

RODA DE CONVERSA

TEMA: PATROCÍNIO CULTURAL

Participantes: Cristina Delanhesi , Cristiano Biagi, Fernanda Seabra, Renata Campos, Raquel Barbosa Rogoschewski e Paulo Roberto Freitas de Carvalho

**Texto resumido por Cristina Delanhesi
Sorocaba, 04 de novembro de 2015.**

Patrocínio Cultural

PROPOSTAS:

- Criar o que vamos chamar aqui de “Banco de Projetos”, mas poderá ter outra denominação futuramente. Esse banco estaria dentro da plataforma criada pela Secretaria de Cultura e os empresários poderiam acessar por assunto de interesse como; artes visuais, teatro, dança, musica etc. Os projetos inscritos deverão conter informações precisas de seu desenvolvimento, locais de atuação e pessoas envolvidas assim como se está enquadrado em alguma lei de incentivo ou não.
- Criar um espaço nos sites das empresas interessadas em patrocinar cultura, com informações básicas orientando os produtores e artistas como apresentar seus projetos. Essas informações seriam:
 1. Pessoa responsável por receber e analisar os projetos com e-mail de contato,
 2. Datas em que a empresa recebe os projetos,
 3. Informações se a empresa recebe somente projetos incentivados ou há a possibilidade de financiamento direto,
 4. Áreas culturais de interesse da empresa.
- Potencializar a capacidade de patrocínio das empresas através do contato com seus clientes e fornecedores. A ideia é que a empresa que paga ICMS, por exemplo, e tem clientes e fornecedores que também pagam podem juntas potencializar seus investimentos de forma conjunta em um projeto ou mais que seja do interesse de todos.

PROBLEMÁTICAS LEVANTADAS PELOS EMPRESÁRIOS

- Os empresários se sentem inseguros em patrocinar projetos de artistas e produtores que não conhecem. Algumas delas já patrocinaram projetos que não foram realizados,
- Apesar de estarem aptas a patrocinar (via leis de incentivo) algumas empresas e seus diretores simplesmente não tem interesse,
- Os empresários reclamaram da falta de profissionalismo como os projetos são apresentados ou de como são pouco atraentes do ponto de vista do marketing cultural.

- Os empresários falaram da dificuldade de encontrar informações sobre os artistas e produtores e que talvez o bando de projetos e dados possa sanar esse problema,
- Os empresários levantaram a dificuldade de encontrar informações na prefeitura. Às vezes eles têm interesse em patrocinar determinado assunto e não conseguem avançar por falta de canais e comunicação clara na prefeitura. Ex. projeto de pista de skate que a Sorocaba Refrescos quer patrocinar e não receber informações de onde pode ser implantado e qual o local com mais necessidade da cidade,
- Grandes empresas multinacionais se reportam as suas matrizes no exterior e nem sempre seus CEOs são disponíveis para pensar no assunto cultura. Isso barra a possibilidade de patrocínio aqui já que eles têm inclusive dificuldade de entender nossas leis de incentivo fiscal,
- Algumas empresas apoiam projetos sociais e não se interessam por projetos culturais entendendo que sua responsabilidade social já esta cumprida,
- Mudanças constantes nas leis de incentivo geram duvidas e insegurança nos empresários que tem medo de se envolver em algo que não esteja totalmente legal e possa criar problemas futuros.

PROBLEMÁTICAS LEVANTADAS PELOS PRODUTORES E ARTISTAS

- Dificuldade de apresentar os projetos para as pessoas certas na empresa porque é difícil descobrir quem elas são,
- Empresas usam leis de incentivo de maneira errada “encomendando” projetos de acordo com seus interesses com produtores de artistas que abrem mão do mérito de seus trabalhos autorais em prol de alguma remuneração possível. Os produtores entram como proponentes dos projetos e executam projetos que as empresas chamam de “meu”.
- Alguns artistas levantaram a da dificuldade de elaborar e aprovar seus projetos nas leis de incentivos e editais. Acreditamos que o trabalho contínuo do Núcleo de Formação iniciado em 2015 pela Secretaria de Cultura possa sanar esse problema,
- Os maiores concorrentes dos produtores de Sorocaba são os produtores de São Paulo e outras grandes cidades. Em alguns momentos estes produtores mais capacitados e experientes tem uma abordagem muito profissional com as empresas da cidade e efetivado um bom numero de projetos.
- Assim como os empresários as constantes nas leis de incentivo geram duvidas e insegurança nos produtores que tem medo de se envolver em algo que não esteja totalmente legal e possa criar problemas futuros. Muitos dizem ter dificuldades em se manter atualizados.

REFLEXÕES E CONCLUSÕES

- Causou interesse dos empresários aportar para o Fundo Municipal de Cultura desde que possam utilizar leis de incentivo para esses aportes e que possam escolher onde investir e assinar juntamente com a Prefeitura esses projetos.
- Foi levantado a importância de os produtores e artistas prestarem contas de seus projetos aos seus patrocinadores. Relatórios completos de como as ações previstas foram realizados ajudam a manter o relacionamento e a possibilidade de patrocínio com as empresas.

- As empresas mostraram interesse em patrocinar demandas reais da cidade, sabendo antecipadamente o que cada região tem carência na área cultural e o que atenderia melhor os públicos locais.
- A criação de um banco de dados do município com as seguintes informações abaixo possibilitaria o aumento de investimentos em cultura:
 1. Quantos e quem são os produtores e artistas da cidade,
 2. Quais as demandas culturais da cidade por região,
 3. Quais são os equipamentos culturais disponíveis e como ter acesso a eles , assim como as regras de uso de cada um deles,
 4. Ter um manual com informações de como e onde conseguir apoio técnico da Prefeitura . (Uso dos equipamentos culturais, apoio da guarda municipal, etc.)