

# **Projeto cultural: venda e captação de recursos II**

Marketing cultural e captação de  
recursos – Produção Cultural 2014.1

# Relação de troca

- Patrocínio não é filantropia!
- Deve existir clareza quanto às moedas de troca.



# Convergência de públicos



- O público do projeto deve coincidir com o público-alvo da empresa patrocinadora.

# Exclusividade por nicho de mercado

- O fechamento de uma cota de patrocínio com determinada empresa exclui a possibilidade de negociação de parcerias com seus concorrentes em um mesmo projeto.
- Há exceções.

# Limite do número de parceiros

- Poluição visual.
- Perda de impacto junto ao público para todos os envolvidos.



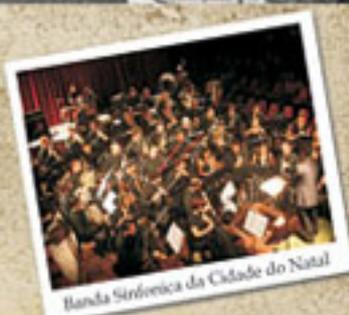
Um resgate a nossa história: um evento com o objetivo de conhecer e viver o nosso grande acervo cultural, aliado a uma grande ação de cidadania. É com esse objetivo que a Viva Promoções promove no dia 04 de Julho de 2009 a II Caminhada Histórica do Natal, que em sua trajetória percorrerá os mais tradicionais monumentos históricos e culturais da nossa cidade.



# II CAMINHADA HISTÓRICA DO NATAL

HISTÓRIA E CULTURA, PASSO A PASSO

## Show do início:



## Shows do encerramento:



Realização:

Patrocínio:



# Hierarquização dos créditos

- A hierarquia das marcas deve ser clara aos olhos do público.



**Banco do Nordeste**

Apresenta:

**FESTIVAL**

**Som da MATA**



**Big Band  
Jerimum Jazz**

**Diogo Guanabara** 02/DEZ - SEX - 16h30

**& Macaxeira Jazz**  
04/DEZ - DOM - 16h30

**Mercado do Parque**  
TODOS OS DIAS

**Oficina de Artes**  
TODOS OS DIAS

**SOLISTAS NO BOSQUE**

Henrique Marinho - VIOLINO  
SEX- 16h

Yuri Dantas - SAXOFONE  
SÁB- 9h30

Flavia Seabra - FLAUTA  
SÁB- 16h

João Simplicio - TROMPETE  
DOM- 9h30

Gilvânia Dantas - CLARINETE  
DOM- 16h

**Jubileu Filho  
& Banda**

03/DEZ - SÁB - 10h

**Hullabaloo**  
**Oficina de Música**  
INÍCIO DA MANHÃ E DA TARDE  
DE SÁBADO E DOMINGO

**Brazuka & Harmus**  
03/DEZ - SÁB - 16h30

**Camarones**  
**Orquestra Guitarrística**

04/DEZ - DOM - 10h



**FESTIVAL SOM DA MATA**

Local: **Parque das Dunas**

Dias: **02, 03 e 04 de dezembro**

Preço: **R\$ 1,00** (taxa de manutenção do Parque)

Fone: **3201-4440**

AV. N. CAMILO DE PAULA



# Determinação de prazos



- Os prazos de validade dos créditos aos patrocinadores devem ser claros nas negociações.
- É importante que as partes saibam por quanto tempo cada marca estará associada ao projeto.

# Transparência e honestidade

- É recomendável que eventuais problemas de percurso sejam discutidos abertamente.

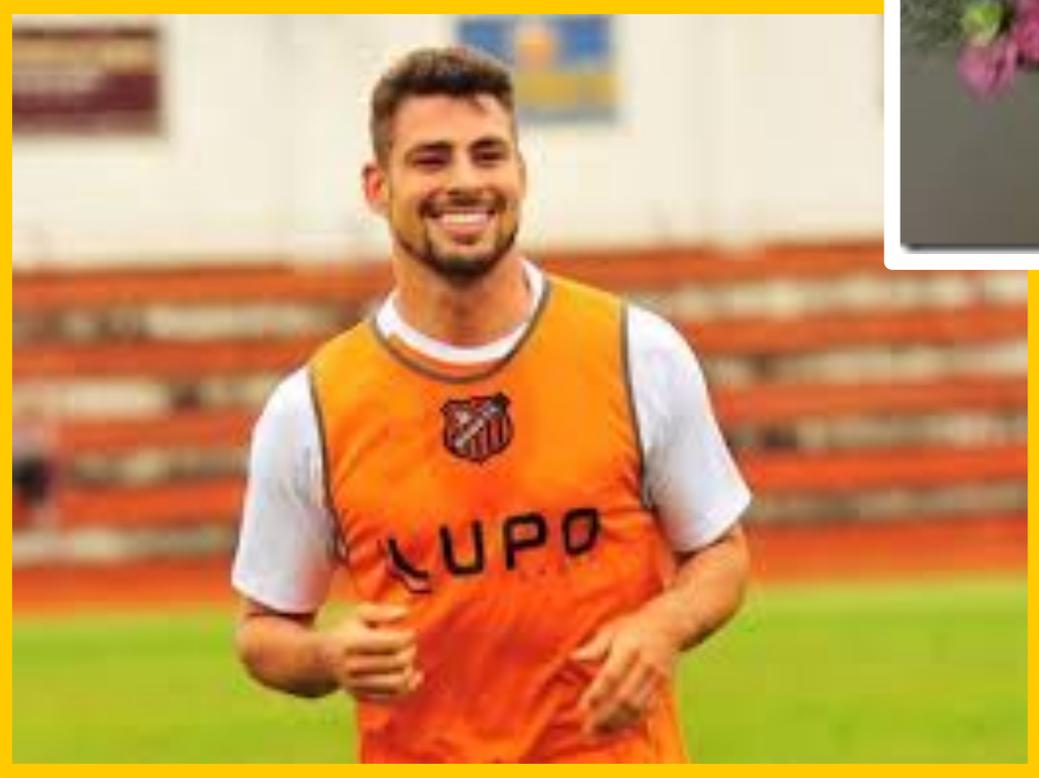


# Flexibilidade

- Parceria: flexibilidade de ambos os lados.
- É preciso tentar compreender as necessidades do parceiro e, na medida do possível, buscar supri-las.

# Sutileza

- Logomarcas ostensivas ou aplicadas diretamente no palco, excesso de citações do patrocinados ou aplicações pesadas de merchandising podem soar como agressão ao público e provocar efeito contrário ao desejado com o patrocínio.



# Respeito ao artista e à sua obra

- Patrocínio é uma relação de parceria e não de submissão.
- As empresas patrocinadoras não têm o direito de avançar sobre o terreno da criação, sugerindo alterações conceituais e ideológicas de qualquer espécie.

# Referências

- AVELAR, Rômulo. **O avesso da cena: notas sobre produção e gestão cultural**. 3. ed. Belo Horizonte: Ed. do Autor, 2013.