 07 Set 2014.

BELLEFLAMME, Paul; LAMBERT, Thomas; SCHWIENBACHER, Armin. **Crowdfunding: An Industrial Organization Perspective**. 10 de junho de 2010. Disponível em: <http://economix.fr/pdf/workshops/2010_dbm/Belleflamme_al.pdf>. Acesso em: 07 Set 2014.

BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo**. Tradução: Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011.

CALABRE, Lia. **Políticas Culturais no Brasil: balanço & perspectivas**. III ENECULT, 2007. Disponível em: <http://www.guiacultural.unicamp.br/sites/default/files/calabre_l_politicas_culturais_no_brasil_balanco_e_perspectivas.pdf>. Acesso em: 21 Set 2014.

CARUSO, Felipe. **CoCidade: um festival para celebrar a colaboração**. Catarse Blog, 2 de setembro de 2014. Disponível em: <http://blog.catarse.me/cocidade-um-festival-para-celebrar-o-coletivo/>. Acesso em: 27 Out 2014.

CARVALHO, Cristina Amélia; VIEIRA, Marcelo Milano Falcão (organizadores). **Organizações, cultura e desenvolvimento local: a agenda de pesquisa do Observatório da Re alidade Organizacional**. Recife, Editora EDUFEPE, 2003.

CATARSE. **Retrato Financiamento Coletivo Brasil 2013/2014.** 2014a. Disponível em: <http://pesquisa.catarse.me/>. Acesso em: 07 Set 2014.

_____. **Catarse**. 2014b. Disponível em: <http://www.catarse.me/pt>. Acesso em: 06 Out 2014.

_____. **Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA**. 2014c. Disponível em: <http://www.catarse.me/pt/sinfoniadareforma>. Acesso em: 06 Out 2014.

CONFERÊNCIA INTERNACIONAL MULTIORQUESTRA, 1, 2014, Belo Horizonte. **Apresentações dos Painéis**. Disponível em: <http://transform.britishcouncil.org.br/pt-br/content/arquivos-para-download>. Acesso em: 05 Ago 2014.

CORTESE, Sofia Azevedo Bastian. **Projeto - Arrecadação de dinheiro para reforma da Escola de Música da OSPA** [email] 13 Jan. 2014a, Porto Alegre [para] Nisiane Franklin, Porto Alegre.

_____. **Login Catarse** [email] 17 Jan. 2014b, Porto Alegre [para] Nisiane Franklin, Tiago Flores, Débora A. Dreyer, Ana Laura C. de Freitas, Porto Alegre.

_____. **Informações sobre o Projeto de Reforma da Escola de Música** [email] 20 Jan. 2014c, Porto Alegre [para] Fernanda Estorti, Porto Alegre.

DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. **Direito administrativo**. 22ª edição, 2ª reimpressão. São Paulo, Editora Atlas, 2009.

ESCUDERO, Vicente. **Catarse**. Digestivo Cultural, 2011. Disponível em: <http://www.digestivocultural.com/entrevistas/entrevista.asp?codigo=45&titulo=Catar> . Acesso em: 28 Set 2014.

FLORES, Tiago. **ORÇAMENTO DA ESCOLA DE MÚSICA DA OSPA** [email] 27 Jan. 2014, Porto Alegre [para] Sofia A. Bastian Cortese, Porto Alegre.

FRANÇA, Lilian Cristina Monteiro. **Crowdfunding: Alternativas para as Políticas Públicas no Fomento da Arte e da Cultura no Escopo da Economia Criativa**. IV Encontro Nacional da Ulepicc-Brasil, 2012. Disponível em: <http://ulepiccbrasil4.com.br/anais/pdf/gt3/FRANCA_crowdfunding_alternativas_para_as_politicas_publicas_no_fomento_da_arte_e_da_cultura_no_escopo_da_economia_criativa.pdf>. Acesso em: 07 Set 2014.

FRANKLIN, Nisiane. **Texto para Catarse - 1ª versão** [email] 28 Jan. 2014a, Porto Alegre [para] Tiago Flores, Débora A. Dreyer, Ana Laura C. de Freitas, Sofia A. Bastian Cortese, Porto Alegre.

_____. **André da Rocha 50** [email] 30 Jan. 2014b, Porto Alegre [para] Tiago Flores, Débora A. Dreyer, Sofia A. Bastian Cortese, Porto Alegre.

_____. **Orçamento interfone e porteiro eletrônico** [email] 31 Jan. 2014c, Porto Alegre [para] Tiago Flores, Débora A. Dreyer, Ana Laura C. de Freitas, Sofia A. Bastian Cortese, Porto Alegre.

FUNDAÇÃO CULTURAL PABLO KOMLÓS. **Ata de instituição da Fundação Cultural Pablo Komlós de aprovação do estatuto e de constituição do conselho deliberativo e diretoria executiva.** Porto Alegre, 20 de abril de 2004.

_____. **Relatório de atividades culturais da Fundação Pablo Komlós**. Porto Alegre, 05 de fevereiro de 2014. Disponível em: <http://www.procultura.rs.gov.br/upl4086/cadastro/1391708177relatorio_assinado.pdf>. Acesso em: 15 Out 2014.

GARCIA, Natália. **2013 – o ano que crowdfunding tomou as cidades.** Catarse Blog, 28 de Janeiro de 2014. Disponível em: <http://blog.catarse.me/2013-o-ano-que-crowdfunding-tomou-as-cidades/>. Acesso em: 27 Out 2014.

JUNQUEIRA, Maria Angela. **Contrato Moip** [email] 17 Fev. 2014, Porto Alegre [para] Ana Laura C. de Freitas, Porto Alegre.

KELLER, Karin Dantas. **Crowdfunding: um estudo de caso do projeto Coração Rei dentro da plataforma Catarse**. UFRGS, Porto Alegre, 2012. Disponível em:

<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/73027/000891224.pdf?sequence=1>. Acesso em: 07 Out 2014.

KLEEMANN, Frank; VOß, G. Günter; RIEDER, Kerstin. **Un(der)paid Innovators: The Commercial Utilization of Consumer Work through Crowdsourcing**. Science, Technology & Innovation Studies. Vol. 4, No. 1, July 2008. Disponível em: <http://www.clickadvisor.com/downloads/Kleeman_et_al_Underpaid_Innovators.pdf>. Acesso em: 16 Set 2014.

KOLLOCK, Peter; SMITH, Marc. **Communities in Cyberspace**. University of California, Los Angeles, 1999. Disponível em: <http://www.connectedaction.net/wp-content/uploads/2009/05/2001-kollock-and-smith-introduction-to-communities-in-cyberspace.htm>. Acesso em: 14 Set 2014.

MOREIRA, Daniel Augusto. **O método fenomenológico na pesquisa**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital**. 4ª edição, São Paulo, Editora Atlas, 2004.

ORQUESTRA SINFÔNICA DE PORTO ALEGRE. **FOSPA**. 2011a. Disponível em: <http://www.ospa.org.br/?page_id=983>. Acesso em 13 Set 2014.

_____. **Fundação Cultural Pablo Komlós**. 2011b. Disponível em: <http://www.ospa.org.br/?p=3882>. Acesso em 13 Set 2014.

_____. **Escola de Música da OSPA**. 2011c. Disponível em: <http://www.ospa.org.br/?page_id=1251>. Acesso em 13 Set 2014.

PONTE, Elizabeth. **Por uma cultura pública: organizações sociais, Oscips e a gestão pública não estatal na área da cultura**. Organização da coleção Lia Calabre. São Paulo, Itaú Cultural, Iluminuras, 2012.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Marketing cultural e financiamento da cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado**. São Paulo, Editora Pioneira Thomson Learning, 2003.

REIS, Ana Carla Fonseca; MARCO, Kátia de (organizadoras). **Economia da cultura: ideias e vivências**. Rio de Janeiro, Editora Publit, 2009.

RIO GRANDE DO SUL. **Decreto nº 51.370, de 10 de abril de 2014**. 2014. Disponível em: <http://www.al.rs.gov.br/filerepository/repLegis/arquivos/DEC%2051.370.pdf>. Acesso em: 09 Out 2014.

_____. **Lei nº 4.837, de 2 de dezembro de 1964**. 1964. Disponível em: <http://www.al.rs.gov.br/legis/M010/M0100099.ASP?Hid_Tipo=TEXTO&Hid_TodasNormas=43822&hTexto=&Hid_IDNorma=43822> Acesso em: 09 Out 2014.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projeto de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. Colaboração Grace Vieira Becker, Maria Ivone de Mello. 3ª edição, 2ª reimpressão. São Paulo, Editora Atlas, 2006.

SAMPAIO, Patricia Regina Pinheiro. **Atividades e atos administrativos**. Direito Rio, Fundação Getúlio Vargas, 2011, Bloco II, Aula 8. Disponível em: <http://academico.direito-rio.fgv.br/ccmw/images/d/d9/ATIVIDADES_E_ATOS_ADMINISTRATIVOS_2012.2.pdf>. Acesso em: 15 Out 2014.

SARAVIA, Enrique. **Que financiamento para que cultura? O apoio do setor público à atividade cultural**. RAP Rio De Janeiro N(I): 89-119, Jan./Fev, 1999. Disponível em: <www.spell.org.br/documentos/download/12837>. Acesso em: 21 Set 2014.

SBEGHEN, Bárbara Marques. **A Multidão do *Crowdfunding* na economia do virtual: um estudo do site Catarse**. UFGRS, Porto Alegre, 2012. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/54321/000855539.pdf?sequence=1>. Acesso em: 28 Set 2014.

SCHWIENBACHER, Armin; LARRALDE, Benjamin. **Crowdfunding of small entrepreneurial ventures**. Book chapter forthcoming in Handbook of Entrepreneurial Finance (Oxford University Press), 2010. Disponível em: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1699183>. Acesso em: 14 Set 2014.

SILVA, Minelle Enéas da; FIGUEIRÓ, Paola Schmitt; JAPPE, Marcio Luis Miron; NASCIMENTO, Luis Felipe. **Trends and alternatives for production and consumption towards to a new system's dynamic**. Independent Journal of Management and Production (IJM&P), 2013 Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/86175/000909823.pdf?sequence=1> . Acesso em: 14 Set 2014.

VALIATI, Leandro; FLORISSI, Stefano (organizadores). **Economia da cultura; Bem-estar econômico e evolução cultural**. Editora da UFRGS, Porto Alegre, 2007.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Tradução Daniel Grassi, 2ª edição, Porto Alegre, Editora Bookman, 2001.

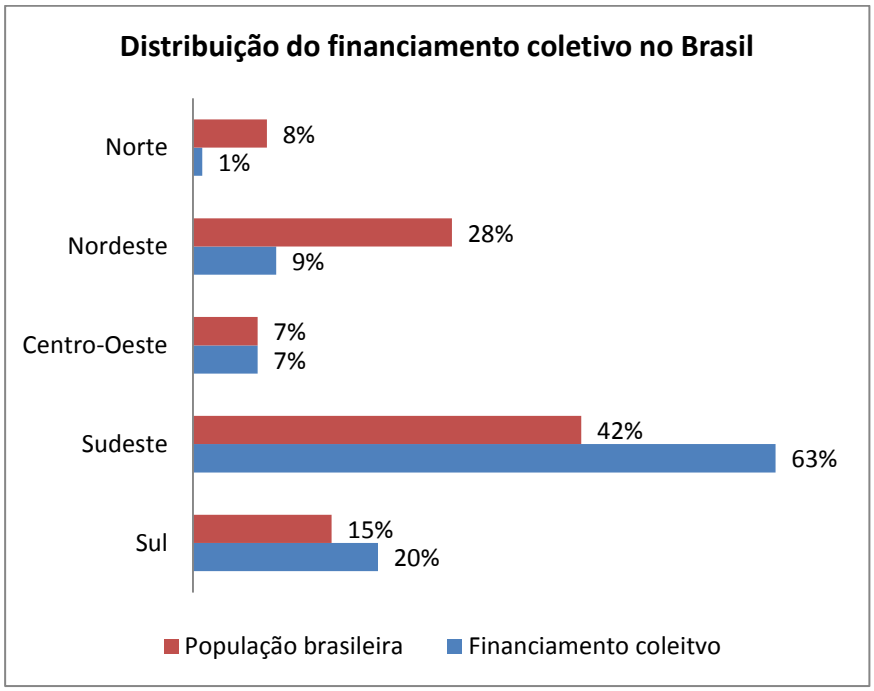
TACHIZAWA, Takeshy; MENDES, Gildásio. **Como fazer monografia na prática**. 12ª edição, Rio de Janeiro, Editora FGV, 2006.

7. ANEXOS

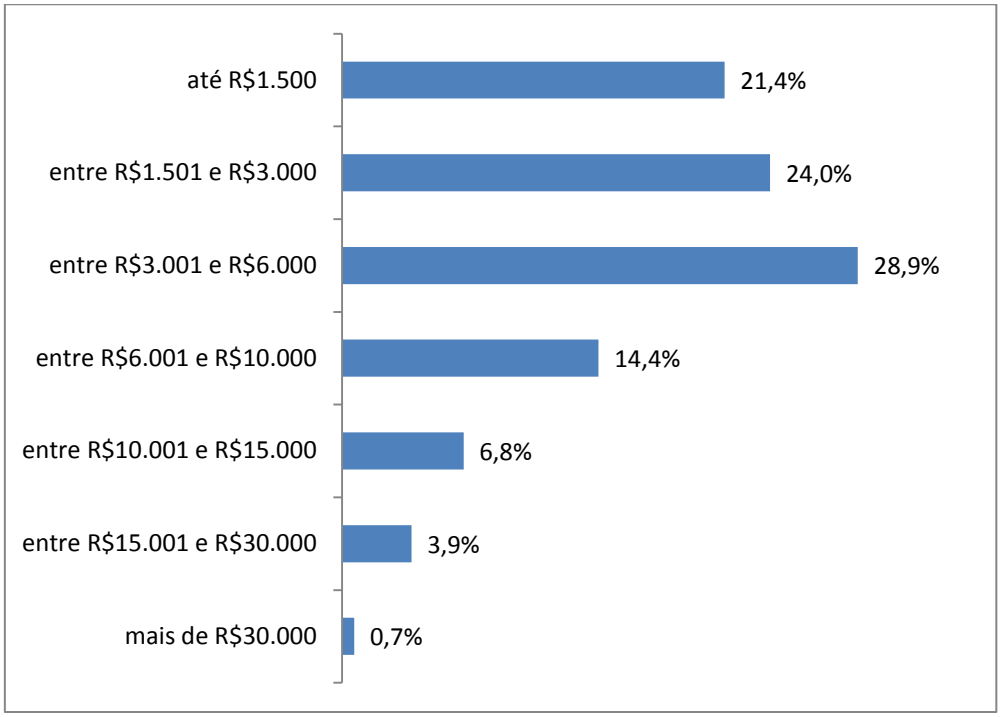
ANEXO A – gráficos e tabelas adaptados da pesquisa Retrato do Financiamento Coletivo

Bloco 1 – Perfil – análise do perfil das pessoas que participam do financiamento coletivo no Brasil.

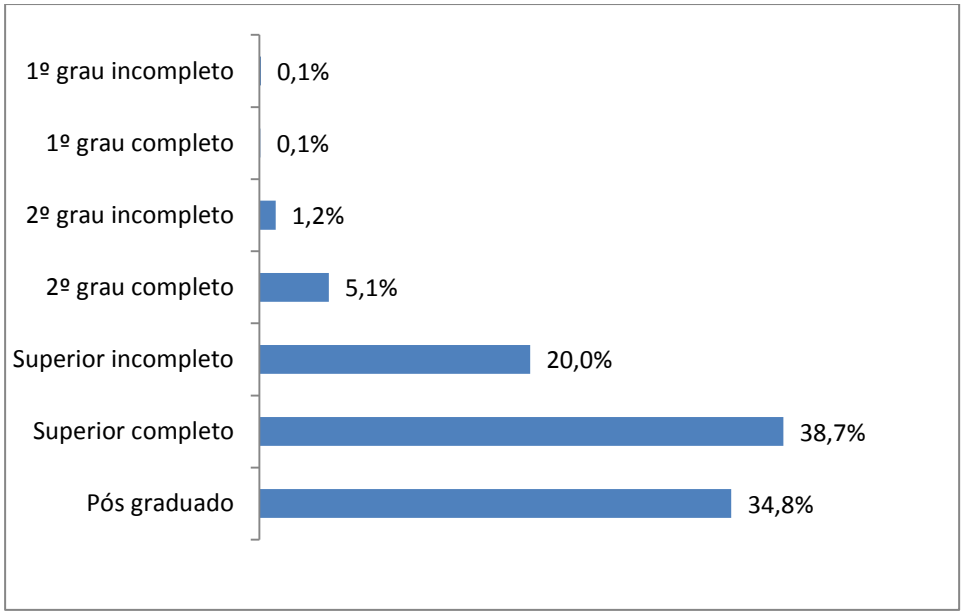
Distribuição do financiamento coletivo no Brasil



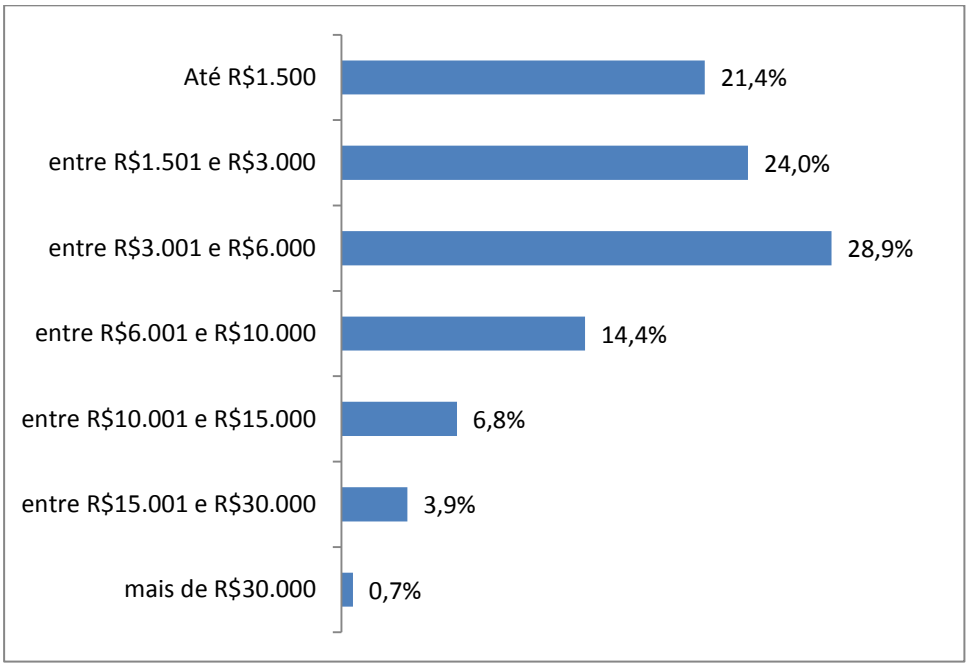
Renda mensal dos apoiadores



Grau de escolaridade dos apoiadores



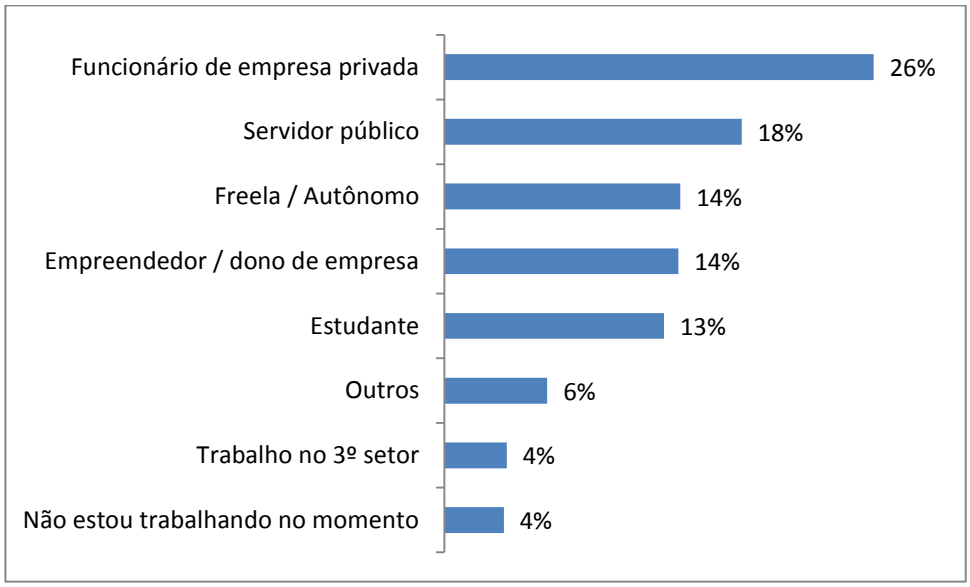
Renda mensal dos apoiadores



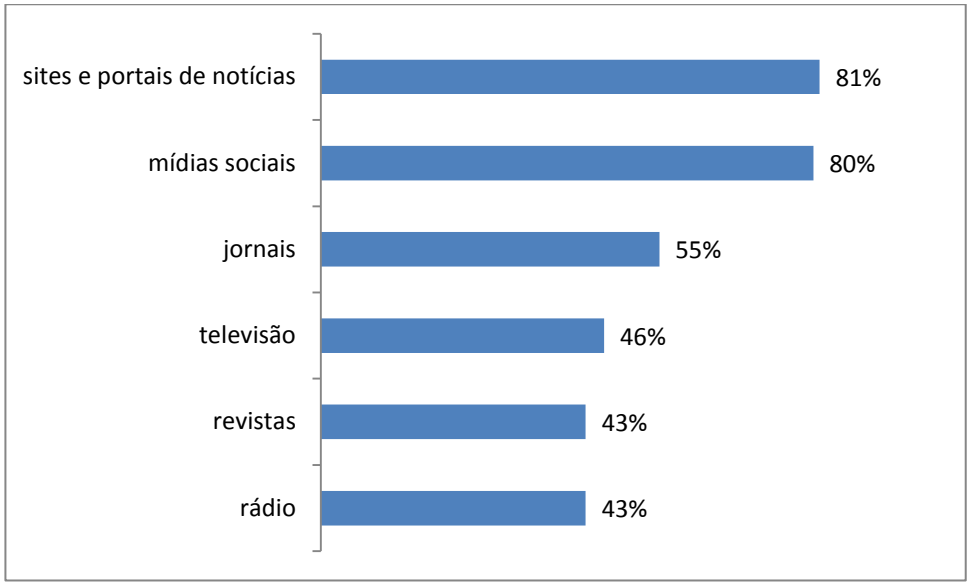
Área de trabalho dos apoiadores

Comunicação e Jornalismo	10%
Web e tecnologia	10%
Administração e negócios	10%
Artes	9%
Pedagogia e educação	6%
Marketing e publicidade	5%
Engenharia	5%
Produção Cultural	4%
Outros	42%

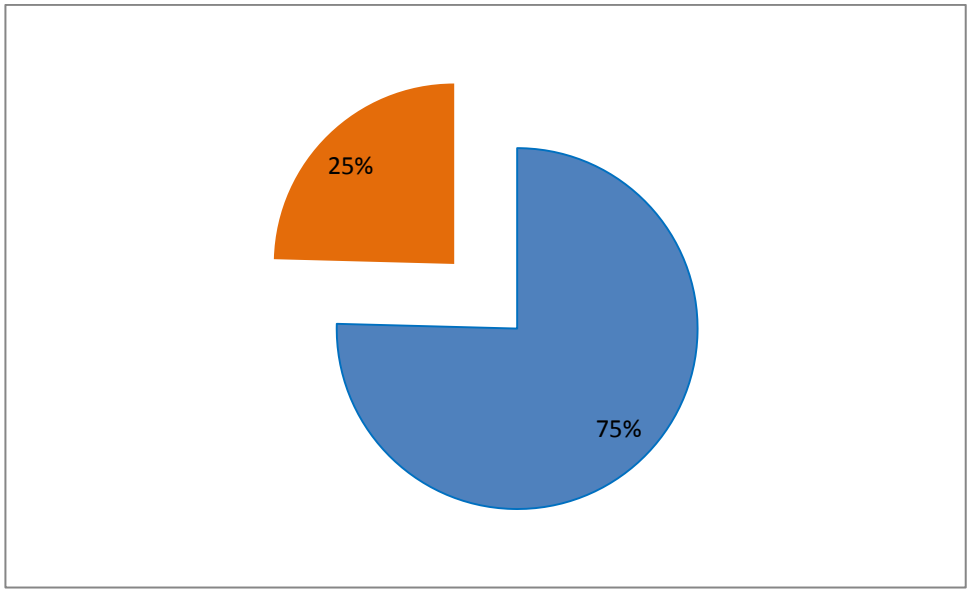
Ocupação dos apoiadores



Veículos onde buscam informações

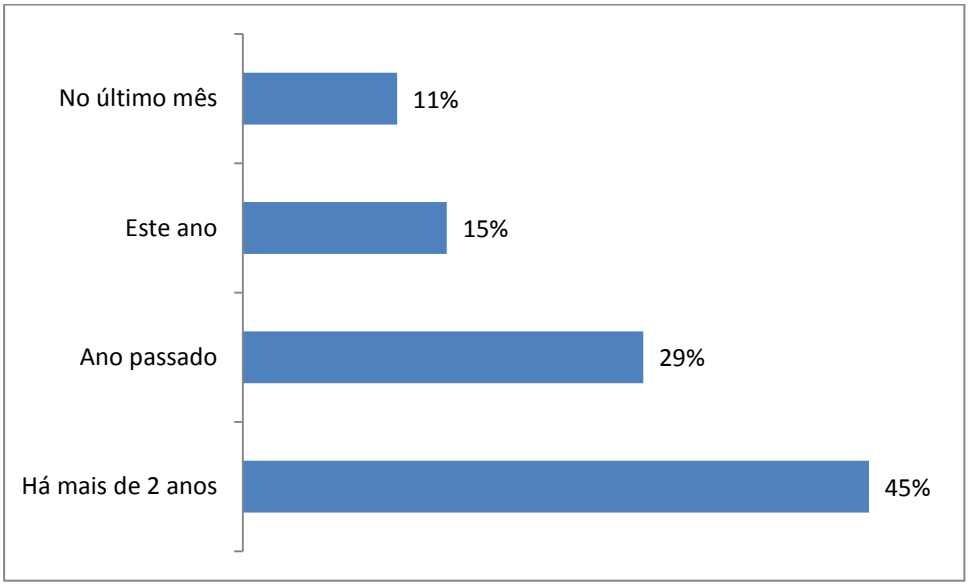


Preferência em ter acesso a produtos do que a posse deles

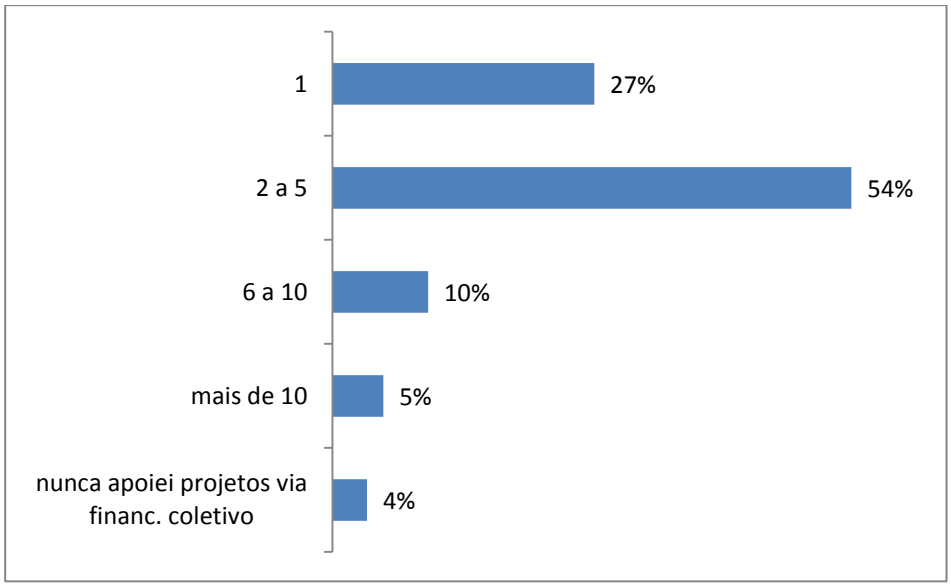


O Bloco 2 – Financiamento – questões gerais sobre o financiamento coletivo no Brasil

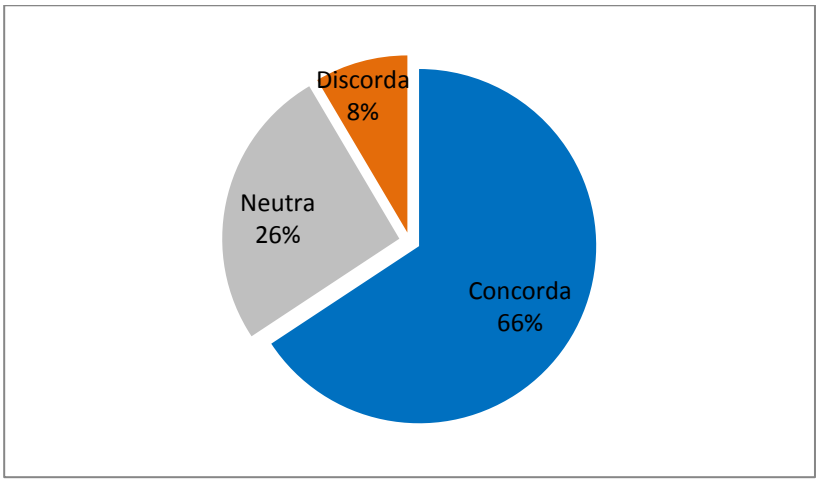
A primeira vez que ouviu falar sobre financiamento coletivo



Quantidade de projetos de financiamento coletivo apoiados

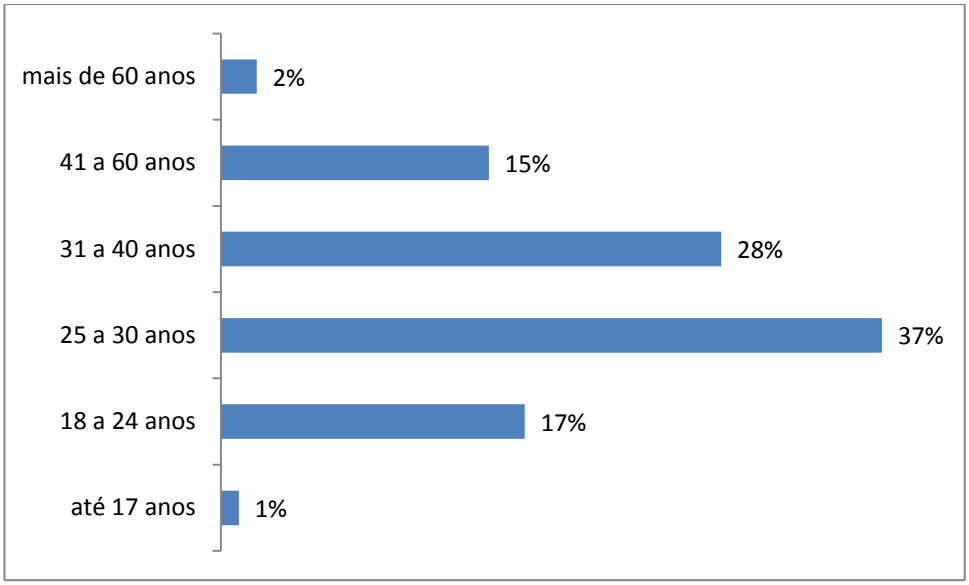


Disposição para fazer campanha dos projetos que apoiaram nas redes sociais para incentivar outras pessoas a apoiarem também

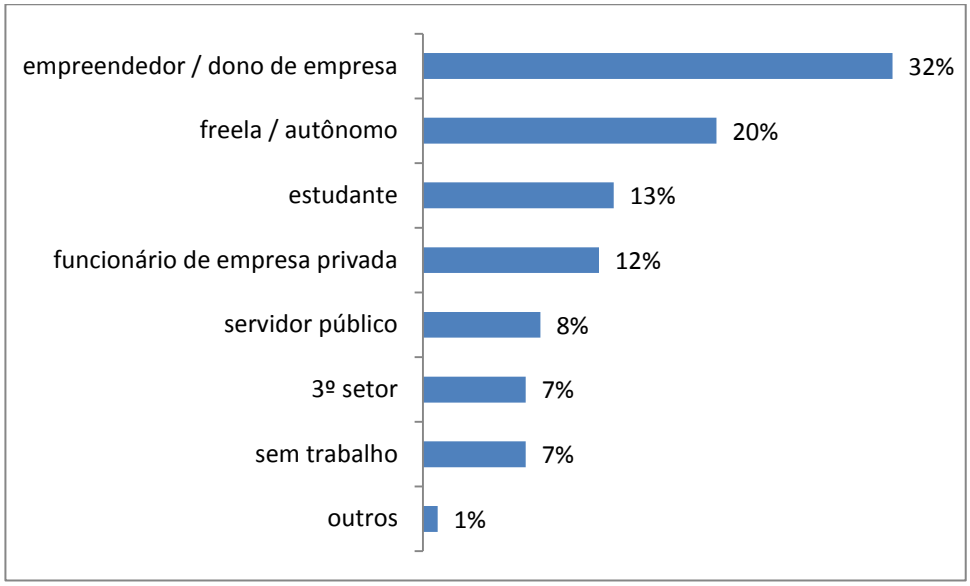


Bloco 4 – Realizadores – análise do perfil das pessoas que realizam projetos de financiamento coletivo no Brasil.

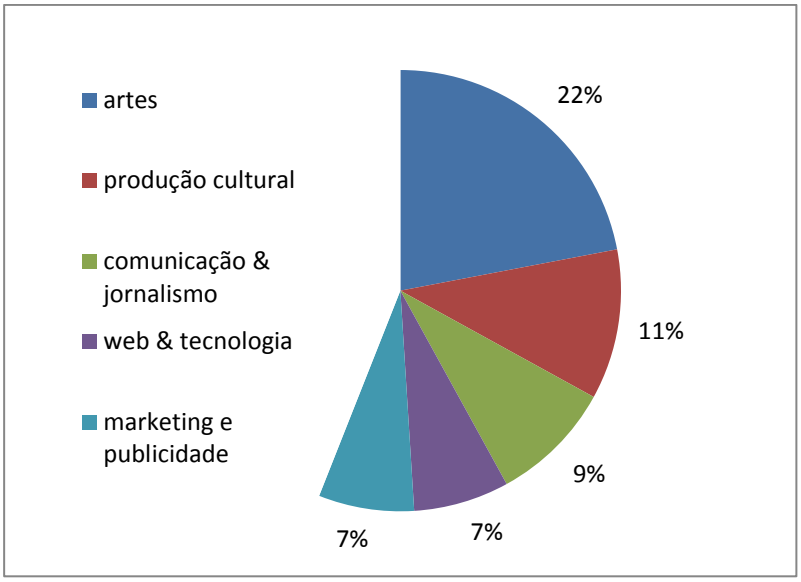
Idade dos realizadores



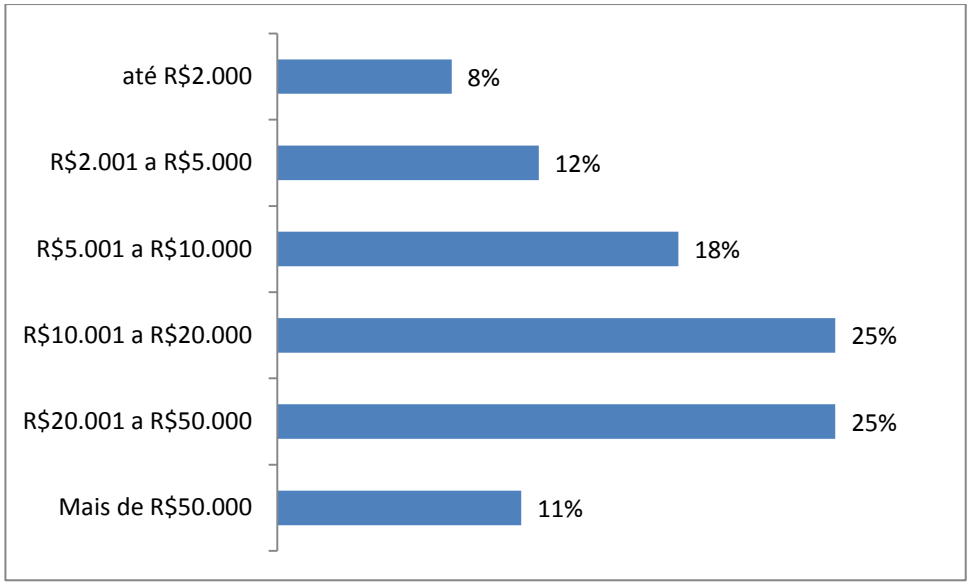
Ocupação dos realizadores



Principais áreas de atuação dos realizadores



Valor arrecadado por projeto



ANEXO B – Fotos das filmagens realizadas no dia 4 de fevereiro de 2014 para o vídeo de divulgação do projeto Sinfonia da Reforma: Escola de Música da OSPA.

Foto: Sofia Azevedo Bastian Cortese

Foto: Sofia Azevedo Bastian Cortese

Foto: Sofia Azevedo Bastian Cortese

ANEXO C – Reportagem

Veículo: Jornal do Comércio

Data: 14 de abril de 2014

Projeto de financiamento coletivo, chamado Sinfonia da Reforma, ajuda a manter a iniciativa

Reaberto no ano passado, o conservatório financia a reforma das suas instalações através de recursos obtidos coletivamente

Ariel Engster

Toda boa orquestra precisa de bons músicos – e a maioria busca criar os seus em casa. Com a Orquestra Sinfônica de Porto Alegre (Ospa) não é diferente. Por isso, em 3 de março de 1972 foi criado o Conservatório Pablo Komlós – Escola de Música da OSPA. No nome, uma homenagem a seu fundador, o maestro húngaro que esteve à frente da orquestra desde sua fundação, em 1950, até 1978.

"A escola tem um papel muito específico e muito único aqui no Rio Grande do Sul", afirma a diretora, Nisiane Franklin, ressaltando que não há outra mantida por uma orquestra no Estado, tampouco voltada especificamente para a formação de músicos orquestrais. Mantida pelo governo estadual, a escola oferece gratuitamente o ensino de instrumentos, ministrado pelos próprios músicos da orquestra. Além das aulas de instrumento, os alunos participam de turmas coletivas de teoria e percepção, onde aprendem a ler e escrever partituras, e da aula prática de orquestra. Os estudantes também possuem atividades complementares, como assistir os concertos da Ospa – os alunos, assim como suas famílias, têm entrada franca em todas as apresentações.

Apesar de seu trabalho único, a escola já passou por momentos complicados. Com a falta de professores, o conservatório acabou fechando as portas em 2004. A reabertura só foi acontecer no ano passado, quando o governo do Estado fez um concurso para renovar o quadro de funcionários da Ospa, contemplando também a escola. Uma seleção foi feita entre os músicos da orquestra para escolher os novos professores.

Quem também sofreu com o fechamento foi o prédio que abriga a escola. Durante todo o tempo de funcionamento, o casarão já havia passado por pouca manutenção. Os nove anos que ficou sem funcionar deixaram as instalações muito mais deterioradas. As paredes estavam descascando, a parte elétrica era muito antiga, o telhado estava furado e a segurança era pífia – nenhuma das aberturas, por exemplo, funciona perfeitamente. Além disso, a falta de climatização prejudicava não só a qualidade das aulas mas também a afinação dos instrumentos.

Para resolver os problemas, a escola lançou um projeto de financiamento coletivo, chamado Sinfonia da Reforma. "A gente optou pelo Catarse (ferramenta online para arrecadação de fundos) porque o processo de licitação pelo Estado é muito demorado. Nós não podíamos esperar tanto tempo e pensamos numa alternativa que nos proporcionasse fazer isso de uma forma mais imediata", esclarece Nisiane.

O sucesso foi imediato: em menos de 10 dias, a meta já tinha sido atingida. "A Escola da Ospa está, de alguma forma, presente no imaginário das pessoas, principalmente em Porto Alegre, mas também no Estado. Acredito que a isso se deve o sucesso da nossa campanha" analisa Nisiane. O valor definido na meta da campanha permitirá que as questões mais urgentes já sejam atendidas, e o restante que for arrecadado será aplicado em outras melhorias necessárias no prédio.

ANTONIO PAZ/JC

Conservatório oferece aulas de violino, viola, violoncelo, contrabaixo, flauta transversal, oboé, clarinete, fagote, trompa, trompete, trombone, tuba e percussão

Instituição recebe doações de instrumentos

A seleção dos estudantes da Escola de Música da Ospa, que devem ter entre 8 e 25 anos, é feita através de editais. Em 2013, foram disponibilizadas cerca de 200 vagas – neste ano, são 67 vagas disponíveis, metade delas para alunos de baixa renda. Os alunos com experiência são escolhidos através de audições. As inscrições para a seleção vão até o dia 17.

O conservatório oferece aulas de violino, viola, violoncelo, contrabaixo, flauta transversal, oboé, clarinete, fagote, trompa, trompete, trombone, tuba e percussão. "Pelo nível de exigência da escola, é fundamental que todo aluno que estuda com a gente tenha contato com o instrumento diariamente", esclarece a diretora da escola, Nisiane Franklin. Por isso, os alunos recebem instrumentos em comodato enquanto estiverem estudando na escola.

No entanto, a Ospa não possui uma quantidade suficiente de instrumentos. Sendo assim, em 2013, foi iniciada uma campanha de doação que garantiu o ensino a todos os alunos. A escola segue arrecadando instrumentos, novos ou usados, que podem ser entregues no próprio conservatório ou na sede administrativa da Ospa, na rua 24 de Outubro, 850, sala 305, em Porto Alegre.

ANEXO D – Reportagem

Veículo: Jornal da Universidade (UFRGS)

Data: maio de 2014

Antonio Nader, 11 anos, escolheu o trombone como instrumento para estudar na Escola da OSPA

Instituição em apuros

São 17 degraus que ligam o térreo ao primeiro piso do Conservatório Pablo Komlós – mais conhecido como Escola da Ospa –, na rua André da Rocha, na capital. Feitos de concreto, mas recobertos de madeira, são sinal da precariedade da antiga casa que hoje abriga a instituição: quando alguém sobe ou desce, oito deles fazem barulho; as tábuas estão soltas. "Atrapalha a aula", diz a aluna Julia Snak da Silva. A menina de 11 anos que se dedica ao violino desde os seis frequenta a escola desde a reabertura, em maio de 2013, e é rápida em apontar o que considera mais problemático: janelas quebradas, número insuficiente de salas, inexistência de um lugar para guardar os instrumentos e fiação elétrica aparente. Da mesma forma, a também aprendiz do instrumento, Stephanie Alves, reclama do barulho: "Quando estamos na aula de Teoria e Percepção Musical, o som das aulas práticas atrapalha um pouco". Gean Veiga, músico da Ospa e professor de violino, igualmente aponta problemas: "No verão, numa sala sem climatização, é um enorme desconforto para o aluno executar um instrumento, manter a postura e a concentração. E, no inverno, os dedos ficam rijos". Isso tudo sem contar o impacto que as temperaturas extremas têm sobre a afinação dos instrumentos. Se considerarmos que o Conservatório pretende formar futuros músicos de orquestra, isso se torna ainda mais problemático, pois é preciso que esses alunos tenham ouvidos sensíveis e treinados.

"Em todas as reuniões de professores, ouvimos: 'Assim não dá para continuar!'", relata a diretora da escola Niziane Franklin. Foi por isso que, em março deste ano, tomaram a decisão de procurar meios para resolver a situação de forma emergencial: propuseram uma "sinfonia da reforma", a ser executada com financiamento coletivo. "Chegamos ao ponto de aulas terem de ser canceladas porque alagava a sala quando chovia!", exclama a professora. Sendo a Ospa um órgão vinculado e mantido pelo estado, a grande dúvida é, obviamente, se essa verba não deveria mesmo vir dos cofres públicos. Mas Niziane esclarece: "Esse projeto foi feito para as coisas mais emergenciais". Segundo a gestora, se fosse feito com dinheiro público, haveria a necessidade de seguir os caminhos burocráticos, o que demandaria um tempo que não há. "Resolvemos atalhar", sintetiza. O projeto superou a meta de R$ 59 mil muito antes do prazo estipulado, o que se deve, em parte, ao prestígio da orquestra. "Essa história de que as pessoas não querem educação e cultura não é verdade. O retorno que tivemos é reflexo disso", diz Niziane.