# Estratégia de financiamento inovadora combinando recursos públicos com financiamento coletivo: o caso do programa Matchfunding BNDES+ Patrimônio Cultural

## *Innovative financing strategy combining public resources with crowdfunding: the case of the Matchfunding BNDES+ Patrimônio Cultural program*

Eduardo Bizzo de Pinho Borges
Patricia Zendron*

* Economistas do BNDES. Os autores agradecem aos pareceristas desta revista os valiosos comentários, a Luciane Gorgulho e Maria Parreiras, do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), Tatiana Leite, da Benfeitoria, Leonardo Letelier e Stefano Giarelli, da Sitawi Finanças do Bem. Este artigo é de exclusiva responsabilidade dos autores, não refletindo, necessariamente, a opinião do BNDES.

*Economists at BNDES. The authors thank the valuable comments of the reviewers of this publication, Luciane Gorgulho and Maria Parreiras from Banco Nacional de Desenvolvimento Económico e Social (BNDES), Tatiana Leite from Benfeitoria, Leonardo Letelier and Stefano Giarelli from Sitawi Finanças do Bem. The views expressed in this article are the views of the authors and do not necessarily reflect the opinion of BNDES.*

# Resumo

Existe um movimento crescente de engajamento e esforço conjunto de sociedade, empresas e governos visando à transformação social em áreas como educação, cultura e meio ambiente. O artigo realiza um estudo de caso de uma estratégia de financiamento inovadora aplicado ao segmento da cultura: o programa Matchfunding BNDES+ Patrimônio Cultural. Trata-se da primeira iniciativa de *matchfunding* do setor público com a sociedade civil no Brasil e o maior programa desse tipo no mundo. No Matchfunding BNDES+, a combinação de recursos públicos com privados é realizada por meio do financiamento coletivo (*crowdfunding*), o que confere um dos aspectos mais inovadores para a implementação de iniciativas de impacto social: o protagonismo da sociedade na escolha e no financiamento e acompanhamento dos projetos. Além disso, o modelo permite a capilarização dos recursos para um conjunto de iniciativas que usualmente teriam dificuldade de acesso e promove uma mudança qualitativa no relacionamento do setor público com o terceiro setor, as empresas e a sociedade.


**Palavras-chave:** Financiamento. ODS. Impacto social. *Crowdfunding*. Patrimônio cultural.


## *Abstract*

*There is a growing movement regarding commitment and joint efforts of communities, companies and governments aiming to provide social transformation in areas such as education, culture and environment. This article presents a case study of an innovative financing strategy in the culture segment: the Matchfunding BNDES+ Patrimônio Cultural program. This program is the largest public initiative in the world combining matchfunding and crowdfunding as well as the first of its kind in Brazil. By using a crowdfunding platform to match public funds with contributions raised from citizens, the program has one prominent innovative aspect: the leading role of society in choosing, financing and monitoring social impact projects. Furthermore, the model allows to finance a set of projects that normally would be difficult for a public organization to directly access and fund. It also promotes a qualitative change to nonprofit organizations, communities, companies and public sector networks.*


*Keywords: Financing. SDG. Social impact. Crowdfunding. Cultural heritage.*

# Introdução

O financiamento é reconhecidamente um dos aspectos desafiadores para a estruturação e o desenvolvimento de diversas atividades e setores econômicos. De fato, a teoria econômica aponta que, na presença de falhas de mercado como externalidades positivas, o crédito ofertado fica aquém do socialmente desejável. As áreas de interesse social, o que inclui educação, cultura e meio ambiente, são caracterizadas pelas externalidades positivas e, portanto, há expectativa de que a oferta de financiamento sofra restrição, sinalizando a necessidade de investimentos públicos e mecanismos financeiros não tradicionais para garantir seu financiamento.

No Brasil, o cenário econômico e de crise fiscal tem levado à redução do orçamento público e do investimento das empresas nas áreas com impacto social. Tomando o exemplo da cultura, além da redução orçamentária nas esferas federal, estadual e municipal,[1] houve queda dos investimentos privados via Lei Rouanet,[2] que decresceram 11% em valores nominais de 2014 a 2017.[3]

Apesar da redução dos orçamentos tradicionais, existe um movimento crescente de engajamento e esforço conjunto de sociedade, empresas e governos visando à transformação social. Um indicativo, em nível global, são os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), estabelecidos pela Organização das Nações Unidas (ONU)

1 O orçamento da União destinado à cultura reduziu-se 9,5% em valores nominais de 2017 para 2018 (disponível em: http://www.portaltransparencia.gov.br/orgaos-superiores/42000?ano=2018).

2 Lei 8.313, de 23 de dezembro de 1991.

3 Dados disponíveis no SalicNet (http://sistemas.cultura.gov.br/comparar/salicnet/salicnet.php).

em 2015, que compreendem um desafio conjunto de estados, sociedade e entes privados para a construção de um mundo melhor. Foram estabelecidos 17 ODS para acabar com a pobreza, promover prosperidade e bem-estar para todos, proteger o meio ambiente e enfrentar as mudanças climáticas.

A preocupação com a transformação social também tem mudado o paradigma dos investimentos financeiros. Segundo Cohen (2018), o século XXI apresenta um novo padrão de investimento baseado no tripé risco-retorno-impacto social, que teria começado a mudar os modelos de empreendedorismo, investimento, grandes negócios, filantropia e governo. Os investimentos que conjugam impacto social com retorno financeiro têm crescido mundialmente. Por exemplo, em 2006, foi criado o UN Principles for Responsible Investment (UN PRI) no âmbito da ONU, uma rede que compreende mais de duas mil instituições responsáveis por cerca de US$ 90 trilhões em ativos, comprometidas em incorporar o bem-estar social e ambiental nas decisões de investimento.

No Brasil, em dezembro de 2017, por meio do Decreto 9.244/17, foi criada a Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto (Enimpacto). Essa estratégia visa engajar vários órgãos do governo, o setor privado e a sociedade civil na constituição de uma estratégia para a promoção de um ambiente favorável ao desenvolvimento de negócios de impacto[4] e das finanças sociais.

Um dos objetivos centrais definidos pela Enimpacto é ampliar a oferta de capital para os negócios de impacto, por meio da mobilização de recursos públicos e privados destinados ao investimento e ao

4 Empreendimentos com o objetivo de gerar impacto socioambiental e resultado financeiro positivo de forma sustentável.

financiamento de suas atividades. Nesse sentido, uma das recomendações da Força Tarefa de Finanças Sociais (2016)[5] para o avanço das finanças sociais e negócios de impacto no Brasil é a criação, prototipação e validação de instrumentos e mecanismos inovadores. Esse esforço compreende o desenvolvimento de instrumentos inovadores para as formas de financiamento e possibilita a diversificação de fontes, a atração de novos investidores e apoiadores, a desintermediação e ampliação da escala e do volume de recursos mobilizados.

Diante desse contexto, o presente artigo tem por objetivo analisar o caso de uma estratégia de financiamento inovadora aplicado ao segmento da cultura, que tem significativo impacto social: o programa Matchfunding BNDES+ Patrimônio Cultural. Combinando recursos do BNDES com o financiamento coletivo (*crowdfunding*), o programa é a primeira iniciativa de *matchfunding* do setor público com a sociedade civil no Brasil e o maior programa desse tipo no mundo. A análise consiste em um estudo de caso, por meio do qual, a partir de uma iniciativa específica, se busca extrair aprendizados, princípios e conceitos aplicáveis a outros contextos.

Além desta introdução, o artigo é organizado em seis seções. As primeiras duas seções abordam a oportunidade do patrimônio cultural como vetor de desenvolvimento e os desafios no apoio a esse setor. Depois, apresenta-se a modalidade de financiamento via *crowdfunding*. O caso Matchfunding BNDES+ Patrimônio Cultural é discutido na quarta seção. A seção seguinte procura refletir sobre a ampliação do uso da modalidade *matchfunding* para contemplar financiamento de outros investimentos com impacto social; e, por fim, é apresentada a conclusão.

5 Grupo que reúne organizações brasileiras relacionadas ao tema de investimento de impacto, renomeado em 2018 como Aliança pelos Investimentos e Negócios de Impacto.

# Patrimônio cultural e desenvolvimento

O patrimônio cultural brasileiro compreende os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação e à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira. Constitui um testemunho da história e da identidade de um país, de forma que sua preservação é valorizada mundialmente e reconhecida como fonte geradora de riqueza.

Em linha com as mais modernas diretrizes da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), em nível internacional, e do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), em nível nacional, o patrimônio brasileiro deve ser percebido como um valioso ativo econômico, cultural, educacional e turístico para as cidades, portanto, capaz de gerar externalidades nesses âmbitos, como a promoção do desenvolvimento local, o aumento do turismo cultural e a dinamização das cadeias produtivas e atividades econômicas correlatas, geradoras de emprego e renda.

Tomando o turismo como exemplo, um destino tem entre seus alicerces a diversidade da experiência proporcionada ao visitante, com destaque para a cultura local – arte, arquitetura, museus, eventos festivos, gastronomia, patrimônio histórico. De acordo com a Organização Mundial do Turismo, cerca de 40% dos viajantes se autodeclaram "turistas culturais" (UNWTO, 2018b). Isso se traduz em dinamismo econômico para a região, visto que o turismo representa 10% do produto interno bruto (PIB) mundial e é responsável por um em cada dez postos de trabalho existentes no mundo, considerando a incidência direta, indireta e induzida (UNWTO, 2018a).

A importância do patrimônio cultural como vetor do desenvolvimento é reconhecida entre os ODS estabelecidos pela ONU. Fortalecer esforços para proteger e salvaguardar o patrimônio cultural e natural do mundo consta como meta explícita do ODS 11, que objetiva tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis.

O potencial de geração de riqueza e externalidades desse patrimônio no Brasil é enorme: o Brasil possui um total de 1.250 patrimônios tombados, entre os quais, 85 centros urbanos protegidos, cada um deles com centenas de edificações, podendo-se estimar um total de mais de cinco mil imóveis protegidos no país. Desses patrimônios, 21 sítios históricos brasileiros obtiveram o reconhecimento máximo internacional como patrimônio mundial pela Unesco, o que coloca o país no 13º lugar no mundo, atrás apenas do México na América Latina.

A partir da perspectiva do patrimônio cultural como segmento estratégico para promoção do desenvolvimento com alto impacto social, a preservação do patrimônio, por um lado, deixa de ser um fim em si mesmo, mas representa oportunidade para atingir externalidades, culturais, educacionais, sociais, simbólicas e econômicas. Por outro lado, alimentando um círculo virtuoso, a capacidade de demonstrar impactos efetivos e de gerar desenvolvimento é fundamental para estimular e garantir a sua preservação.

Atualmente, as políticas públicas no Brasil têm incorporado ações e resultados socioeconômicos decorrentes da recuperação do patrimônio cultural brasileiro, especialmente os programas conduzidos pelo Iphan. Já o BNDES tem adotado essa abordagem desde 2010, embora com mais ênfase nos anos mais recentes.

A atuação do BNDES em prol do patrimônio brasileiro tem sido permanente e relevante, sendo o Banco hoje reconhecido como o maior apoiador do segmento, tendo até recebido a medalha Mário de Andrade por ocasião dos oitenta anos do Iphan. Ao longo de mais de vinte anos de atuação continuada no setor, o BNDES construiu ampla e diversificada carteira de projetos de preservação e revitalização do patrimônio cultural brasileiro (patrimônio histórico e artístico, acervos memoriais e patrimônio imaterial). Essa trajetória permitiu o amadurecimento de sua atuação ao longo do tempo e a compreensão da relação entre a preservação do patrimônio e as possibilidades de desenvolvimento econômico.

Vale notar que o adensamento das atividades relacionadas à revitalização do patrimônio cultural também se insere no contexto das mudanças na dinâmica econômica e do mercado de trabalho. Observa-se um crescente deslocamento do foco de atividades industriais tradicionais para atividades intensivas em conhecimento, localizadas em setores de serviços dinâmicos, com maior capacidade de geração de trabalho qualificado e, muitas vezes, maior capacidade de geração de valor agregado. Em estudo produzido pela Ernst & Young (2015) com apoio da Unesco, o valor de mercado das indústrias criativas e culturais no mundo foi estimado em US$ 2,25 trilhões em 2013, o que representou 3% do PIB mundial naquele ano. Quanto ao número de empregos, o estudo estimou que 29,5 milhões de pessoas trabalham em alguma dessas indústrias, o que foi equivalente a cerca de 1% da população ativa no mundo. Por outro lado, a expectativa de crescimento das indústrias criativas e culturais é de 4,4% ao ano até 2022, segundo a publicação da PricewaterhouseCoopers (PWC, 2018), diante de um crescimento mundial de 3,7% ao ano nos próximos dois anos, estimado pelo Fundo Monetário Internacional (FMI, 2018).

# Desafios no apoio ao setor de patrimônio cultural

A realização desse potencial, porém, enfrenta desafios. Na visão destes autores, dois dos desafios se destacam no apoio ao patrimônio cultural como estratégia de promoção do desenvolvimento com geração de impacto social: a gestão das instituições culturais e a sustentabilidade financeira.

Primeiramente, há que se registrar a existência de casos de retomada do processo de deterioração e decadência do patrimônio que se restaurou. Quando a ação de restauro do patrimônio não vem acompanhada de processos e ações destinados ao fortalecimento da instituição que detém a responsabilidade por sua guarda e proteção, o apoio pode se tornar em vão no intervalo de alguns anos. Portanto, entende-se que a instituição detentora e responsável pela guarda e gestão do patrimônio deve merecer a mais profunda atenção.

Ações de capacitação de líderes e gestores são o ponto de partida para promover um salto qualitativo nas instituições culturais brasileiras. Essas ações dizem respeito a diferentes aspectos, com destaque para:

- a sensibilização para o potencial socioeconômico a partir do patrimônio cultural brasileiro, em complemento a uma cultura de proteção e preservação do patrimônio cultural;
- o estudo de tendências setoriais e, em particular, do potencial das tecnologias digitais na preservação e difusão do patrimônio cultural brasileiro, bem como para engajamento e contribuição da sociedade visando o acesso e a valorização desse patrimônio; e

- o fomento à adoção de melhores práticas de gestão e governança aplicadas a instituições culturais.

A capacitação e a disponibilização de estrutura, ferramental e instrumentos para implementação de uma perspectiva mais contemporânea são condições fundamentais para um salto qualitativo no desempenho do setor.

Em segundo lugar, destaca-se a questão do financiamento adequado. A necessidade de investimentos mais efetivos na preservação do patrimônio é indiscutível. Nos últimos anos, por exemplo, dois incêndios – o do Museu Nacional, na Quinta da Boa Vista, no Rio de Janeiro (RJ), e o do Museu da Língua Portuguesa, em São Paulo (SP) – ganharam repercussão internacional como casos emblemáticos da situação de conservação do patrimônio no Brasil e da necessidade de se estruturar o apoio ao setor. Dessa forma, são necessários investimentos vultosos e um novo enfoque de apoio.

Atualmente, ainda predominam no país, no setor de patrimônio cultural, uma realidade de engessamento institucional e de dependência financeira e uma visão de curto prazo. Ou há dependência do orçamento público, sujeito a contingenciamentos ao longo do exercício e às restrições fiscais, ou se adota a ótica do patrocínio cultural, que, por sua natureza, é captado com o horizonte do próprio exercício fiscal em curso, além de ser fonte instável e escassa em momentos de crise econômica, uma vez que depende do lucro do patrocinador.

Assim, o que se observa usualmente são instituições que vivem sob o risco de descontinuidade de suas atividades mais rotineiras e de interrupção de suas atividades; suas equipes dedicam grande parte de seu esforço à captação de recursos e a fazer e refazer orçamentos e prioridades; e o modelo não permite o planejamento de longo prazo, acar-

retando grandes desperdícios, reduzindo a capacidade de gestão e, no limite, comprometendo o cumprimento da missão da instituição.

Como consequência do subfinanciamento, seu impacto tende a ficar muito aquém das potencialidades porque as instituições culturais dedicam grande esforço à obtenção de recursos a serem utilizados no curto prazo, em despesas de custeio e atividades básicas.

Para enfrentar o desafio da gestão das instituições culturais e da sustentabilidade financeira, um dos instrumentos financeiros inovadores que surgem como oportunidade é o *crowdfunding*, as plataformas de financiamento coletivo. O setor de patrimônio cultural é especialmente promissor para a aplicação de modelos de *crowdfunding* a fim de ajudar a superar os limites do orçamento público (MARCHEGIANI, 2017). Internacionalmente, o Reino Unido, por meio de uma parceria entre Nesta, Arts Council England, Heritage Fund e o Departamento de Cultura, Mídia e Esportes, explorou a potencialidade do *crowdfunding*, com bons resultados, na iniciativa "Matching the crowd" de 2016 (NESTA, 2019). Além de estimular a cultura de financiamento na sociedade e de garantir novas formas de financiamento, favorecendo a construção de alternativas para o financiamento no longo prazo, o instrumento pode aumentar a legitimidade das instituições gestoras, gerar *expertise* na elaboração e gestão de projetos com interesse social e fortalecer as redes de relacionamento.

## *Crowdfunding* como oportunidade

*Crowdfunding*, ou financiamento coletivo, pode ser definido como o financiamento de iniciativas por um grupo amplo de indivíduos com contribuições financeiras por meio de plataformas de internet

(KUPPUSWAMY; BAYUS, 2018; LANGLEY, 2016; MOLLICK, 2014). *Crowdfunding* deriva de dois termos da língua inglesa que denotam seu conceito: *crowd* e *funding*, respectivamente, multidão e financiamento (VALIATI, 2013). Trata-se, basicamente, da popular vaquinha, porém dirigida a causas específicas operacionalizadas por plataformas de internet.

O mercado de *crowdfunding* é altamente dinâmico, com um número crescente de aplicações em diferentes campos e com experimentação de diferentes modelos de negócios (HEMER, 2011). As redes de *crowdfunding* têm uma estrutura particular: consistem em um mecanismo de combinação (*match*) de um para muitos, configurando mercados de dois lados, orquestrados por uma plataforma que combina um financiado com vários financiadores (FEHRER; NENONEN, 2019).

Cumming e Hornuf (2018) tipificam quatro modelos de negócios relacionados ao *crowdfunding*:

- *Crowdfunding* baseado em doação: comum para fins filantrópicos e de apoio a pesquisa, em que financiadores doam recursos sem receber compensação monetária nem recompensa não monetária.
- *Crowdfunding* baseado em recompensa: modelo em que, caso a iniciativa arrecade o valor pretendido, financiadores recebem algum produto, prêmio ou vantagem.
- *Crowdinvesting*: também conhecido como *equity crowdfunding*, em que os financiadores são investidores que adquirem participação no negócio ou empresa tendo como contrapartida a participação em fluxo de caixa futuro.[6]

6 No Brasil, o *crowdequity* é regulado pela Instrução 588, de 13 de julho de 2017, da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), a qual dispõe sobre a oferta pública de valores mobiliários dentro de plataformas *on-line*.

- *Crowdlending*: em que financiadores coletivamente emprestam recursos por uma taxa de juro fixa.

A primeira plataforma de *crowdfunding* no mundo foi o *site* europeu Sellaband, que, em 2006, criou uma campanha para que fãs ajudassem artistas a gravar um disco, recebendo recompensas em troca (VALIATI, 2013). No Brasil, a primeira experiência foi em 2009, com o *site* Vakinha, cujos projetos objetivam beneficiar desde ações de cunho cultural até necessidades pessoais (COCATE; PERNISA JÚNIOR, 2012).

O *crowdfunding* tornou-se um mercado global multibilionário, com crescimento expressivo nos últimos cinco anos (CUMMING; HORNUF, 2018). De acordo com Massolution (2016), o mercado de *crowdfunding* movimentou mais de US$ 30 bilhões em 2015, tendo o *crowdlending* como segmento mais significativo (cerca de 75%). Projeções apontam para a movimentação de US$ 90 bilhões até 2025, tendo o Brasil potencial para representar pelo menos 10% desse valor (CANTERAS, 2015).

Para Mollick (2018), as campanhas de arrecadação por *crowdfunding*, principalmente as baseadas em recompensa, trazem benefícios que vão além da realização das iniciativas financiadas: campanhas levam à criação de novas instituições e empresas que geram bilhões em renda (de formas independentes da do *crowdfunding*) e empregam milhares de pessoas; permitem a melhoria na carreira de pessoas beneficiadas pelas campanhas; geram inovação e impacto social. Com respeito a esse aspecto, é importante destacar que o apoio a iniciativas por meio de financiamento coletivo tende a favorecer a realização de atividades que têm legitimidade e representam interesse público.

O *crowdfunding* pode contribuir para fortalecer comunidades e redes e criar novos clientes, novos modelos de negócios e benefícios coletivos para financiadores e financiados. Sua evolução pode criar oportunidade para novas formas de produção, mobilizando novas redes e recursos e propiciando oportunidades mais amplamente distribuídas (BANNERMAN, 2013).

Entre as motivações para um financiador contribuir com uma campanha de *crowdfunding*, estão (i) receber as recompensas oferecidas pelo financiado; (ii) contribuir para o processo criativo; (iii) criar uma relação com o financiado; (iv) construir um senso de legado e de participação democrática; (v) apoiar causas; e (vi) engajar e contribuir para a comunidade (MARCHEGIANI, 2017; GERBER; HUI, 2013). Em resumo, a propensão a colaborar com uma campanha compreende, em grande monta, o desejo de contribuir com o impacto social.

Já para os financiados, além da arrecadação de recursos para execução das iniciativas pretendidas, as motivações compreendem estabelecer e fortalecer relações e redes, receber aprovação e validação da sociedade e aumentar seu reconhecimento e reputação (GERBER; HUI, 2013).

## O caso Matchfunding BNDES+ Patrimônio Cultural

O Programa Matchfunding BNDES+ Patrimônio Cultural[7] é uma iniciativa inovadora na forma de envolver a sociedade no financiamento e nas escolhas de projetos a serem apoiados pelo BNDES. O

7 Mais informações sobre o programa disponíveis em https://www.bndes.gov.br/bndesmais.

apoio se dará por meio da combinação de recursos (*matchfunding*) do BNDES com o financiamento coletivo (*crowdfunding*), sendo a primeira iniciativa de *matchfunding* do setor público com a sociedade civil, em processo totalmente transparente. Assim, fica garantido que apenas projetos de interesse coletivo e com público engajado sejam contemplados, selecionando as propostas consideradas pela sociedade como mais robustas, meritórias, com potencial de retorno em externalidades e geração de valor público.

Esse poder conferido à sociedade, que faz a escolha última dos projetos a receber apoio financeiro, é um dos grandes atrativos desse programa que nasceu de iniciativa colaborativa do BNDES para adoção de soluções inovadoras propostas por seus próprios funcionários (IdeiaLab).

O lançamento do *matchfunding* para patrimônio cultural deve ser entendido como experimentação, um piloto de uma modalidade de atuação que poderá ser replicada e/ou adaptada a diversos segmentos que produzem impacto social. Afinal, o *matchfunding* é uma forma de atrair e ampliar o interesse do público para determinados temas. A alavancagem estimula a doação do público e aumenta a chance de arrecadar os recursos necessários à realização de projetos.

Portanto, a experiência do programa pode trazer aprendizados que permitam desenvolver e ampliar o alcance desse novo modelo de atuação visando impacto social, inspirando ações não apenas no âmbito do BNDES e de outros órgãos e agentes de governo, mas também em empresas, instituições do terceiro setor e organismos internacionais. No Brasil, a plataforma Benfeitoria demonstrou pioneirismo, ao lançar, em 2015, o primeiro *matchfunding* em parceria com a empresa Natura.

No Matchfunding BNDES+, o objetivo é promover uma ação estruturante. O programa contempla o apoio à capacitação de instituições culturais relativo ao instrumento financeiro denominado *crowdfunding*, além da estruturação e da operacionalização de seleções públicas de projetos culturais para campanhas de arrecadação, bem como do acompanhamento dos projetos culturais selecionados e financiados pela sociedade, por meio do *matchfunding*. Existe treinamento convencional, mas a experiência de realização de campanhas de arrecadação de recursos com a sociedade é essencial para a articulação e aplicação dos conhecimentos.

A coordenação e a operacionalização do programa são realizadas pela Sitawi Finanças do Bem (organização da sociedade civil que atua no campo das finanças sociais), tendo como parceira técnica a Benfeitoria, uma das principais plataformas de *crowdfunding* no país. O projeto foi aprovado e contratado com o BNDES em dezembro de 2018, e o primeiro edital de seleção foi lançado em março de 2019. Com o aprendizado do Edital 2019, o processo de seleção será aprimorado para o lançamento da rodada 2020. O apoio do BNDES se dá com recursos do Fundo Cultural – fundo estatutário oriundo de parte dos lucros do BNDES –, dos quais até R$ 4 milhões são aplicados aos projetos que receberem doações da sociedade por meio de *crowdfunding* entre 2019 e 2020.

Nos projetos culturais selecionados pelo edital, a cada R$ 1 captado do público, o BNDES aportará R$ 2, até que a meta mínima da campanha de arrecadação seja alcançada. Se a primeira meta é batida antes do prazo de encerramento da campanha, o projeto poderá continuar captando do público, porém sem o *match* do BNDES, como uma campanha de arrecadação normal. Na primeira onda de seleção, os projetos poderão ter metas mínimas entre

R$ 30 mil e R$ 300 mil. Ou seja, cada projeto deverá captar entre R$ 10 mil e R$ 100 mil do público, e o BNDES poderá aportar entre R$ 20 mil e R$ 200 mil por projeto.

Os projetos podem ser apresentados por pessoas jurídicas brasileiras de direito privado sem fins lucrativos. As organizações sem fins lucrativos tendem a ser mais bem-sucedidas nas campanhas de arrecadação do que outras formas organizacionais, uma vez que, de forma aderente à Teoria dos Contratos, sinalizam ao público que têm compromisso com interesses coletivos e que não visam o lucro (BELLEFLAMME; LAMBERT; SCHWIENBACHER, 2013).

Para receber os recursos do BNDES, as iniciativas deverão, além de atingir suas metas de arrecadação, apresentar um mínimo de pulverização de recursos. A ideia, com isso, é que sejam efetivamente viabilizadas somente as ações que contem com amplo engajamento do público. É válido mencionar que a sinalização de que dois terços dos recursos são aportados pelo BNDES tende a aumentar a probabilidade de sucesso das campanhas, uma vez que as pessoas são influenciadas positivamente a financiar determinada campanha quanto maior for o percentual já arrecadado por ela (KUPPUSWAMY; BAYUS, 2018).

Considerando que a arrecadação do público é estimada em no mínimo R$ 2 milhões, o valor total destinado a projetos será de pelo menos R$ 6 milhões (dos quais, até R$ 4 milhões oriundos do Fundo Cultural do BNDES) e o programa poderá superar R$ 9 milhões de investimento. As ações de capacitação de instituições culturais em elaboração de projetos, engajamento de públicos, boas práticas de sustentabilidade (para além do financiamento coletivo), entre outros, assim como os custos de operacionalizar e divulgar os editais de seleção, acompanhar a realização dos projetos e avaliar a efetividade do próprio programa, contam com orçamento de até

R$ 3 milhões – também oriundos do Fundo Cultural do BNDES – para os dois anos do programa.

A expectativa é de que o programa apoie até oitenta projetos selecionados ao longo de 2019 e 2020 por meio de edital. A cada ano, ocorrem cinco ondas de seleção com a expectativa de oito projetos selecionados em cada uma, em média. A curadoria do Matchfunding BNDES+ Patrimônio Cultural será responsável pela seleção inicial de propostas que possam deixar legado para o patrimônio material ou imaterial brasileiro em temas como digital/mídia/*games*, educação patrimonial, turismo e acervo.

São apoiáveis projetos nas seguintes categorias de legado:

- Promoção e inclusão: ações de promoção de um patrimônio e transmissão de conhecimentos tradicionais a um novo público; benfeitorias ou ações de inclusão que tornem o patrimônio mais acessível e democrático; ações de impacto perene voltadas à promoção do turismo ligado ao patrimônio cultural brasileiro.
- Inovação e tecnologia: instalações, aplicativos e jogos digitais, novas tecnologias ou conteúdos que melhorem a experiência e o engajamento do público com o patrimônio ou que o torne ainda mais atraente, contemporâneo e/ou com mais valor turístico.
- Educação e inspiração: cursos, oficinas e/ou eventos de formação (*on-line* ou presencial) de profissionais que trabalhem com patrimônio; ações e conteúdos educativos que promovam o engajamento do público com o patrimônio.
- Preservação e memória: restauros, reformas, ações de conservação e cuidado do patrimônio; iniciativas de registro e reco-

nhecimento que preservem a memória do patrimônio, como documentários, prêmios, cartografias.

Os responsáveis pelos projetos escolhidos receberão treinamento aprofundado com foco nas campanhas de arrecadação de forma que consigam captar os recursos necessários à execução das propostas. Após passar por essa fase, os projetos serão apresentados no canal do Matchfunding BNDES+ Patrimônio Cultural, hospedado na plataforma Benfeitoria, para que o público possa conhecê-los e efetuar doações àqueles que achar mais interessantes. Por tratar-se de programa inovador, mudanças táticas poderão ser feitas ao longo do tempo, de acordo com os aprendizados de percurso, como escopo dos projetos aceitos, valor máximo e mínimo, prazos de arrecadação, entre outros.

## *Matchfunding* e o financiamento de investimentos com impacto social

A utilização de plataformas *on-line* de financiamento, em particular o instrumento de *crowdfunding*, é inovadora e relevante para os setores cultural e e público. No programa, a oportunidade é imediata para o segmento de patrimônio cultural, considerando o potencial de uso das tecnologias da informação e comunicação (TIC) como uma alternativa de financiamento e um estímulo à sustentabilidade financeira, como visto anteriormente. Entretanto, sua aplicação é oportuna para diversos setores com impacto social.

Configura, também, uma nova modalidade de relacionamento das instituições com seus públicos e a sociedade civil mais ampla, com

impactos perenes e muito positivos para sua dinâmica futura e mesmo para a percepção de sua relevância. Nesse sentido, o programa representa uma nova forma de envolvimento da sociedade no financiamento a projetos combinado a recursos públicos, proporcionando uma fonte alternativa de financiamento que pode mitigar o risco de descontinuidade de atividades e fortalecer a sustentabilidade de longo prazo.

A sistemática de apoio *crowd + match* tem o mérito de incentivar e maximizar o interesse público dos projetos financiados com recursos públicos. Ou seja, a plataforma de *crowdfunding* permite uma escuta direta e viabiliza a aproximação e parceria com a sociedade que deve resultar em maior eficiência e efetividade dos projetos na promoção de bem-estar social.

À luz dessa oportunidade, entende-se que a experiência do Matchfunding BNDES+ pode ajudar a desenvolver um novo modelo para atuação de entidades públicas no financiamento de atividades com impacto social. Trata-se de um modelo que aumenta a possibilidade de alavancar recursos de terceiros, trazendo novos apoiadores, não tradicionais, para se juntar ao financiamento de projetos. Na experiência do Reino Unido, a partir do programa Matching the Crowd, o *crowdfunding* foi capaz de atrair doações da sociedade para a cultura, sem reduzir o apoio a outras causas, alavancando novos recursos em favor de projetos com impacto sociocultural (NESTA, 2019).

O modelo, que combina *crowd* com *match*, permite, ainda, obter ganhos de escala, com volume e abrangência muito maiores do que o proposto no projeto, e capilarizar o apoio público para um conjunto de iniciativas que usualmente não teriam acesso a seus recursos. A aproximação, a parceria e a escala permitida pelo *crowdfunding*

podem e devem ser inspiração para desdobramentos em muitas outras iniciativas do setor público, pouco exploradas mesmo na experiência internacional.

Outra dimensão fundamental é o potencial de comunicação e difusão do modelo, que permite maior alcance das iniciativas de impacto social. Há três elementos que ampliam a visibilidade da iniciativa e potencializam seu efeito sobre toda a cadeia produtiva e consumidora e para o público em geral. Primeiramente, a convocação de iniciativas é feita por meio de edital. O chamamento público tem grande alcance e mobiliza um conjunto amplo de *stakeholders*, mesmo quando não se reverte em participação direta dos agentes no certame. O segundo ponto refere-se às campanhas de arrecadação em si, que dependem de esforço de divulgação e convencimento para sensibilização de uma rede de colaboradores.

Destaca-se que a comunicação das campanhas tem um perfil diferente da anterior, com maior profundidade, visando o engajamento do público com as iniciativas e resultando na construção de uma relação de confiança entre os participantes. Por fim, todo o programa caracteriza-se por se desenvolver fortemente no ambiente digital. Todos os materiais produzidos, as campanhas de arrecadação e os resultados obtidos com cada uma das iniciativas e com o programa poderão ser facilmente compartilhados na internet.

Por fim, o Matchfunding BNDES+ é uma proposta de fomento, divulgação e capacitação teórica e prática para o *crowdfunding*. É esperado que as ações auxiliem as proponentes das iniciativas na construção de padrões elevados de sustentabilidade financeira, o que se traduziria em redução gradual da dependência por recursos públicos. O programa compreende uma estratégia de capacitação, com ferramentas como webinar, webconferências, vídeos e tutoriais

*on-line*, que otimizam recursos humanos e financeiros e ampliam o alcance das ações de capacitação.

Ainda nesse programa, que tem foco em iniciativas envolvendo patrimônio cultural, esses resultados de capacitação transbordam para outras áreas de impacto social. Isso pode acontecer pela proposição de projetos com múltiplos impactos, no qual se destaca a combinação das dimensões social e cultural. Já o impacto indireto se dá pela disponibilização, gratuita e de fácil acesso, a conteúdos explicando o *crowdfunding*, como criar e conduzir uma campanha de financiamento coletivo, entre outros. Esse acesso não substitui a experiência prática de realizar uma campanha, mas é um primeiro passo importante para sensibilização e entendimento do instrumento financeiro.

# Conclusão

As indústrias criativas e culturais vêm ganhando cada vez mais relevância socioeconômica no mundo, sendo gradativamente foco da atenção de formuladores de políticas. Suas externalidades, sua resiliência e sua capacidade de desenvolvimento socioeconômico e de absorção de profissionais lhes conferiram o *status* de motor de crescimento e vetor de desenvolvimento em diversos países. Em particular, a importância do patrimônio cultural como vetor do desenvolvimento é reconhecida entre os ODS estabelecidos pela ONU.

Por essas características, o segmento mostrou-se promissor para a experimentação de uma modalidade inovadora de financiamento e, além disso, de uma nova forma de relacionamento entre setor público, terceiro setor, empresas e a sociedade. Assim, o presente artigo defendeu que o programa Matchfunding BNDES+ Patrimônio

Cultural é um instrumento financeiro inovador que pode alavancar iniciativas e negócios não apenas para o setor cultural, mas de maneira mais abrangente para apoio a diferentes iniciativas que geram impacto social.

No programa Matchfunding BNDES+, a combinação de recursos públicos e privados é realizada por meio do financiamento coletivo, o que confere um dos aspectos mais inovadores para implementação de iniciativas de impacto social: o protagonismo da sociedade na escolha, no financiamento e no acompanhamento dos projetos.

O programa é tido como um dos instrumentos financeiros inovadores que podem alavancar negócios de impacto.[8] Como iniciativa piloto com enfoque em patrimônio cultural, é promissora, dado que, conforme evidenciado na Pesquisa TIC Cultura 2016 (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2017), há grande espaço para o aumento do uso de TICs nos mecanismos de captação no setor cultural.

Com foco no patrimônio cultural, o programa Matchfunding BNDES+ tem por objetivo ajudar o setor cultural a criar mecanismos de doação e novas habilidades de engajamento com seus públicos, alavancando a captação de recursos e inspirando novos instrumentos para apoio a projetos e negócios geradores de impacto social em outros setores. Além disso, o programa contribui para uma visão mais estratégica da diversificação de recursos e seus vínculos com o desenvolvimento de relacionamento com o público e comunicação digital.

8 Ver, por exemplo, infográfico da Gife, "Conheça dez instrumentos financeiros inovadores para alavancar negócios de impacto". Disponível em: https://gife.org.br/conheca-dez-instrumentos-financeiros-inovadores-para-alavancar-negocios-de-impacto/. Acesso em: 30 jun. 2019.

As habilidades desenvolvidas no âmbito do programa são importantes para conferir autonomia e o salto qualitativo necessário para que o patrimônio cultural brasileiro possa desenvolver seu potencial pleno de desenvolvimento socioeconômico.

Para os financiadores, o programa também se propõe a desenvolver um novo modelo para atuação. Trata-se de um modelo que, por meio de tecnologia e das redes sociais, aumenta a possibilidade de alavancar recursos de terceiros e permite obter ganhos de escala, com volume e abrangência muito maiores do que o proposto no projeto-piloto. O novo modelo permite capilarização para um conjunto de iniciativas que usualmente não teriam acesso a seus recursos e uma mudança qualitativa no relacionamento com clientes e cofinanciadores.

Diante das oportunidades abertas pelo piloto Matchfunding BNDES+, o Banco está atento ao compromisso de manter um sistema robusto de monitoramento e avaliação do programa, para potencializar aprendizados sobre esse formato e garantir a sistematização do conhecimento e a ampla divulgação do processo e dos resultados para que seja possível (e mais fácil) ampliar sua aplicação para outros investimentos de impacto social e outras políticas públicas.

# Referências

BANNERMAN, S. Crowdfunding culture. *Journal of Mobile Media*, Montreal, v. 7, n. 1, p. 1-30, 2013.

BELLEFLAMME, P.; LAMBERT, T.; SCHWIENBACHER, A. Individual crowdfunding practices. *Venture Capital*, *[S.l.]*, v. 15, n. 4, p. 313-333. 2013. DOI:10.1080/13691066.2013.785151.

BRASIL. *Decreto nº 9.244, de 19 de dezembro de 2017*. Institui a Estratégia Nacional de Investimentos e Negócios de Impacto e cria o Comitê de Investimentos e Negócios de Impacto. Brasília; Presidência da República, 2017. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2017/Decreto/D9244.htm. Acesso em: 20 out. 2018.

BRASIL. *Lei n.º 8.313 (texto compilado), de 23 de dezembro de 1991*. Institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac). Brasília, 1991. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8313compilada.htm. Acesso em: 20 out. 2019.

CANTERAS, L. T. *A evolução do crowdfunding no Brasil e no mundo*. 2015. Disponível em: http://www.kickante.com.br/blog/blog/crowdfunding-brasil-mundo. Acesso em: 20 out. 2018.

CGI.BR – COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos equipamentos culturais brasileiros*: TIC Cultura 2016. São Paulo, 2017. Disponível em: https://cetic.br/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-da-informacao-e-comunicacao-nos-equipamentos-culturais-brasileiros/. Acesso em: 20 out. 2019.

COCATE, F. M.; PERNISA JÚNIOR, C. *Crowdfunding*: estudo sobre fenômeno virtual. *Revista Líbero*. São Paulo, v. 15, n. 29, p. 135-144, 2012.

COHEN, R. *On impact*: a guide to the impact revolution. New York: Sir Ronald Cohen, 2018.

CUMMING, D.; HORNUF, L. *The economics of crowdfunding*. London, UK: Palgrave Macmillan, 2018. p. 1-279.

CVM – COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. *Instrução CVM nº 588, de 13 de julho de 2017*. Dispõe sobre a oferta pública de distribuição de valores mobiliários de emissão de sociedades empresárias de pequeno porte realizada com dispensa de registro por meio de plataforma eletrônica de investimento participativo. Disponível em: http://www.cvm.gov.br/export/sites/cvm/legislacao/instrucoes/anexos/500/inst588.pdf. Acesso em: 20 out. 2019.

ERNST & YOUNG. *Cultural times* – the first global map of cultural and creative industries. 2015. Disponível em: https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf. Acesso em: 30 jun. 2019.

FEHRER, J. A.; NENONEN, S. Crowdfunding networks: structure, dynamics and critical capabilities. Industrial Marketing Management. 2019. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.02.012. Acesso em: 20 out. 2019.

FMI – FUNDO MONETÁRIO INTERNACIONAL. *Annual Report*. 2018. Disponível em: https://www.imf.org/external/pubs/ft/ar/2018/eng/assets/pdf/imf-annual-report-2018-pt.pdf. Acesso em: 19 out. 2018.

FORÇA TAREFA DE FINANÇAS SOCIAIS. Avanço das recomendações e reflexões para o fortalecimento das Finanças Sociais e Negócios de Impacto no Brasil [Relatório 2016]. São Paulo: 2016. Disponível em: https://forcatarefa-assets.s3.amazonaws.com/uploads/2017/02/Relatorio-resultados-vfinal.pdf. Acesso em: 30 jun. 2019.

GERBER, E. M.; HUI, J. Crowdfunding. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, v. 20, n. 6, p. 1-32, 2013. DOI: 10.1145/2530540.

HEMER, J. *A snapshot on crowdfunding*. Karlsruhe: Fraunhofer Institute for Systems and Innovation Research (ISI), 2011. (Working Paper Firms and Region R2/2011). Disponível em: https://www.econstor.eu/bitstream/10419/52302/1/671522264.pdf. Acesso em: 20 out. 2019.

KUPPUSWAMY, V.; BAYUS, B. L. Crowdfunding creative ideas: the dynamics of project backers. *In*: CUMMING, D.; HORNUF, L. (eds). *The economics of crowdfunding:* startups, portals and investor behavior. Munich: Palgrave Macmillan. 2018. p. 151-182.

LANGLEY, P. Crowdfunding in the United Kingdom: a cultural economy. *Journal Economic Geography*, Oxford, v. 92, n. 3, p. 301-321, 2016. DOI:10.1080/00130095.2015.113323392(3).

MARCHEGIANI, L. From mecenatism to crowdfunding: engagement and identification in cultural-creative projects. *Journal of Heritage Tourism*, [*S.l.*], v. 13, n. 2, p. 143-151, 2017. DOI:10.1080/1743873x.2017.1337777.

MASSOLUTION. *The Crowdfund Industry Report*. 2016. Disponível em: http://reports.crowdsourcing.org/index.php?route=product/product&product_id=54. Acesso em: 30 jun. 2019.

MOLLICK, E. The dynamics of crowdfunding: an exploratory study. *Journal of Business Venturing*, v. 29, n. 1, p. 1-16, 2014.

MOLLICK, E. Crowdfunding as a font of entrepreneurship: outcomes of reward-based crowdfunding. *In*: CUMMING, D.; HORNUF, L. (eds). *The economics of crowdfunding*: startups, portals and investor behavior. Munich: Palgrave Macmillan, 2018. p. 133-150.

NESTA. *Arts and heritage matched crowdfunding pilot*. *[S.l.],* 2019. Disponível em: https://www.nesta.org.uk/project/arts-and-heritage-matched-crowdfunding-pilot/. Acesso em: 30 jun. 2019.

PWC – PRICEWATERHOUSECOOPERS. *Perspectives from the global entertainment & media outlook 2018-2022*. 2018. Disponível em: https://www.pwc.com/gx/en/entertainment-media/outlook/perspectives-from-the-global-entertainment-and-media-outlook-2018-2022.pdf. Acesso em: 20 out. 2018.

UNCTAD – UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. *World Investment Report*. 2013. Disponível em: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2013_en.pdf. Acesso em 19 out. 2018.

UNWTO – ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. *Acerca de la OMT*. Enero, 2018a. Disponível em: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/aboutunwtojanuary2018esweb.pdf. Acesso em: 30 jun. 2019.

UNWTO – WORLD TOURISM ORGANIZATION. 22 nov. 2018b, *Concept note*. *In*: 3rd UNWTO/UNESCO WORLD CONFERENCE ON TOURISM AND CULTURE: FOR THE BENEFIT OF ALL. Istanbul, Turkey, 3-5 Dec. 2018b. Disponível em: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_unesco_istanbul_conf_concept_note_22.11.2018_en.pdf. Acesso em: 30 jun. 2019.

VALIATI, V. A. D. Crowdfunding e indústria cultural: as novas relações de produção e consumo baseadas na cultura da participação e no financiamento coletivo. *Verso e Reverso*, v. 27, n. 64, p. 43-49, 2013.