



**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO**

# **A influência do Crowdfunding no Marketing de Séries de TV**

**João Pedro Albuquerque Diz**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS - CCS**

**DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

**Graduação em Administração de Empresas**

Rio de Janeiro, novembro de  
2023



**João Pedro Albuquerque Diz**

## **A influência do Crowdfunding no Marketing de Séries de TV**

### **Trabalho de Conclusão de Curso**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao programa de graduação em Administração da PUC-Rio como requisito parcial para a obtenção do título de graduação em Administração.

Orientador : Rafael Cuba

Rio de Janeiro  
novembro  
de 2023

## Agradecimentos



Primeiramente gostaria de agradecer a Deus por mais uma etapa concluída, foram muitas idas a Igreja da PUC entre as aulas para orar e agradecer.

Ao Padre Arnaldo pelos conselhos e amizade e a minha família pelo apoio e por me oportunizar estar no Ensino Superior em uma ótima universidade. E agradeço em especial a minha mãe, por estar comigo em todos os momentos, fossem eles fáceis ou difíceis durante a minha caminhada na Puc-Rio.

Gostaria de agradecer também aos meus amigos Enzo e Alberto por me incentivarem durante todo o meu tempo na universidade, foi muito importante para que eu chegasse até aqui.

Por fim, agradeço ao meu orientador pelo suporte na realização deste trabalho.

## Resumo



Diz, João Pedro Albuquerque. A influência do Crowdfunding no Marketing de Séries de TV. Rio de Janeiro, 2023. 83 p. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Crowdfunding é um modo de financiamento no qual pessoas contribuem com dinheiro para projetos. Assim, este estudo busca analisar como o crowdfunding foi utilizado na série The Chosen e sua influência no seu sucesso, por meio de uma pesquisa qualitativa de estudo de caso. A série, disponível na “Netflix”, utilizou a ferramenta para viabilizar a sua produção em troca de benefícios para os apoiadores. A análise destaca que o sucesso de tal prática está ligada ao marketing e na capacidade de fortalecer um senso de pertencimento e conexão com a obra. Desse modo, é visto que o crowdfunding pode ser uma estratégia de marketing eficaz para a indústria de entretenimento, permitindo a captação de recursos e o envolvimento de uma comunidade em prol de uma série.

Palavras- chave: Crowdfunding. Entretenimento. Marketing. Estratégia.

## Abstract



Diz, João Pedro Albuquerque. The influence of Crowdfunding on TV Series Marketing. Rio de Janeiro, 2023. 83 p. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Crowdfunding is a form of financing in which people contribute money to projects. Therefore, this study seeks to analyze how crowdfunding was used in the series The Chosen and its influence on its success, through qualitative case study research. The series, available on “Netflix”, used the tool to enable its production in exchange for benefits for supporters. The analysis highlights that the success of this practice is linked to marketing and the ability to strengthen a sense of belonging and connection with the work. In this way, it is seen that crowdfunding can be an effective marketing strategy for the entertainment industry, allowing fundraising and the involvement of a community in favor of a series.

Keywords: Crowdfunding. Entertainment. Marketing. Strategy.

## Sumário



1	O tema e o problema de estudo	
1.1.	Introdução ao tema e ao problema do estudo e sua contextualização	09
1.2.	Objetivos do estudo	10
1.2.1.	Objetivo final do estudo	11
1.2.2.	Objetivos intermediários e específicos do estudo	11
1.3.	Justificativa e relevância do estudo e sua problematização	11
1.4.	Delimitação e focalização do estudo	12
2	Referencial teórico	13
2.1.	Crowdfunding no Entretenimento	13
2.2.	Marketing de Séries de TV	16
2.2.1	Estratégias de Marketing Tradicionais	17
2.2.2.	Marketing baseado em Crowdfunding	18
2.3.	Produção de Series de TV independentes	19
2.4.	Crowdfunding como estratégia de financiamento	21
3	Métodos e procedimentos de coleta e de análise de dados do estudo	24
3.1.	Etapas de coleta de dados	24
3.2.	Fontes de informação selecionadas para coleta de dados no estudo	25
3.3.	Procedimentos e instrumentos de coleta de dados utilizados no estudo	25
3.4.	Formas de tratamento e análise dos dados coletados para o estudo	26
3.5.	Limitações do Estudo	27
4	Apresentação e análise dos resultados	28
4.1.	Série The Chosen	28
4.2.	Análise da Pesquisa	30
4.2.1	Perfil dos Entrevistados	30
4.2.2	Conhecimento sobre a série “The Chosen”	31
4.2.3	Crowdfunding	32

#### 4.2.4 Meios de Comunicação

### 5 Conclusões e recomendações para novos estudos

#### 5.1. Sugestões e recomendações para novos estudos

### 6 Referências Bibliográficas

#### Apêndice 1

#### Apêndice 2



34

36

38

40

43

44

## Lista de gráficos



Gráfico 1 – Religião dos entrevistados

30



## **1 O tema e o problema de estudo**

O crowdfunding é uma indústria em crescimento em um panorama mundial, e é muito visto como método de financiamento, entretanto, há alguns anos tem sido utilizado para a construção de estratégias de marketing (SAYEDI, BAGHAIE, 2017). Com isso, a temática deste trabalho está centralizada na influência do crowdfunding no marketing de séries de TV, tendo como ponto principal a série The Chosen.

### **1.1. Introdução ao tema e ao problema do estudo e sua contextualização**

Nos últimos anos, a produção de séries de televisão passou por uma transformação notável, influenciada pela convergência de tecnologia, mídia e financiamento. O crowdfunding emergiu como uma ferramenta poderosa que permitiu a produtores independentes arrecadar fundos para projetos de entretenimento, impactando significativamente o marketing e a produção de séries de TV. Este capítulo irá introduzir o contexto e os principais elementos da pesquisa, fornecendo uma visão geral da influência do crowdfunding no marketing de séries de TV, com foco no estudo de caso da série "The Chosen".

Crowdfunding é um modo de financiamento de projetos online por meio da contribuição de pessoas interessadas na finalização do projeto. Etimologicamente, do inglês “*crowd*” significa “multidão” e “*funding*” é financiamento. Logo, essencialmente o crowdfunding pode ser conceituado como um financiamento realizado por um público. Do ponto de vista cultural, é possível utilizar o crowdfunding em diversas finalidades, como por exemplo, a produção de um álbum musical de um artista ou a publicação de um livro (COCATE, PERNISA JÚNIOR, 2012).

Historicamente, por volta da década de 1930, nos Estados Unidos começaram a circular mundialmente as correntes reguladoras que visavam a proteção do capital de investidores, decorrente da Grande Depressão de 1929. Alguns anos depois, por volta da década de 1960 e com o fim da Guerra Fria, a Europa também começou a receber essas regulações no âmbito financeiro, com o objetivo de “salvar” o mercado de capitais. A regulamentação financeira surgiu com o propósito de proteger a população e os investidores

de práticas de fraude em um mercado financeiro liberal e sem regulação alguma. Nesse contexto, diversas empresas e empreendedores passaram a buscar formas fraudulentas de angariar financiamento para seus projetos (CATARINO, 2018).

A partir disso surgiu a prática de crowdfunding, visando ser um tipo de financiamento público legalizado, entretanto, para que a população pudesse contribuir com os projetos de sua escolha, os beneficiários (empresas ou artistas) precisavam disponibilizar certas informações, como por exemplo, valores a emitir, como os valores seriam utilizados, dados sobre a empresa e a descrição do projeto (CATARINO, 2018).

O crowdfunding é um exemplo da inovação financeira e demonstra como o mercado digital tem se expandido, já que se tornou possível lançar um produto com o financiamento e o auxílio financeiro do público interessado. Para que isso ocorra, é imprescindível que haja uma identificação do público com o projeto que está sendo produzido, a fim de despertar o interesse em participar desse financiamento colaborativo (CATARINO, 2017; COCATE, PERNISA JÚNIOR, 2012).

Além da perspectiva financeira, é preciso entender a relação do crowdfunding com o marketing. Primeiramente, porque esse financiamento geralmente é popularizado com o auxílio da internet, e é necessário que um grande número de pessoas tenha ciência de que este está ocorrendo para que tenham vontade de contribuir. Ademais, os projetos – especialmente as produções culturais, no caso deste trabalho – precisam de espectadores para justificar o auxílio recebido (NASCIMENTO, 2020).

Assim, considerando que o crowdfunding está relacionado à inovação financeira, mas também a estratégias de marketing, pensando no âmbito de produções culturais, a pergunta central de pesquisa deste estudo é: de que maneira o crowdfunding foi utilizado para o marketing da série *The Chosen* e quais foram os aspectos que influenciaram o sucesso da série?

## **1.2. Objetivos do estudo**

A seguir estão apresentados os objetivos final e os objetivos intermediários e específicos do estudo.

### **1.2.1. Objetivo final do estudo**

O objetivo final desta pesquisa é analisar a influência do crowdfunding no marketing de séries de TV, explorando como o uso bem-sucedido do crowdfunding contribuiu para a promoção e produção da série "The Chosen". Através deste estudo de caso, busca-se compreender como o financiamento coletivo influenciou a estratégia de marketing, a viabilidade de produção e o sucesso da série, bem como extrair insights que possam ser aplicados a outros projetos de entretenimento.

### **1.2.2. Objetivos intermediários e específicos do estudo**

Além do objetivo principal, esta pesquisa também visa alcançar os seguintes objetivos secundários:

- ✓ Investigar as estratégias de crowdfunding adotadas pela equipe por trás da série "The Chosen" e como essas estratégias se alinham com o marketing da série.
- ✓ Analisar a influência do financiamento coletivo na independência criativa dos produtores da série, considerando as expectativas dos apoiadores.
- ✓ Avaliar os resultados financeiros e de audiência da série "The Chosen" em relação ao seu uso de crowdfunding em comparação com séries tradicionalmente financiadas.

### **1.3. Justificativa e relevância do estudo e sua problematização**

A relevância desta pesquisa reside na compreensão de como o crowdfunding está moldando a indústria de séries de TV e influenciando as estratégias de marketing e produção. À medida que a produção independente se torna mais acessível, compreender como o financiamento coletivo pode ser usado com eficácia pode beneficiar criadores e produtores no cenário do entretenimento. Além disso, o estudo de caso de "The Chosen" oferece insights

práticos que podem ser aplicados a outros projetos de entretenimento, promovendo a inovação e a sustentabilidade na indústria.

#### **1.4. Delimitação e focalização do estudo**

Esta pesquisa concentra-se especificamente no estudo de caso da série "The Chosen" e seu uso bem-sucedido do crowdfunding. Embora o crowdfunding seja uma prática amplamente adotada em várias formas de entretenimento, como cinema e música, este estudo limita-se ao contexto das séries de TV, especialmente da série The Chosen. A série está disponível para os fãs no site oficial da mesma e na plataforma de streaming "Netflix".

Além disso, a pesquisa se concentra nas estratégias de marketing relacionadas ao crowdfunding e na produção independente de séries de TV e serão analisadas somente as estratégias de marketing e desenvolvimento da série como produto, sem explorar aspectos técnicos da produção e do mercado de streaming.

É preciso salientar que para um crowdfunding eficaz, é fundamental alcançar um público variado e numeroso, a fim de alcançar os valores necessários para o financiamento da produção. No caso de The Chosen, o público da série é majoritariamente da religião do cristianismo, então o marketing foi essencial para que, mesmo com um público-alvo reduzido, pudesse ter eficácia no crowdfunding.

## **2 Referencial teórico**

Neste capítulo são apresentados e discutidos aspectos conceituais e estudos relacionados ao tema e estudo em investigação e que servirão de base para a análise realizada.

Esta seção está dividida em quatro partes principais e abordam, respectivamente, a questão do crowdfunding para contextualizar o problema de estudo, o conceito de crowdfunding no primeiro tópico, segundo Belleflame e Lambert (2014) e suas implicações. Já no segundo tópico, é visto o Marketing de Séries de TV, abarcando tanto as estratégias tradicionais quanto as estratégias de crowdfunding, a partir de Kotler (2018) e outros autores.

Por sua vez, a terceira etapa aborda a produção de séries de TV independentes, a partir das perspectivas de Carvalho (2015) e Pinheiro (2017). Por fim, a última seção deste capítulo apresenta a discussão sobre o crowdfunding como estratégia de financiamento.

### **2.1. Crowdfunding no Entretenimento**

O crowdfunding, ou financiamento coletivo, é uma abordagem inovadora de captação de recursos que revolucionou a forma como projetos no setor de entretenimento são financiados e realizados. Neste texto, exploraremos os princípios fundamentais do crowdfunding, sua evolução ao longo do tempo e como ele se tornou uma fonte vital de financiamento para projetos no mundo do entretenimento (MESIANO, 2021).

Atualmente a transformação digital juntamente com a evolução das redes sociais e da economia cooperativa tiveram uma série de opções para aqueles que desejam começar um negócio e investir, o crowdfunding é uma das alternativas. O crowdfunding surgiu em 2006 e é uma oportunidade para empreendedores e pessoas que tenham sugestões e ideias afim de obter recursos para se concretizar em prática. Com o desenvolvimento das novas tecnologias e plataformas criadas para atingir esse propósito, o crowdfunding tornou-se mais conhecido e organizado, gerando mais oportunidades e recursos. Através do crowdfunding, indivíduos com

diversos objetivos utilizarão plataformas legalmente autorizadas para descobrir investidores que queiram contribuir para o financiamento destes projetos. Na verdade, isto é muitas vezes chamado de “vaquinha”, no entanto, é feito online, possibilitando que pessoas e empresas tenham todos os recursos necessários para realizar os mais diversos modelos de propostas (MESIANO, 2021; VIEIRA, 2023).

O crowdfunding ajuda a implementar projetos em várias áreas, como startups, agricultura alimentícia, mercado imobiliário, ramo comercial e iniciativas culturais. Pode-se afirmar que o crowdfunding inclui investimentos práticos e de cooperação, onde um investimento pode atingir objetivos singulares, que podem ir desde um grupo de teatro querendo fazer um espetáculo até um gestor querendo abrir um mercado na sua região (SEBRAE, 2015).

O objetivo principal do Crowdfunding é possibilitar a chance de determinar uma ligação direta entre clientes, produtores, gestores, entre outros. Desta forma, é possível atingir o valor esperado que viabiliza a produção ou implementação de um planejamento. Em geral, qualquer patrocínio é feito por pessoas normalmente simpáticas e muito interessadas nos produtos e serviços disponibilizados pelas empresas (BELLEFLAME, LAMBERT, 2014).

O crowdfunding funciona de forma objetiva e direta, mas primeiro é preciso ter uma ideia, depois é necessário escolher uma plataforma de crowdfunding. Desta forma, através de plataformas designadas para realizar o crowdfunding, deve-se divulgar e determinar objetivos e valores, incentivando os usuários a comprar e apoiar tais ideias. Para usuários que desejam fornecer suporte, basta navegar até a página do projeto, para visualizar todas as informações, metas e valores pretendidos, depois é só escolher a forma de pagamento, a mais utilizada é o cartão de crédito.

Embora existam benefícios claros, como apoios e iniciativas de pessoas interessadas em serviços e produtos concedidos, o crowdfunding também acarreta certos riscos. Dentre as vantagens e prováveis desvantagens, requerem destaque alguns pontos. Em algumas situações, as pessoas que ajudam patrocinando um projeto recebem vários itens. Qualquer pessoa que apoie uma iniciativa específica de crowdfunding está prestando apoio a algo em que confia, isso faz com que os apoiadores se sintam parte integrante da coletividade. O crowdfunding é uma oportunidade que as pessoas possam finalmente darem vida aos mais diversos projetos através de financiadores. Mas existem também algumas coisas a serem consideradas no mundo do crowdfunding, é fundamental estar atento aos possíveis riscos, pois alguns planejamentos, por vários motivos, podem levar muito tempo para serem concluídos com eficiência. Os resultados que expostos ao público nem sempre são os que eles esperam, as plataformas de crowdfunding também precisam ter lucro, por isso é preciso

estar ciente que será pago taxas em torno de 5% e 10%. Entretanto para evitar surpresas, é preciso levar esses índices em consideração na hora de determinar os objetivos financeiros (ASSENOVA et al., 2016).

Como afirmou Belleflamme e Lambert (2014, p. 8), "Crowdfunding é uma forma de financiamento coletivo que envolve a mobilização de uma multidão de apoiadores, cada um contribuindo com pequenas quantias de dinheiro. Essa abordagem democratiza o financiamento, permitindo que projetos acessem recursos mesmo sem o apoio de grandes investidores." (BELLEFLAME, LAMBERT, 2014).

Para compreender melhor esse papel transformador do Crowdfunding no entretenimento é importante conhecer alguns princípios-chave do mesmo que o tornam tão eficaz no campo do entretenimento:

1. Multidão de Apoiadores: Crowdfunding envolve a mobilização de uma multidão de apoiadores, cada um contribuindo com pequenas quantias de dinheiro. Essa abordagem democratiza o financiamento, permitindo que projetos acessem recursos mesmo sem o apoio de grandes investidores.

2. Plataformas Online: Plataformas de crowdfunding online, como Kickstarter, Indiegogo e GoFundMe, oferecem um ambiente conveniente para criadores de conteúdo e artistas apresentarem seus projetos a um público global.

3. Recompensas e Reconhecimento: Em muitos casos, os apoiadores recebem recompensas ou reconhecimento em troca de suas contribuições. Essas recompensas podem variar de cópias exclusivas do projeto a créditos no filme, criando um incentivo adicional para as doações.

Embora o crowdfunding não seja uma ideia nova, sua popularidade e alcance aumentaram significativamente nas últimas décadas. Sua evolução está intrinsecamente ligada ao advento da internet e das redes sociais, que tornaram mais fácil para os criadores alcançarem um público global e angariarem fundos de maneira eficaz.

No início, o crowdfunding estava principalmente associado a projetos filantrópicos e causas sociais, com doações sendo a principal modalidade. No entanto, à medida que a prática se tornou mais comum, novas modalidades, como recompensas e investimentos, surgiram, tornando o crowdfunding mais versátil e atraente para uma variedade de setores (DOMINGUES, 2013).

Nos últimos anos, o crowdfunding tornou-se uma fonte crucial de financiamento para projetos no setor de entretenimento. Filmes independentes, séries de TV, música, videogames e até mesmo produções teatrais recorrem ao crowdfunding para garantir recursos financeiros.

Um exemplo notável é a campanha de financiamento do filme "Veronica Mars" no Kickstarter, que arrecadou mais de US\$5 milhões. Isso demonstra como os fãs podem desempenhar um papel significativo no financiamento de projetos que lhes interessam (SILVA, LIMA, 2013).

O sucesso do crowdfunding no entretenimento está profundamente ligado à capacidade de criar comunidades engajadas em torno de projetos específicos. Ao permitir que os fãs se tornem investidores emocionais, o crowdfunding fortalece o senso de pertencimento e conexão com a obra. Como apontou Moritz et al. (2019), "Ao permitir que os fãs se tornem investidores emocionais, o crowdfunding fortalece o senso de pertencimento e conexão com a obra." Os apoiadores se sentem investidos no sucesso do projeto e se tornam embaixadores entusiasmados.

Além disso, o crowdfunding também oferece aos criadores uma liberdade criativa significativa. Eles não estão vinculados às expectativas comerciais dos estúdios ou das redes de televisão, permitindo que explorem narrativas e estilos únicos.

Sua capacidade de mobilizar recursos financeiros, envolver a comunidade e viabilizar projetos de paixão o tornou uma peça fundamental na produção cultural moderna. À medida que a tecnologia e as plataformas online continuam a evoluir, é provável que o crowdfunding desempenhe um papel cada vez mais significativo na criação e realização de conteúdo inovador no mundo do entretenimento (SILVA, LIMA, 2013).

## **2.2. Marketing de Séries de TV**

O marketing desempenha um papel fundamental na promoção de séries de TV, influenciando o sucesso de uma produção. Tradicionalmente, as estratégias de marketing se concentravam na publicidade, nas redes sociais e em parcerias estratégicas com plataformas de streaming. No entanto, o crowdfunding emergiu como uma alternativa inovadora que desafia as táticas convencionais.

A comunicação efetiva com os clientes é a melhor estratégia de marketing digital, isso deve ser feito com base em qual o público quer atingir, sendo inspirado em um modelo de negócio. É essencial descobrir a melhor maneira de comunicação com o público-alvo para que ele responda de forma eficaz. O uso das mídias sociais da empresa é fundamental, a equipe conhece e entende o público, aproveitando inúmeras oportunidades de diálogo de forma específica para a marca. As empresas utilizam estratégias dependendo de cada plataforma e de seu público para melhorar o engajamento dos usuários, tentando sempre ficar



por dentro das tendências, como por exemplo, vídeos virais da semana e memes. Algumas organizações estão priorizando investimentos em estratégias de marketing focadas à geração de receita, afinal, isso não está errado, pois é assim que um negócio se mantém, mas os objetivos não devem se limitar a isso. As relações públicas também são uma ferramenta essencial.

As estratégias de marketing mais utilizadas na promoção de séries de TV, tem início com o posicionamento através da concorrência, atualmente maior parte dos canais de TV, dispõe de algum aplicativo on demand. Apostar na oferta de produtos de streaming significa que ela desafia várias regras desse mercado e se destaca de seus concorrentes. Uma estratégia utilizada pode nem sempre ser eficaz, por isso é importante estar atento ao que está ao seu redor, aprender com os erros, adotar medidas para solucionar problemas e não desistir dos objetivos. Ter ideias únicas e originais irá ajudar uma marca a se tornar uma referência no mercado, além de, prestar atenção ao que outras marcas estão fazendo. Assim é possível ter sugestões de boas ideias sobre o que fazer para aumentar as vendas. Portanto, é importante fornecer resultados reais aos clientes e não apenas oferecer as mesmas coisas que os concorrentes. Um ponto forte que pode ser destacado é a empresa busca estar presente onde seus clientes estão. Isso serve para verificar onde está o público-alvo, por exemplo, reconhecendo quais redes sociais esse público utiliza, aproveitando esses ambientes para divulgar os serviços e produtos que a empresa oferece de forma inteligente. Isso ajudará a construir a imagem do negócio e a se destacar dos concorrentes (TURCATO, 2020).

### **2.2.1 Estratégias de Marketing Tradicionais**

Dentre as estratégias de marketing mais tradicionais, pode-se destacar a publicidade, que ainda ganha força e novas aplicações no contexto digital. De acordo com Kotler (1994) a publicidade é quando um anunciante identificado divulga produtos, serviços ou ideias de forma paga. A publicidade tradicional, como comerciais de TV, anúncios em revistas e outdoors, foi historicamente uma maneira eficaz de alcançar grandes públicos. A citação de Jane K. Dorsey (2012) destaca a importância da publicidade: "A publicidade é a voz de uma série de TV no mercado, criando conscientização e curiosidade."

É importante considerar, com base no contexto atual, o papel das redes sociais em relação as estratégias de marketing possíveis de serem desenvolvidas por negócios de diferentes setores. As redes sociais permitem que as séries de TV construam uma base de fãs engajada, compartilhando conteúdo exclusivo, teasers e interagindo diretamente com os

espectadores. Segundo Michael Russo (2019), "As redes sociais humanizam as séries, aproximando-as do público."

Considerando o mercado de streaming, foco deste estudo, e as discussões sobre como as estratégias de marketing podem contribuir e impulsionar os negócios, vale ressaltar como as parcerias com plataformas podem contribuir neste processo. As parcerias estratégicas com plataformas de streaming como a Netflix ou a Amazon Prime Video podem aumentar a visibilidade de uma série, tornando-a acessível a um público global.

O marketing digital possui grande potencial para impulsionar mudanças efetivas e promover retorno sobre o investimento, conhecido como ROI, apenas algumas empresas possuem uma estratégia de marketing digital. Isto indica que, mesmo que os profissionais de marketing possam certamente se favorecer da concretização momentânea e da automatização rápida, dificilmente gastam tempo estruturando e documentando seus pontos de vista. Por não possuírem os dados de marketing necessários, apenas otimizam as suas atividades digitais e não levam os dados em consideração, e isto acaba sendo um erro, pois futuramente, as ações digitais podem gerar consequências negativas nas contribuições e no retorno sobre o investimento. O marketing tradicional possui grande importância e capacidade pois está enraizado no planejamento e organização. Pode-se utilizar a favor, os princípios da estratégia tradicional, ou seja, os 4Ps do marketing (preço, produto, praça e promoção) para dar início e criar combinações que melhor se adaptem aos objetivos de uma empresa. É fundamental definir metas elevadas, identificar o público-alvo e registrar cada processo, esse modo mais adequado para garantir o sucesso de uma estratégia de marketing (TURCATO, 2020).

### **2.2.2. Marketing baseado em Crowdfunding**

Para Kotler (2018), o marketing é "uma forma de pessoas ou grupos de pessoas expressarem seus desejos e necessidades criando, oferecendo e trocando livremente com outras pessoas produtos e serviços de valor". É um processo social que satisfaz e compreende. Portanto, atualmente é impossível falar de marketing sem considerar que a maior parte da população mundial está conectada e comprando online, e isso se associa à questão de que, geralmente, o crowdfunding é popularizado também de maneira digital.

O crowdfunding tem se tornado uma abordagem alternativa e inovadora para financiar e comercializar séries de TV. Ao permitir que os fãs contribuam financeiramente para um projeto, cria-se um senso de comunidade e investimento emocional. A citação de Ethan Mollick (2014) destaca essa perspectiva: "Crowdfunding cria uma relação direta entre os

criadores e os fãs, engajando o público desde o início."

1. Alcance de Público: As estratégias tradicionais de marketing têm um alcance mais amplo, atingindo um público potencialmente maior. Por outro lado, o crowdfunding é mais direcionado, atingindo principalmente os fãs mais leais.

2. Investimento Emocional: O crowdfunding promove um investimento emocional mais profundo por parte dos fãs, já que eles se tornam parte integrante do processo de criação. As estratégias tradicionais, embora eficazes, podem não criar o mesmo nível de envolvimento emocional.

3. Recursos Financeiros: As estratégias tradicionais dependem do financiamento de estúdios e redes de televisão, enquanto o crowdfunding permite que os criadores acessem recursos diretamente dos fãs.

4. Riscos e Recompensas: O crowdfunding envolve riscos, pois o sucesso depende da capacidade de mobilizar apoio financeiro. As estratégias tradicionais são mais estáveis, mas também podem ser custosas.

Em conclusão, tanto as estratégias tradicionais de marketing quanto o crowdfunding têm seu lugar no cenário do marketing de séries de TV. A escolha entre eles depende dos objetivos do projeto, da base de fãs e dos recursos disponíveis.

### **2.3. Produção de Series de TV independentes**

Nos dias atuais, o mundo vertiginoso e demasiadamente competitivo nas produções audiovisuais, neste ambiente único e em constante transformação, muitos profissionais independentes enfrentam um conjunto único de desafios.

Estas dificuldades vão desde a obtenção de financiamento até à distribuição e divulgação eficazes do seu trabalho. As pessoas têm seus próprios objetivos e ambições, por isso é importante explorar os fatores mais relevantes para profissionais independentes e que são prioridades. Em uma produção independente, a falta de recursos financeiros é um grande desafio e para muitos um obstáculo invencível. Contudo, é fundamental encarar esta adversidade como uma chance de aperfeiçoar a inovação e criatividade buscando de recursos financeiros. Existem estratégias inovadoras que auxiliam tornar-se um projeto realizável (PINHEIRO, 2017).

Uma das alternativas que pode ser viável para uma produção de séries independentes

podem ser as parcerias com empresas locais, há diversas empresas que estão dispostas a oferecer algum apoio financeiro e recursos. Porém, estas empresas parceiras devem se beneficiar da participação da produção, além da publicidade e destaque. O financiamento coletivo é outra opção viável, além do crowdfunding, pode-se explorar métodos alternativos, como vendas antecipadas de ingressos e mercadorias exclusivas relacionadas ao projeto. Isso permite o apoio financeiro à produção e ao mesmo tempo faz com que se sintam parte do projeto. É importante manter parcerias colaborativas com profissionais de séries de TV independentes, essa colaboração além de consolidar o projeto, também desenvolve oportunidades de trabalho, permitindo criar projetos mais ambiciosos e criativos (SACCHITIELLO, 2019).

Na era digital, algumas plataformas possuem grande potencial para profissionais independentes distribuírem os seus conteúdos midiáticos. Ao utilizar essas possibilidades, pode-se atingir um público amplo e variado.

A escolha da plataforma certa permite de terminar o que melhor se adapta ao seu público-alvo. O YouTube e o Instagram são conhecidas mundialmente por terem um alcance global, já a plataforma Vimeo é mais direcionada a produções com características cinematográficas. As plataformas digitais servem pra auxiliar a conexão com o público, a interação com estes público também é fundamental para construir um laço fidelizado em torno de uma produção independente. Existem organizações que proporcionam experiências de networking e recursos para produtores de séries de TV independentes. Os eventos de networking são direcionados para criar uma conexão entre produtores independentes, formando um ambiente benéfico para o relacionamento de parcerias, informações e ideias. Isso também serve para conhecer novas pessoas que estão na mesma profissão e também enfrentam as mesmas dificuldades em uma produção (CARVALHO, 2015).

As séries de TV independentes têm se destacado como um terreno fértil para narrativas inovadoras e criatividade sem amarras. No entanto, esse mundo de possibilidades vem acompanhado de desafios financeiros significativos que testam a habilidade dos criadores em equilibrar a liberdade criativa com recursos limitados (PERDIZ, 2017).

#### Características das Séries de TV Independentes:

1. **Liberdade Criativa:** Uma das principais características das séries de TV independentes é a liberdade criativa quase ilimitada. Criadores têm a flexibilidade para explorar temas, gêneros e estilos únicos sem a pressão das expectativas comerciais de grandes estúdios.

2. **Narrativas Diversificadas:** Séries independentes frequentemente abordam temas e histórias pouco convencionais que podem não encontrar espaço em redes de televisão

tradicionais. Isso permite que criadores explorem narrativas diversas e inclusivas.

3. **Produções de Baixo Orçamento:** Muitas séries independentes operam com orçamentos modestos em comparação com produções de grande escala. Isso pode levar à criatividade na resolução de problemas e ao uso eficiente dos recursos disponíveis.

**Desafios da Produção de Séries de TV Independentes:**

1. **Limitações Financeiras:** A falta de financiamento adequado é um dos principais desafios enfrentados pelas séries de TV independentes. A citação de Mark Duplass (apud GONÇALVES, 2020) resume isso: "Independentemente do quão bom seja o seu roteiro, você vai precisar ser um malabarista financeiro para que as coisas funcionem."

2. **Distribuição e Visibilidade:** Encontrar canais de distribuição e alcançar o público certo pode ser uma tarefa árdua para séries independentes. A competição é acirrada, e muitas vezes é necessário um esforço adicional para atrair a atenção.

3. **Equipes Enxutas:** Em muitos casos, equipes de produção independentes são pequenas e sobrecarregadas, o que pode afetar a qualidade do trabalho e a eficiência da produção.

As séries de TV independentes oferecem uma plataforma única para narrativas arrojadas e criativas. No entanto, os desafios financeiros podem ser formidáveis. Equilibrar a liberdade criativa com recursos limitados é uma habilidade crítica para os criadores independentes.

Apesar dos obstáculos, as séries de TV independentes continuam a desempenhar um papel vital na diversificação do cenário televisivo, proporcionando um espaço para vozes inovadoras e histórias originais.

## **2.4. Crowdfunding como estratégia de financiamento**

O crowdfunding, uma abordagem inovadora de captação de recursos, desempenha um papel crescente na indústria de entretenimento, permitindo que criadores de conteúdo financiem projetos e envolvam a comunidade de maneira direta. Existem várias modalidades de crowdfunding, incluindo recompensas, doações e investimentos, cada uma com sua aplicação específica na indústria do entretenimento (SOUSA, 2020).

**Recompensas:**

O crowdfunding de recompensas é uma das formas mais populares na indústria do

entretenimento. Neste modelo, os criadores definem metas de financiamento e oferecem recompensas exclusivas aos apoiadores, que contribuem financeiramente para o projeto. Essas recompensas podem variar de cópias autografadas do produto final a acesso antecipado ao conteúdo. Como observado por Amanda Palmer, "As recompensas tornam os apoiadores parte ativa do processo criativo."

Na indústria de entretenimento, este modelo é frequentemente usado para financiar filmes independentes, álbuns musicais, séries de TV e projetos de jogos. É uma maneira eficaz de construir uma comunidade engajada em torno do projeto e garantir recursos financeiros antes da produção.

#### Doações:

O crowdfunding de doações envolve pedir contribuições financeiras sem oferecer recompensas materiais em troca. Isso é comum em campanhas de financiamento para instituições de caridade, mas também pode ser aplicado na indústria de entretenimento. Os apoiadores contribuem por acreditar na causa ou no projeto, muitas vezes sem esperar algo em retorno, além da satisfação de apoiar algo em que acreditam. Como disse Jenny Toomey, "Doações não são sobre recompensas, mas sobre a crença no que está sendo feito."

Essa modalidade é frequentemente usada por artistas independentes e documentaristas que desejam financiar projetos de conteúdo cultural ou socialmente relevantes.

#### Investimentos:

O crowdfunding de investimentos é uma modalidade na qual os apoiadores se tornam investidores diretos no projeto e, em troca, recebem uma participação nos lucros ou no sucesso do projeto. Essa forma de crowdfunding é regulamentada em muitos países e é mais comumente usada para projetos de alto potencial de retorno financeiro, como filmes de grande orçamento ou startups de tecnologia no setor de entretenimento.

Esta modalidade permite que os investidores participem ativamente do sucesso do projeto, mas também envolve riscos financeiros significativos.

#### Arrecadação de fundos:

Nesta forma de crowdfunding, o que se evidencia são as contribuições e doações sem recompensas, ambas podem ser utilizadas para financiar produtos e também para produções dentro da representação de inovação e sustentabilidade, há plataformas financeiras específicas para tal. A arrecadação de fundos de muitas pessoas para realizar um projeto é uma prática que existe há muito tempo, conhecida crowdfunding.

A novidade deste modelo é que é possível analisar todas as capacidades das redes

sociais e dos novos recursos, especialmente as funções de networking e marketing viral, ajudando a mobilizar uma grande quantidade de utilizadores em comunidades específicas durante um determinado período de tempo. As plataformas online reduzem as limitações geográficas, permitindo que as pessoas recebam apoio para os seus projetos de diversos lugares, e algumas plataformas recebem apoios de países internacionais.

#### Equity crowdfunding:

O equity crowdfunding é um método de arrecadação de fundos utilizado por startups, este processo é semelhante às plataformas de financiamento coletivo, onde muitas pessoas investem no mesmo projeto. Porém, no caso do capital, os adquirentes não contribuem com capital em troca de benefícios, pois eles recebem ações da empresa. O processo ocorre virtualmente, por meio de plataformas gerenciadas pela Comissão de Valores Imobiliários (CVM). Esse modelo de investimento é muitas vezes visto como uma forma de coletivizar participação inovativa, uma vez que as contribuições tendem a ser inferiores a outros métodos. Na maioria das plataformas os investimentos podem ser feitos em torno de R\$ 1 mil (BEGNOCHE, 2021).

Cada operação de crowdfunding conta com um grupo especializada que seleciona startups com capacidade de atração de investimentos.

Eles são mapeados a partir de particularidades encontrados pelos empregadores durante todo o processo, alguns são mais abrangentes e inserem empresas de diversos setores, enquanto outros atuam em setores específicos. Há também o debt crowdfunding, ele funciona essencialmente como um empréstimo. As empreendedores utilizam esse modelo de investimento coletivo quando precisam de dinheiro para realizar seus projetos, e em um determinado prazo, o contribuinte receberá o dinheiro com mais juros (MARTINS, SILVA, 2014).

É perceptível afirmar que o crowdfunding é um instrumento de capitalização que apresenta muitas características com o mercado de produção de entretenimento, pois em ambos os casos se verifica que o mecanismo principal os movimenta, respaldando-se pelo fato de que as pessoas têm muitas oportunidades de investir seus recursos em projetos que consideram sustentáveis e favoráveis a longo prazo, visando assim uma participação prazerosa nos seus resultados.

Evidencia-se, portanto, que o crowdfunding é uma estratégia de financiamento versátil na indústria de entretenimento, com diferentes modalidades que atendem às necessidades e objetivos dos criadores. Seja através de recompensas, doações ou investimentos, o crowdfunding oferece uma maneira eficaz de conectar criadores de conteúdo com sua comunidade de apoiadores, permitindo a realização de projetos criativos e inovadores.

### **3 Métodos e procedimentos de coleta e de análise de dados do estudo**

Este capítulo pretende informar sobre as diversas decisões a cerca da forma como este estudo foi realizado.

Está dividido em cinco seções que informam, respectivamente, sobre as etapas de coleta de dados do estudo realizado, sobre as fontes de informação selecionadas para coleta de informações neste estudo.

Na seqüência, informa-se questões acerca dos processos e instrumentos de coleta de dados realizados em cada etapa, com respectivas justificativas, sobre as formas escolhidas para tratar e analisa os dados coletados e, por fim, sobre as possíveis repercussões que as decisões sobre como realizar o estudo impuseram aos resultados assim obtidos.

#### **3.1. Etapas de coleta de dados**

O método da pesquisa deve ser escolhido de modo a auxiliar o pesquisador a responder os objetivos propostos, traçando o caminho que deve ser seguido (MARCONI, LAKATOS, 2022).

O método de pesquisa selecionado foi a pesquisa exploratória de caráter qualitativo.

A pesquisa exploratória prevê a construção de hipóteses que podem ou não ser confirmadas ao final do estudo, além disso, permite correlacionar dados advindos da revisão de literatura com o resultado das entrevistas realizadas, tendo maior familiaridade com o problema que está sendo estudado (MARCONI, LAKATOS, 2022).

A pesquisa qualitativa é ideal no método exploratório e visa compreender motivações, construir hipóteses e prever reações. Além disso, é preciso que seja criado um roteiro de perguntas abertas, seja ele estruturado ou semi estruturado, a fim de guiar o investigador durante as etapas da pesquisa (GIL, 2022).



### **3.2. Fontes de informação selecionadas para coleta de dados no estudo**

A pesquisa qualitativa foi realizada por meio de entrevistas presenciais e online, a partir de um roteiro semiestruturado (apêndice 1), o qual possui treze perguntas abertas.

As entrevistas, quando presenciais, tiveram seu áudio gravado e depois houve a transcrição dos áudios para facilitar a análise das respostas e anexar ao trabalho, disponíveis no apêndice desta pesquisa.

No caso das entrevistas online, as perguntas foram feitas por meio de ligação de vídeo no aplicativo Google Meet, em que também teve seu áudio gravado e posteriormente foi feita a transcrição destes, as quais estão disponíveis no apêndice desta pesquisa.

Sendo assim, o público-alvo da pesquisa foi composto por pessoas acima de 18 anos que aceitem participar de maneira voluntária, gratuita e anônima.

### **3.3. Procedimentos e instrumentos de coleta de dados utilizados no estudo**

A pesquisa qualitativa foi realizada por meio de entrevistas presenciais e online, a partir de um roteiro semiestruturado (apêndice 1). As entrevistas, quando presenciais, tiveram seu áudio gravado e depois houve a transcrição dos áudios para facilitar a análise das respostas e anexar ao trabalho. No caso das entrevistas online, as perguntas foram feitas por meio de ligação de vídeo no aplicativo Google Meet, em que também teve seu áudio gravado e posteriormente foi feita a transcrição destes (Apêndice 2).

Primeiramente, foi feita a explicação do que se trata o projeto e a confirmação do interesse do entrevistado em participar da pesquisa, de maneira gratuita, voluntária e anônima.

O roteiro semiestruturado, o qual possui treze perguntas, foi dividido em quatro partes principais: perguntas de perfil, questões específicas sobre a série, Crowdfunding

e marketing.

Na primeira etapa, a pesquisa teve perguntas para de perfil, como por exemplo, gênero, idade, religião e condição socioeconômica. Com essas informações foi possível identificar a correlação desses dados com o resultado da pesquisa.

Na segunda parte, buscou-se identificar o conhecimento dos respondentes sobre a série, como pode exemplo, se a pessoa já assistiu a série ou se já ouviu falar sobre ela. Além disso, foi perguntado por qual meio de comunicação o entrevistado conheceu a série *The Chosen*.

Após isso, foi perguntado se os entrevistados sabem o que é Crowdfunding, quando não, foi feita uma breve explicação sobre o conceito para dar continuidade na pesquisa. Com isso, foi perguntado se os entrevistados já participaram de um projeto com Crowdfunding e, caso não, quais são as possibilidades de participar.

A quarta parte consistiu em identificar quais são os meios de comunicação mais acessados pelos entrevistados e quais costumam ser os meios que o marketing é mais eficaz para cada um. Também buscou-se entender qual tipo de produção cultural os entrevistados consomem em seu cotidiano.

### **3.4. Formas de tratamento e análise dos dados coletados para o estudo**

A análise dos dados foi realizada em três etapas principais: pré-análise, exploração do material, e tratamento dos resultados obtidos, conforme Bardin (2016).

Na primeira etapa, pré-análise, foi feita uma leitura inicial de todas as respostas e formular hipóteses para que sejam confirmadas ou não na parte final.

Posteriormente, na fase de exploração do material, foi feita a categorização das respostas, como por exemplo, pelos dados de perfil, respostas de cristãos e de pessoas de outras religiões; pessoas que conheciam a série e que não conheciam, entre outros.

Por fim, na fase de tratamento dos resultados obtidos e interpretação, as informações coletadas foram relacionadas entre si, buscando identificar se há uma similaridade de opiniões, além de associar com a revisão da literatura feita anteriormente.

### **3.5.Limitações do Estudo**

Uma das limitações encontradas foi de dificuldade de encontrar pessoas que participaram ativamente do Crowdfunding da série, já que a maior parte do movimento foi feito nos Estados Unidos, por ser uma série estadunidense. Além disso, outra limitação foi de encontrar pessoas, para participarem da pesquisa, que tenham passado por esse processo de crowdfunding no Brasil, uma vez que essa estratégia não é muito comum no país. Vale ressaltar que a pesquisa não tem o intuito de propor generalizações, mas contribuir para as discussões sobre as estratégias de marketing de financiamento coletivo para produções independentes, a partir de um estudo de caso.

## 4 Apresentação e análise dos resultados

Este capítulo, organizado em duas seções principais apresenta e discute os principais resultados alcançados, analisa e discute suas implicações e produz sugestões sobre o estudo previamente selecionado.

Está organizados em duas seções principais, sendo a primeira um panorama geral a respeito da série "The Chosen" e a segunda os resultados da pesquisa com sua respectiva análise. Entretanto, o tópico de análise está dividido em quatro subtópicos seguindo a mesma divisão apresentada na metodologia: dados de perfil dos entrevistados, conhecimentos a respeito da série, crowdfunding e meios de comunicação.

### 4.1. Série The Chosen

A série "The Chosen" é um exemplo notável de como o crowdfunding se tornou uma poderosa ferramenta para financiar e promover projetos na indústria do entretenimento. Criada por Dallas Jenkins e lançada em 2017, "The Chosen" se destacou como uma série independente que contou a história da vida de Jesus Cristo sob uma perspectiva única. Este estudo analisa em detalhes como a equipe por trás de "The Chosen" utilizou o crowdfunding em sua estratégia de financiamento e como isso impactou a produção e o marketing da série.

Em um setor dominado por grandes estúdios e redes de televisão, "The Chosen" buscou financiamento por meio de crowdfunding. A série lançou uma campanha de crowdfunding no site VidAngel em 2017, buscando arrecadar US\$4,5 milhões para financiar a primeira temporada. O uso do crowdfunding para um projeto dessa magnitude era inovador na época e atraiu a atenção de apoiadores e da mídia.

O crowdfunding teve um impacto significativo na produção de "The Chosen". Primeiramente, permitiu à equipe de produção manter um controle criativo considerável sobre a série. Ao evitar as restrições e demandas frequentemente impostas por grandes estúdios, eles puderam contar a história da maneira que consideravam mais autêntica

e impactante.

Além disso, o financiamento por meio do crowdfunding permitiu a criação de uma série de alta qualidade, com produção e efeitos visuais impressionantes. Isso contradiz a crença comum de que apenas produções de grande orçamento poderiam oferecer esse tipo de qualidade técnica. O cofundador da VidAngel, Neal Harmon, explicou: "Nosso objetivo é criar uma experiência de streaming de alta qualidade, em que você não possa dizer a diferença entre a nossa série e qualquer outra série que esteja transmitindo na TV".

O crowdfunding não apenas financiou a produção de "The Chosen", mas também desempenhou um papel fundamental em seu marketing. A campanha de financiamento permitiu que a série construísse uma base de fãs engajada desde o início. Os apoiadores se tornaram investidores emocionais no projeto e se sentiram investidos em seu sucesso.

Essa comunidade de fãs leais desempenhou um papel essencial na promoção da série. Eles compartilharam informações sobre a campanha de crowdfunding, incentivaram outras pessoas a contribuírem e mantiveram o entusiasmo ao longo da produção.

O diretor Dallas Jenkins destacou a importância desse envolvimento dos fãs: "Temos pessoas que estão nos apoiando financeiramente e, o que é mais importante, eles estão nos apoiando emocionalmente" (apud MAFRA, 2023).

A estratégia de marketing também envolveu a divulgação de teasers e conteúdo dos bastidores para manter os fãs envolvidos. Além disso, a série adotou uma abordagem inovadora ao lançar os episódios em etapas, desbloqueando novos capítulos à medida que as metas de financiamento eram atingidas. Isso criou um senso de comunidade e urgência entre os espectadores, incentivando-os a contribuírem e a acompanhar a série à medida que ela se desenrolava.

"The Chosen" alcançou um sucesso notável por meio de sua estratégia de crowdfunding. A série arrecadou mais de US\$ 10 milhões na primeira campanha de financiamento, superando significativamente sua meta inicial. Isso permitiu a produção de uma segunda temporada e expandiu a série para um público global.

## 4.2. Análise da Pesquisa

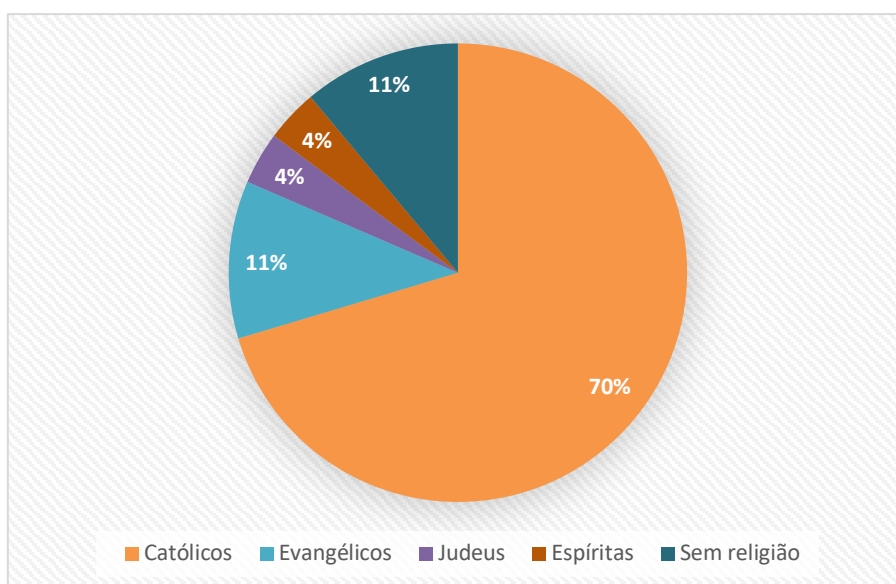
Este tópico apresenta a análise da pesquisa qualitativa realizada e está dividido em quatro etapas, sendo elas: dados de perfil dos entrevistados, perguntas sobre a série, conhecimento a respeito de crowdfunding, e a respeito dos meios de comunicação e marketing.

### 4.2.1 Perfil dos Entrevistados

Primeiramente, é preciso traçar um perfil das pessoas que responderam à entrevista quanto ao gênero, idade, renda média mensal e religião. As entrevistas foram realizadas com 27 pessoas, as quais foram 13 mulheres e 14 homens, com idades entre 20 e 34 anos, sendo a maior parte com 22 e 23 anos (12 pessoas). A renda média mensal também foi variada, desde pessoas que não possuem atividade profissional remunerada, até uma renda de 50 mil reais mensais.

Quanto à religião, ponto importante para a análise da pesquisa devido à temática da série, o resultado foi compilado no gráfico 1 para melhor visualização.

Gráfico 1 – Religião dos entrevistados



Fonte: Elaboração própria

De acordo com os dados do Gráfico 1, verifica-se que a maior parte dos entrevistados são católicos e evangélicos, mas também há outras religiões citadas, o que é interessante para estabelecer um comparativo entre a possibilidade de participar do financiamento coletivo de séries com a mesma temática de *The Chosen*.

#### 4.2.2 Conhecimento sobre a série “*The Chosen*”

Os entrevistados foram perguntados a respeito de seu conhecimento sobre a série, ou seja, se já assistiram, se conhecem a temática, entre outros. Assim, verificou-se que 14 entrevistados já conheciam a série e assistiram, enquanto 13 não a conheciam.

*“Sim, já assisti e gostei muito da série.” (E15)*

Dentre as pessoas que não assistiram a série, nenhuma sabia do que se tratava antes de participarem da entrevista (onde foi falado rapidamente sobre a temática para que pudessemos prosseguir).

*“Não sei, ainda não tive a oportunidade de assistir” (E17)*

Além disso, também foi questionado sobre como os entrevistados conheceram a série, isto é, se foi por indicação de amigos ou algum meio de comunicação específico. A esse respeito foram dadas respostas variadas, conforme pode-se verificar a seguir.

Dentre as 14 pessoas que responderam já ter assistido a série, sete relataram que conheceram por meio de indicação (de amigos, familiares, líderes religiosos) e se interessaram pela sinopse da série e pela temática. Três relataram que passaram a conhecer através de publicidade na rede social Instagram e quatro por meio do Youtube, conforme os exemplos a seguir:

*“Conheci pela indicação de amigos e fiquei interessado pela história.” (E01)*

*“Através do Youtube.” (E03)*

*“Indicação de um padre.” (E08)*

*“Conheci por recomendação e me interessei pela sinopse e história da série.” (E11)*

### 4.2.3 Crowdfunding

Outro ponto abordado durante as entrevistas foi a respeito do crowdfunding, tanto para entender se os entrevistados sabem do que se trata esse termo, quanto para perceber se já participaram ou se participariam, posteriormente abordando especificamente a série *The Chosen*.

Quanto ao conhecimento sobre o que é o crowdfunding, 11 pessoas relataram não saber ou ter esquecido. Enquanto as outras 16 afirmaram saber, inclusive foram citadas definições como: *“Um grupo de pessoas se juntando pra fazer uma vaquinha.”* (E17) e *“Arrecadação de dinheiro para promover shows”*. (E07)

É notório que não há um conhecimento técnico a respeito do que é o Crowdfunding, mas mais da metade dos entrevistados possuem uma noção do que se trata.

É interessante destacar que dos 27 entrevistados, sete já participaram de financiamentos coletivos, entretanto apenas um foi relacionado ao entretenimento, participando de crowdfunding para produções de audiovisual e peças teatrais. Os demais que já tiveram esse contato relataram ter sido em arrecadação de dinheiro para vítimas de enchentes, financiamento para bolsa de estudos, e arrecadação de torcidas de futebol, destinado ao resgate de animais, por exemplo:

*“Nunca participei de nada tipo série, mas já ajudei em vaquinha para causas sociais, como os alagamentos que aconteceram no Rio Grande do Sul”* (E02).

*“Sim, financiamento de uma bolsa de estudos”* (E11)

*“Arrecadação de torcidas de futebol e resgate de animais”* (E09)

Os entrevistados foram questionados se participariam de algum financiamento coletivo voltado para produções culturais, como por exemplo, para séries, filmes, lançamento de músicas ou de livros. Quanto a isso, dez entrevistados relataram que não participariam de nenhum tipo de crowdfunding. Por sua vez, outros dois entrevistados falaram que não no momento por falta de recurso financeiro.

*“Se tivesse condições participaria”* (E03)

*“Sim, participaria de financiamentos que são alinhados com os meus valores. Por exemplo: Produções Culturais ligadas ao Catolicismo, Causas Humanitárias, Inovações, Desenvolvimento de Pesquisas que irão impactar positivamente a sociedade e seus integrantes”* (E11)



*“Sim, participaria de um financiamento coletivo para alguma produção cultural que passasse uma mensagem importante” (E24)*

*“Daqueles que são importante, tanto por preservarem ou trazerem algo de alto valor cultural ou religioso, ou que não era antes disponível no Brasil ou que não pudesse ser produzido sem financiamento” (E25)*

Os outros 14 relataram que participariam caso fosse algo de seu interesse, abaixo estão listados os principais interesses demonstrados para uma possível participação em crowdfunding:

- Séries
- Causas sociais
- Livros
- Pesquisas do ramo da ciência
- Produções Culturais ligadas ao Catolicismo
- Música
- Educação

No geral, percebe-se que haveria o interesse de participar de ações de crowdfunding caso fossem temáticas do interesse dos entrevistados e causas sociais que pudessem oferecer algum tipo de mudança social para a população.

Ademais, a respeito da possibilidade de participar do financiamento especificamente da série *The Chosen*, 11 entrevistados disseram que não, mas a justificativa se dividiu entre falta de recursos financeiros e falta de interesse na temática da série. Um entrevistado relatou que *“a temática não me agrada e o assunto já é amplamente abordado em filmes e séries”*. (E04)

*“Não, pois estou com dinheiro limitado, mas acho muito interessante a temática da série voltada para o cristianismo. Então se eu tivesse dinheiro para isso, eu participaria por causa da temática.” (E05)*

Por sua vez, dentre os entrevistados que participariam do financiamento da série, todos relataram a importância da temática da mesma e de como a série aborda a temática cristã de uma forma simples e de fácil acesso, visto que *“The Chosen”* está disponível em uma das maiores plataformas de streaming (a Netflix).

*“Sim, participaria provavelmente. Pela temática da série e porque eu acredito que é importante que a palavra de Deus seja divulgada para muitas pessoas e a série é uma ótima forma disso acontecer” (E02)*

*“Sim, porque não tinha até então uma série sobre a vida de Jesus no mercado - um tema de suma relevância a ser adaptado a produções culturais atuais (como série em plataformas streaming). Dessa forma, acredito que o lançamento da série acarreta na expansão do conhecimento da história de forma simples, eficiente e positiva para a sociedade atual.” (E11)*

Além disso, outra justificativa para a participação seria a de que *“Um financiamento coletivo é uma oportunidade única para contribuir para o crescimento e desenvolvimento de ideias.” (E06)*

Por fim, os entrevistados foram perguntados se haveria algum tipo de benefício que os fariam participar de crowdfunding, como cashback ou acesso antecipado à produção. Nesse sentido, 11 entrevistados relataram que sim, incluindo dos dois benefícios citados anteriormente e também o recebimento de produtos exclusivos.

*“Cashback seria interessante, qualquer benefício é sempre bem-vindo” (E02)*

*“Sim, cashback me interessa.” (E03)*

*“Acesso antecipado, cashback, resultados do projeto” (E04)*

*“Sim, creio que a oportunidade de receber de volta parte do valor influenciaria minha decisão.” (E06)*

*“Possivelmente a principal questão é econômica. Quando se tem pouco dinheiro é importante pensar no que investir, principalmente quando se tem que escolher entre certos projetos” (E25)*

Dos demais, cinco entrevistados não teriam interesse em participar de crowdfunding mesmo com benefícios e 11 disseram que talvez.

#### 4.2.4 Meios de Comunicação

Entender os meios de comunicação mais utilizados pelos entrevistados é fundamental para verificar como o marketing de uma produção fruto de crowdfunding deve se comportar e em quais mídias deve ser feita a maior parte do investimento. Praticamente todos os entrevistados relataram meios de comunicação relacionados ao celular, como WhatsApp, Instagram, Youtube e redes sociais em geral.

Os entrevistados foram perguntados sobre quais são os produtos culturais que costumam consumir, entre eles foram citados: filmes, séries, músicas, podcasts,

documentários, peças teatrais, vídeos na internet e exposições de arte, seguindo a ordem dos mais citados para os menos citados.

*“Músicas, filmes, séries” (E02)*

*“Teatros e feiras” (E03)*

*“Depende muito, mas costumo escutar música, ler e às vezes, vejo um filme ou série.” (E06)*

*“Em primeiro lugar seria filmes e séries. Em segundo, livros. Em terceiro, exposições de arte.” (E11)*

Por fim, as mídias que os entrevistados mais consomem para ver propagandas e que são influenciados a comprar algum produto ou consumir algo específico também estão relacionadas às redes sociais, especialmente os Instagram e o Youtube. Contudo, também foram citados o Tik Tok e propagandas nas ruas (como em outdoors).

*“Geralmente no Instagram ou na página principal do Google. Na maioria das vezes não despertam interesse pois sou bem limitado ao consumismo, e também acredito que as propagandas ultimamente estão ficando cada vez mais chatas e massivas.” (E05)*

*“Youtube, tik tok e Instagram. O tik tok gera interesse na compra pois o estilo de vídeo falado possibilita maior análise do profundo e exposição daquela peça, especialmente quando é indicada por pessoas conhecidas como meio de publicidade” (E09)*

*“Instagram. A compra de produtos é geralmente do segmento de vestuário por motivos de necessidades e influências. No segmento cultural, seriam: filmes divulgados e com aclamação da crítica, exposições interessantes divulgadas e livros que me chamem atenção pela sinopse/autor.” (E11)*

*“Instagram. Faz, por identificação com a pessoa que está divulgando” (E18)*

É interessante destacar que os meios de comunicação citados como os mais utilizados no cotidiano e para influenciar a compra foram os mesmos que os entrevistados passaram a conhecer a série *The Chosen*, ou seja, por WhatsApp (considerando a indicação de conhecidos, lembrando que também pode ter sido feita presencialmente), Instagram e Youtube.

## 5 Conclusões e recomendações para novos estudos

Nos últimos anos, a produção de séries de televisão passou por mudanças significativas, influenciadas pela convergência de tecnologia, mídia e financiamento. O crowdfunding é um método de financiamento online por meio de contribuições do público interessado, e sua relação com o marketing é fundamental, pois requer divulgação para atrair apoiadores. O crowdfunding surgiu como ferramenta poderosa que permitiu a captação de recursos para projetos de entretenimento, afetando o marketing e a produção de séries de TV.

Este trabalho pretendeu analisar a influência do crowdfunding no marketing e produção de séries de TV, com foco no estudo de caso da série "The Chosen". Além disso, a pesquisa visou investigar as estratégias de crowdfunding utilizadas pela equipe da série, analisar como o financiamento coletivo afetou a independência criativa dos produtores e avaliar os resultados financeiros e de audiência da série em comparação com séries tradicionalmente financiadas.

A relevância do estudo reside na compreensão de como o crowdfunding está moldando a indústria de séries de TV e promovendo a inovação e a sustentabilidade no entretenimento. O estudo é delimitado ao contexto das séries de TV e à série "The Chosen," com foco nas estratégias de marketing e desenvolvimento da série.

Nesse sentido, o crowdfunding, ou financiamento coletivo, é uma forma inovadora de captação de recursos que transformou a maneira como os projetos de entretenimento são financiados. Ele permite que criadores de conteúdo obtenham apoio financeiro de uma multidão de apoiadores, democratizando o financiamento. O crowdfunding tem evoluído com o crescimento da internet e das redes sociais, tornando-se uma fonte crucial de financiamento para projetos de entretenimento. Ele fortalece o senso de pertencimento e conexão com projetos e oferece liberdade criativa aos criadores, permitindo-lhes explorar narrativas únicas. Com a constante evolução da tecnologia e das plataformas online, o crowdfunding continuará desempenhando um papel significativo na criação de conteúdo inovador no entretenimento.

O marketing desempenha um papel crucial na promoção de séries de TV e influencia o sucesso da produção. Além das táticas tradicionais de publicidade, redes sociais e parcerias estratégicas com plataformas de streaming, o crowdfunding emergiu como uma abordagem inovadora. Uma estratégia eficaz envolve a comunicação

direcionada ao público-alvo com base em um modelo de negócios, usando as mídias sociais da empresa para diálogo específico. As estratégias de marketing se adaptam às diferentes plataformas e público, focando no engajamento dos usuários e acompanhando as tendências, o que é utilizado pelas séries de TV atualmente.

Como já explicado, para Kotler (2018), o marketing é “uma forma de pessoas ou grupos de pessoas expressarem seus desejos e necessidades criando, oferecendo e trocando livremente com outras pessoas produtos e serviços de valor”. É um processo social que satisfaz e compreende. Portanto, atualmente é impossível falar de marketing sem considerar que a maior parte da população mundial está conectada e comprando online, e isso se associa à questão de que, geralmente, o crowdfunding é popularizado também de maneira digital.

Nesse sentido, o crowdfunding tem se tornado uma abordagem alternativa e inovadora para financiar e comercializar séries de TV. Ao permitir que os fãs contribuam financeiramente para um projeto, cria-se um senso de comunidade e investimento emocional. A citação de Ethan Mollick destaca essa perspectiva: "Crowdfunding cria uma relação direta entre os criadores e os fãs, engajando o público desde o início." O marketing é essencial para satisfazer desejos e necessidades por meio da criação, oferta e troca de produtos e serviços.

Atualmente, com a conectividade global, o crowdfunding é uma abordagem inovadora para financiar e comercializar séries de TV, popularizado digitalmente. O crowdfunding cria uma relação direta entre criadores e fãs, envolvendo o público desde o início do projeto.

Nesse sentido, a fim de atingir os objetivos propostos por este estudo foi realizado uma pesquisa exploratória de caráter qualitativo. Foram realizadas 27 entrevistas, presencialmente e online, e estas utilizaram um roteiro semiestruturado com treze perguntas. O público-alvo da pesquisa foi composto por pessoas acima de 18 anos que aceitaram participar de maneira voluntária, gratuita e anônima.

O perfil dos entrevistados no estudo mostrou diversidade em termos de gênero, idade, renda e religião. A maioria dos entrevistados era católica ou evangélica. Quanto ao conhecimento sobre a série "The Chosen", metade dos entrevistados já tinha conhecimento da série, principalmente por indicações de amigos, publicidade no Instagram e YouTube.

A pesquisa também explorou o conhecimento dos entrevistados sobre crowdfunding. Cerca de metade dos entrevistados sabia o que era crowdfunding, enquanto outros não tinham conhecimento ou tinham esquecido. Alguns já haviam

participado de campanhas de crowdfunding, mas em contextos diferentes, como arrecadações de fundos para vítimas de enchentes e bolsas de estudos.

Quando perguntados se participariam de financiamentos coletivos para produções culturais, como séries, filmes e livros, a maioria afirmou que consideraria participar se o projeto fosse de seu interesse. A série "The Chosen" teve participação de financiamento coletivo mencionada, e os entrevistados que a apoiariam destacaram a importância da temática e a oportunidade de contribuir para o crescimento de ideias.

Além disso, os meios de comunicação mais utilizados pelos entrevistados incluíam redes sociais, como WhatsApp, Instagram e YouTube. As mídias sociais também foram citadas como influências na decisão de compra. Portanto, a estratégia de marketing de uma produção financiada por crowdfunding deve se concentrar nessas plataformas, de acordo com os dados da pesquisa.

Assim, por meio dessa análise, conclui-se que o crowdfunding permitiu que a equipe por trás de "The Chosen" mantivesse um grau significativo de independência criativa. Ao evitar os investimentos tradicionais de estúdios ou redes de televisão, eles não estavam sujeitos às pressões comerciais e às expectativas frequentemente impostas por grandes financiadores.

Associado a isso, foi visto que a série "The Chosen" se destacou não apenas por sua narrativa única sobre a vida de Jesus Cristo, mas também pela forma como utilizou o crowdfunding como estratégia de financiamento. No entanto, a independência criativa alcançada por meio do crowdfunding também trouxe uma responsabilidade significativa em relação às expectativas dos apoiadores financeiros. Os apoiadores não eram apenas espectadores; eles eram investidores emocionais no projeto. Eles contribuíram financeiramente com base na confiança de que a série entregaria algo que consideravam valioso e autêntico.

### **5.1.Sugestões e recomendações para novos estudos**

O estudo apresentou algumas limitações como a dificuldade em encontrar participantes que tenham contribuído ativamente para o crowdfunding da série, fora dos Estados Unidos, onde esta teve maior impacto. Associado a isso, encontrar pessoas com experiência em crowdfunding no Brasil foi um desafio, uma vez que essa estratégia não é amplamente difundida no país.

Associado a isso, outros estudos podem ser feitos analisando outras modalidades de crowdfunding, como o baseado na equidade, em dinheiro e em

doações, a fim de fornecer uma visão mais abrangente de tais diferentes abordagens e seus impactos.

Além disso, os próximos estudos podem fazer um acompanhamento de longo prazo das campanhas de crowdfunding, analisando não somente o financiamento dos projetos como também o envolvimento da comunidade e seu senso de pertencimento nela, e subsequentemente o sucesso das produções financiadas dessa forma, fazendo uma análise longitudinal.

Esses planos de futuro e desdobramentos de pesquisa podem ajudar a superar as limitações identificadas e contribuir para uma compreensão mais abrangente e aprofundada do papel do crowdfunding na indústria de entretenimento em diferentes contextos.

## 6 Referências Bibliográficas

ANDREEVA, N. **Crowdfunded Drama Series 'The Chosen' Lands At VidAngel As Company Launches New Streaming Platform**. Deadline, 2017. Disponível em: <https://deadline.com/2017/11/the-chosen-crowdfunded-series-acquired-vidangel-christian-vod-1202218374/>. Acesso em: 03 out. 2023.

ASSENOVA, V. et al. The Present and Future of Crowdfunding. **Sage Journals**, n. 1, v. 2, 2016.

Associated Press. **'The Chosen' TV Series About Jesus Nets \$10M in Investment**. The Washington Times, 2020. Disponível em: <https://www.washingtontimes.com/news/2020/jul/10/the-chosen-tv-series-about-jesus-nets-10m-in-inves/>. Acesso em: 18 set. 2023.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BEGNOCHE, B. **A diferença entre equity crowdfunding e financiamento coletivo**. Edseed, 2021. Disponível em: <https://blog.eqseed.com/diferenca-equity-crowdfunding-financiamento-coletivo/>. Acesso em: 25 out. 2023.

BELLEFLAME, P.; LAMBERT, T. Crowdfunding: Some Empirical Findings and Microeconomic Underpinnings. **Paper SSRN**, v. 16, n. 5, ago., 2014.

CARVALHO, R. **Sete lições de uma produtora de filmes independente**. Na Prática – Fundação Educar, 2015. Disponível em: <https://napratica.org.br/como-se-dar-bem-com-uma-produtora-de-filmes-independente/>. Acesso em: 25 out. 2023.

CATARINO, L. G. **Crowdfunding e crowdfundinvestment: o regresso ao futuro?** Centro de Estudos de Direito Público e Regulação. Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra - Portugal. 2018.

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

DOMINGUES, C. S. Crowdfunding: uma fronteira entre a indústria cultural e a arte erudita. **Pensamento & Realidade**, v. 28, n. 4, 2013.

DORSEY, J. K. Television Industry Advertising: An Exploration into Advertising Strategies and Techniques Utilized by the Television Industry. **American International Journal of Contemporary Research**, v. 2, n. 7, 2012.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2022.

GONÇALVES, J. **Mark Duplass vai dirigir adaptação do premiado livro “A Horse Walks Into a Bar”**. Cine Visão, 2020. Disponível em: <https://cinevisao.pt/mark-duplass-vai-dirigir-adaptacao-do-premiado-livro-a-horse-walks-into-a-bar/>. Acesso em: 03 nov. 2023.

KEATING, P. **The Creative Industries: Culture and Policy**. SAGE Publications, 2015.



KOTLER, P. **Marketing Essencial: conceitos, estratégias e casos**. 15. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2018.

KOTLER, P. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. In: Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. 1994. p. 676-676.

MARCONI, M. A. LAKATOS, E. V. **Metodologia Científica**. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2022.

MAFRA, E. T. **Dallas Jenkins, criador de “The Chosen”, quer Jesus “divertido” para todos**. Gazeta do Povo, agosto de 2023. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/cultura/dallas-jenkins-criador-de-the-chosen-quer-jesus-divertido-para-todos/>. Acesso em: 17 set. 2023.

MARTINS, N. M.; SILVA, P. M. B. P. Funcionalidade dos sistemas financeiros e o financiamento a pequenas e médias empresas: o caso do crowdfunding. **Revista Economia Ensaio**, Uberlândia (MG), 29, n. esp., p. 25-56, dezembro 2014.

MESIANO, M. B. S. C. **Financiamento coletivo – Crowdfunding**. Universidade Autónoma de Lisboa – Dissertação de Mestrado em Direito. Lisboa, 2023.

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

MORITZ, A., BLOCK, J. H., HEINZ, A. Crowdfunding: A Literature Review and Research Directions. **International Journal of Entrepreneurial Venturing**, v. 11, n. 1, pp. 1-32, 2019.

NASCIMENTO, T. B. P. **Marketing estratégico para o lançamento de produtos: o facebook como ferramenta para o crowdfunding**. Universidade Federal de Lavras. Dissertação de Mestrado em Gestão Estratégica, Marketing e Inovação. Lavras – MG, 2020.

OLOFFSON, K. **How 'The Chosen' is Raising \$10 Million to Make 'The Greatest TV Show of All Time'**. Guideposts, 2017. Disponível em: <https://www.guideposts.org/better-living/entertainment/television-and-movies/how-the-chosen-is-raising-10-million-to-make-the>. Acesso em: 15 set. 2023.

PALMER, A. **The Art of Asking: How I Learned to Stop Worrying and Let People Help**. Grand Central Publishing, 2012.

PERDIZ, C. **Streaming revoluciona indústria de produções independentes**. Jornal Ibia, 2017. Disponível em: [https://jornalibia.com.br/cadernos/expressao/streaming-revoluciona-industria-de-producoes-independentes/?\\_\\_cf\\_chl\\_tk=cO\\_6SpdSHGwd0Lf0k28RHKNTJ8OOwyWaBi3ztEST\\_hc-1698583370-0-gaNycGzNDhA](https://jornalibia.com.br/cadernos/expressao/streaming-revoluciona-industria-de-producoes-independentes/?__cf_chl_tk=cO_6SpdSHGwd0Lf0k28RHKNTJ8OOwyWaBi3ztEST_hc-1698583370-0-gaNycGzNDhA). Acesso em: 29 out. 2023.

PINHEIRO, G. R. C. S. **O mercado da produção de conteúdos para televisão: estudo do caso português**. Universidade Católica Portuguesa. Dissertação de Mestrado em Gestão. Porto, 2017.

RUSSO, M. **Television's Engagement in the Social Media Era: The Impact of Fan Interaction on Television Programming**. In Television in the Age of Media Convergence

(pp. 137-156). Palgrave Macmillan, 2019.

SACCHITIELLO, B. **TV abre mais espaço para produção independente**. Meio & Mensagem, 2019. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/canais-abrem-espaco-para-producoes-independentes>. Acesso em: 27 out. 2023.

SEBRAE. **Entenda o que é crowdfunding**. Sebrae, 2015. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-que-e-crowdfunding,8a733374edc2f410VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 28 out. 2023.

SILVA, D. R.; LIMA, L. A. B. **A influência da opinião pública no desenvolvimento do projeto de crowdfunding Veronica Mars: uma apropriação controversa**. 7º Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Ciberultura, 2013.

SODERBERGH, S. **State of Cinema Address**. San Francisco International Film Festival, 2013.

SOUSA, M. A. T. **Um estudo às plataformas de crowdfunding em Portugal: o caso da plataforma PPL**. Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto. Dissertação de Mestrado em Empreendedorismo e Internacionalização. Porto, 2020.

TOOMEY, J. Crowdfunding and the Arts. **Grantmakers in the Arts Reader**, v. 20, n. 2, 2019.

TURCATO, A. **19 estratégias de marketing para atrair muito mais clientes**. Pipe Run, 2020. Disponível em: <https://crmpiperun.com/blog/estrategias-de-marketing/>. Acesso em: 26 out. 2023.

VIEIRA, M. S. **Crowdfunding: financiando o bem comum**. Revista Eletrônica de Jornalismo Científico, 2015. Disponível em: <https://www.comciencia.br/comciencia/index.php?section=8&edicao=119&id=1444&tipo=1>. Acesso em: 28 out. 2023.

## Apêndice 1

### Roteiro semiestruturado de pesquisa qualitativa

#### Dados de Perfil

- 1) Idade
- 2) Gênero
- 3) Renda Média Mensal
- 4) Religião

#### Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Caso sim: Como você conheceu a série? Ficou interessado em assistir pela propaganda ou pela sinopse da série?

Caso não assistiu: você sabe do que se trata a série? (Comentar brevemente caso a resposta seja não)

#### Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Se sim, de qual tipo?

Se não, por quê?

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

#### Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

## Apêndice 2

### Respostas das entrevistas qualitativas

#### Entrevistado 1

##### Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

26

2) Qual é o seu gênero?

Masculino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

Aproximadamente 3.500 reais por mês

4) Qual é a sua religião?

Evangélico

##### Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Sim, já assisti

Como você conheceu a série? Ficou interessado em assistir pela propaganda ou pela sinopse da série?

Conheci pela indicação de amigos e fiquei interessado pela história.

##### Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Não me lembro exatamente

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Não

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Não, por falta de tempo para pesquisar sobre o assunto.

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Se eu pudesse, sim

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Não sei, talvez

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

WhatsApp e Instagram

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Instagram e Google, sim porque são as mídias que eu mais utilizo.

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Anime, jornal em geral, séries, filmes

## **Entrevistado 2**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

28

2) Qual é o seu gênero?

Feminino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

5.000

4) Qual é a sua religião?

Evangélica

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Sim, já assisti

Como você conheceu a série? Ficou interessado em assistir pela propaganda ou pela sinopse da série?

Conheci por propaganda no Instagram em páginas cristãs e fiquei muito interessada em assistir pela temática da série

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Sei sim, já li algumas coisas sobre esse assunto.

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Nunca participei de nada tipo série, mas já ajudei em vakinha para causas sociais, como os alagamentos que aconteceram no Rio Grande do Sul.

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Não sei, talvez se fosse algo que eu quisesse muito que fosse lançado

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Sim, participaria provavelmente. Pela temática da série e porque eu acredito que é importante que a palavra de Deus seja divulgada para muitas pessoas e a série é uma ótima forma disso acontecer

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Cashback seria interessante, qualquer benefício é sempre bem-vindo

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

Internet, redes sociais

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Instagram, Youtube e propagandas físicas na rua

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Músicas, filmes, séries

### **Entrevistado 3**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

33

2) Qual é o seu gênero?

Feminino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

2 mil

4) Qual é a sua religião?

Católica

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Sim, assisti recentemente.

Caso sim: Como você conheceu a série? Ficou interessado em assistir pela propaganda ou pela sinopse da série?

Através do youtube

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Sim

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Ainda não

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Sim, de séries.

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Se tivesse condições participaria

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Sim, cashback me interessa.

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

Todas as redes e meios de comunicação que uso no celular

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Instagram e Youtube, sim as duas.

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Teatros e feiras

#### **Entrevistado 4**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

24

2) Qual é o seu gênero?

Feminino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?



1.200

4) Qual é a sua religião?

Não possuo religião.

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Não

Você sabe do que se trata a série? (Comentar brevemente caso a resposta seja não)

Não conheço

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Sim, sei

7) Você já participou de algum financiamento coletivo?

Nunca participei de nenhum.

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Participaria, a depender do objetivo do projeto, como causas sociais

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Não, a temática não me agrada e o assunto já é amplamente abordado em filmes e séries

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Acesso antecipado, cashback, resultados do projeto

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

WhatsApp

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Instagram, X, Facebook, whatsapp e Youtube. No Instagram normalmente as propagandas me agradam, assim como as do youtube, por trazerem prévias em vídeo do conteúdo

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Filmes, músicas, séries e documentários

### **Entrevistado 5**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

24

2) Qual é o seu gênero?

Masculino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

Em média 1.000 euros

4) Qual é a sua religião?

Sou cristão

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Não conheço ainda

Você sabe do que se trata a série?

Não sei

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Não conheço

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Ainda não

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

No momento não pois infelizmente não tenho suporte financeiro para poder ajudar, mas se eu tivesse iria participar de filmes voltados para temas do meu interesse

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Não, pois estou com dinheiro limitado, mas acho muito interessante a temática da série voltada para o cristianismo. Então se eu tivesse dinheiro para isso, eu participaria por causa da temática.

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Acredito que não. Para mim não faz tanta diferença essas "regalias"

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

Redes sociais através do celular

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Geralmente no Instagram ou na página principal do Google. Na maioria das vezes não despertam interesse pois sou bem limitado ao consumismo, e também acredito que as propagandas ultimamente estão ficando cada vez mais chatas e massivas.

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Músicas e filmes

## **Entrevistado 6**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

31 anos

2) Qual é o seu gênero?

Feminino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

1 mil euros

4) Qual é a sua religião?

Minha religião é espírita

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Não

Você sabe do que se trata a série?

Não sei

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Não conhecia até agora

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Não participei ainda

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Sim, talvez de livros.

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Como não assisti a série, fica difícil afirmar, mas creio que sim. Um financiamento coletivo é uma oportunidade única para contribuir para o crescimento e desenvolvimento de ideias.

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Sim, creio que a oportunidade de receber de volta parte do valor influenciaria minha decisão.

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

Redes sociais.

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Redes sociais (Instagram, Facebook). Depende, mas boas apresentações visuais costumam chamar minha atenção.

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia? Depende muito, mas costumo escutar música, ler e às vezes, vejo um filme ou série.

### **Entrevistado 7**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

28

2) Qual é o seu gênero?

Feminino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

3000

4) Qual é a sua religião?

Católica

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Não

Você sabe do que se trata a série?

Não sei

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Nunca nem vi

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Arrecadação de dinheiro para promover o tv show. Não tenho certeza.

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Não, não tenho interesse

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Não, porque promove coisas religiosas

10) Teria algo que te faria participar de um crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Não

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

WhatsApp

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Instagram, sim, anúncios relacionados a coisas que curto consumir

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Músicas

### **Entrevistado 8**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

34

2) Qual é o seu gênero?

Masculino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

20.000,00

4) Qual é a sua religião?

Católico

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Sim

Como você conheceu a série? Ficou interessado em assistir pela propaganda ou pela sinopse da série?

Indicação de um padre.

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Sim

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Não

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Sim , participaria em todos os tipos.

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Sim. Pela mensagem que leva ao público.

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Acesso e créditos.

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

Internet

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

YouTube e X

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Filmes , séries e vídeos.

### **Entrevistado 9**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

23

2) Qual é o seu gênero?

Masculino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

3 mil

4) Qual é a sua religião?

Católica

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Não

Você sabe do que se trata a série?

Não sabia

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

sim, sei

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

arrecadação de torcidas de futebol e resgate de animais

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

sim, especialmente ligados ao ramo da ciência

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Não, pois não nutro profundo apreço por séries de qualquer tipo.



10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Sim, acesso antecipado, possibilidade de ganhar produtos exclusivos relativos ao objeto do Crowdfunding, etc

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

telefone celular

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

youtube, tiktok e instagram. o tiktok gera interesse na compra pois o estilo de vídeo falado possibilita maior análise do profundo e exposição daquela peça, especialmente quando é indicada por pessoas conhecidas como meio de publicidade.

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

livros, músicas e podcast, principalmente.

### **Entrevistado 10**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

29 anos

2) Qual é o seu gênero?

Feminino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

10.000,00

4) Qual é a sua religião?

Católica

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Sim

Como você conheceu a série? Ficou interessado em assistir pela propaganda ou pela sinopse da série?

Sinopse da série

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Sim

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Não

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Sim. Série

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Sim. Nos dias de hoje, vale a pena sentar e assistir.

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Sim

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

Jornal. Tv( pouquíssimos canais)

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Ig .Se for de meu interesse sim

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Autobiografia/Cursos online

## **Entrevistado 11**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

22

2) Qual é o seu gênero?

Feminino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

4000

4) Qual é a sua religião?

Católica

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Sim

Como você conheceu a série? Ficou interessado em assistir pela propaganda ou pela sinopse da série?

Conheci por recomendação e me interessei pela sinopse e história da série.

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Sim

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Sim, financiamento de uma bolsa de estudos.

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Sim, participaria de financiamentos que são alinhados com os meus valores. Por exemplo: Produções Culturais ligadas ao Catolicismo, Causas Humanitárias, Inovações, Desenvolvimento de Pesquisas que irão impactar positivamente a sociedade e seus integrantes.

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Sim, porque não tinha até então uma série sobre a vida de Jesus no mercado - um tema de suma relevância a ser adaptado a produções culturais atuais (como série em plataformas streaming). Dessa forma, acredito que o lançamento da série acarreta na expansão do conhecimento da história de forma simples, eficiente e positiva para a sociedade atual.

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Sim, com o objetivo de ter acesso antecipado a algum produto ou financiar alguma causa alinhada aos meus valores.

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

WhatsApp, Microsoft Teams e Instagram

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Instagram. A compra de produtos é geralmente do segmento de vestuário por motivos de necessidades e influências. No segmento cultural, seriam: filmes divulgados e com aclamação da crítica, exposições interessantes divulgadas e livros que me chamem atenção pela sinopse/autor.

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Em primeiro lugar seria filmes e séries. Em segundo, livros. Em terceiro, exposições de arte.

## **Entrevistado 12**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

23

2) Qual é o seu gênero?

Masculino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

Não tenho renda no momento

4) Qual é a sua religião?

Católica

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Não

Você sabe do que se trata a série?

Não

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Sim

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Não

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Não, não tenho interesse nesse âmbito

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Não, não conheço

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Sim

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

Celular

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Redes sociais

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Músicas, séries

### **Entrevistado 13**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

20

2) Qual é o seu gênero?

Homem

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

Sou sustentado pelos pais, pai oficial da aeronáutica e mãe dentista, renda familiar perto dos 25 mil

4) Qual é a sua religião?

Católico

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Não

Você sabe do que se trata a série?

Não

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Não

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Não

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Não, acho que a arte tem que se pagar

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Não

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Não

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

Whatsapp

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Influenciador que eu confio

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Anime como Naruto e One Piece

#### **Entrevistado 14**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

25

2) Qual é o seu gênero?

Feminino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

5.200,00

4) Qual é a sua religião?

Católica

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Não

Você sabe do que se trata a série?

Não conheço

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Sim.

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Não

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Não. Acredito que existam outros recursos, até mesmo governamentais, para isso.

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Não. Pelo motivo citado na pergunta anterior

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Não.

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

Celular.

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Instagram. Facilidade no acesso.

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Livro, música, filme etc.

**Entrevistado 15**



#### Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

21

2) Qual é o seu gênero?

Femino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

Cerca de 10 mil por mês

4) Qual é a sua religião?

Catolicismo

#### Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Sim, já assisti e gostei muito da série.

Como você conheceu a série? Ficou interessado em assistir pela propaganda ou pela sinopse da série?

Vi cortes no tiktok e indicação de familiares

#### Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

não

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

não

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Não porque nunca ouvi falar sobre

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Participaria, devido a temática

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

tenho interesse em incentivar esse tipo de conteúdo

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

whatsapp

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Sim, sim, porque são produtos que eu estou a procura

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

podcast

## **Entrevistado 16**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

31

2) Qual é o seu gênero?

Masculino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

3100

4) Qual é a sua religião?

Católico

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Sim

Como você conheceu a série? Ficou interessado em assistir pela propaganda ou pela sinopse da série?

Namorada indicou. Sinopse

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Não

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Não

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Sim. Músicas

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Sim. Pois gosto como aborda o tema proposto

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Acredito que todos os benefícios

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

Whatsapp

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Instagram

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Música, série, filme

## **Entrevistado 17**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

22

2) Qual é o seu gênero?

Masculino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

5000

4) Qual é a sua religião?

Catolico

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Não

Você sabe do que se trata a série?

Não sei, ainda não tive a oportunidade de assistir

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Um grupo de pessoas se juntando pra fazer uma vaquinha.

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Nao

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Não, porque tenho preguiça de pesquisar sobre o assunto, tenho outras coisas pra fazer e não me importa tanto.

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Nao

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Nao

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

Whatsapp

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Instagram e YouTube. Muitas vezes sim.

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Musica

### **Entrevistado 18**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

23 anos

2) Qual é o seu gênero?

Feminino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

1000 reais

4) Qual é a sua religião?

Católica

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Sim

Como você conheceu a série? Ficou interessado em assistir pela propaganda ou pela sinopse da série?

Pela propaganda e divulgação

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Não

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Não

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Não por não ter renda extra pra isso

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Não

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Talvez

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

Celular

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Instagram. Faz por identificação com a pessoa que está divulgando

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Livros e filmes

## **Entrevistado 19**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

22

2) Qual é o seu gênero?

Masculino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

Não sei exatamente

4) Qual é a sua religião?

Católica

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Sim

Caso sim: Como você conheceu a série? Ficou interessado em assistir pela propaganda ou pela sinopse da série?

Me apresentaram um episódio

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Não

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Não

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Não, essa não é uma prioridade minha

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Não

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Não sei

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

Celular

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Amazon

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Livros

### **Entrevistado 20**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

23

2) Qual é o seu gênero?

Feminino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

até 6 salários mínimo

4) Qual é a sua religião?

Católica

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Sim

Como você conheceu a série? Ficou interessado em assistir pela propaganda ou pela sinopse da série?

Pelo Instagram. Sim

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Não

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Sim. Peças de teatro e produções audiovisuais

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).



Sim. Todos os tipos que foram citados

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Sim. Pois é um tema que me interessa

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Sim

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

Instagram

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Instagram. Sim. Porque está personalizado para coisas que eu vou gostar.

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Séries, filmes, podcasts, música, livros

## **Entrevistado 21**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

22

2) Qual é o seu gênero?

Masculino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

3 mil

4) Qual é a sua religião?

Catolica

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Não

Você sabe do que se trata a série?

Nao sabia

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Sim

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Nao

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Sim, tenho muito interesse em musica.

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Participaria, visto que se trata de um assunto que me interessa e acredito

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Sim

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

Whatsapp

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Instagram. Sim, meu explorador sabe bem o que desejo.

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Musicas e livros

**Entrevistado 22**

#### Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

30

2) Qual é o seu gênero?

Feminino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

50 mil

4) Qual é a sua religião?

Não tenho religião

#### Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Não

Você sabe do que se trata a série?

Não

#### Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Não

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Não

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Não

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Sim

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Sim

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

Telefone

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Instagram

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Podcast e livros

### **Entrevistado 23**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

29

2) Qual é o seu gênero?

masculino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

6000

4) Qual é a sua religião?

católico

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Sim, conheço

Como você conheceu a série? Ficou interessado em assistir pela propaganda ou pela sinopse da série?

Conhecidos me indicaram. Não assisti

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Sim

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Não

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Sim. Educacional.

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Não. Não tenho interesse.

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Talvez acesso antecipado ou benefícios exclusivos.

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

Internet.

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Redes sociais.

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Vlogs, séries e filmes.

## **Entrevistado 24**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

22

2) Qual é o seu gênero?

Feminino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

R\$1.100

4) Qual é a sua religião?

Católica

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Não

Você sabe do que se trata a série?

Não sabia

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Não

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Não

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Sim, participaria de um financiamento coletivo para alguma produção cultural que passasse uma mensagem importante

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Até o momento não, porque não tenho muitas informações sobre a série

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Sim

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

Celular

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Instagram. As propagandas que eu vejo normalmente não me fazem ter interesse em comprar o produto.

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Música, séries, filmes, livros

### **Entrevistado 25**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

23

2) Qual é o seu gênero?

Masculino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

1,8

4) Qual é a sua religião?

Católico

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Sim

Como você conheceu a série? Ficou interessado em assistir pela propaganda ou pela sinopse da série?

Conheço. Mas não assisti porque não tenho o costume de assistir séries em geral.

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Sim

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Sim

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Daqueles que são importante, tanto por preservarem ou trazerem algo de alto valor cultural ou religioso, ou que não era antes disponível no brasil ou que não pudesses ser produzido sem financiamento

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Não. Sem dúvidas a série é bem construída e a temática fundamental. Mas como provavelmente não assistiria à série, não tenho tanto interesse. Fora isso, certamente é uma boa possibilidade de conversão. Mas vejo também a importância maior de outros meios, como literatura por exemplo

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Possivelmente a principal questão é econômica. Quando se tem pouco dinheiro é importante pensar no que investir, principalmente quando se tem que escolher entre certos projetos

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

Celular

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Não. Acho que dependo mais da opinião das pessoas do produto do que as propagandas mostram

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Filmes, musica, livros, ocasionalmente jogos

## **Entrevistado 26**

Dados de Perfil



1) Qual é a sua idade?

22

2) Qual é o seu gênero?

Masculino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

Não estou trabalhando no momento

4) Qual é a sua religião?

Católico

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Sim

Como você conheceu a série? Ficou interessado em assistir pela propaganda ou pela sinopse da série?

YouTube

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Sim

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Não

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Não

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Não, sou duro, mas se eu tivesse dinheiro, talvez participaria.

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Não.

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

WhatsApp

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

YouTube. Não costumo comprar nada.

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Bons livros e vídeos emburrecedores.

### **Entrevistado 27**

Dados de Perfil

1) Qual é a sua idade?

23

2) Qual é o seu gênero?

Masculino

3) Qual é a sua renda Média Mensal?

10 mil mais ou menos

4) Qual é a sua religião?

Judaísmo

Questões específicas sobre a série

5) Você conhece a série The Chosen? Já ouviu falar ou já assistiu?

Não

Você sabe do que se trata a série?

Nao

Crowdfunding

6) Você sabe o que é Crowdfunding? (Explicar brevemente caso não)

Sim

7) Você já participou de algum financiamento coletivo? Qual?

Sim

8) Você participaria de financiamentos públicos e coletivos para algum tipo de produção cultural (filmes, séries, músicas, livros...).

Depende de eu saber quem estará por trás do projeto..

9) Você participaria do financiamento da série The Chosen? Por quê? A temática da série te faria participar do financiamento?

Não

10) Teria algo que te faria participar de um Crowdfunding? (Por exemplo, ter acesso antecipado ao produto, cashback, outros benefícios...)

Sim

Meios de comunicação

11) Qual é o meio de comunicação que você mais utiliza?

WhatsApp

12) Por quais mídias você costuma a ver propagandas e publicidades? E alguma delas faz você ter interesse em comprar o produto? Por quê?

Nenhuma

13) Quais são os tipos de produtos culturais que você consome no seu dia a dia?

Livros e youtube, que também é cultura.