

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ITAJUBÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO**

CAROLINE DE MIRANDA BORGES

**ANÁLISE DO PROCESSO DE CRIAÇÃO E ESTRUTURAÇÃO DO
SISTEMA MUNICIPAL DE CULTURA E A SUA INFLUÊNCIA NA
ECONOMIA CRIATIVA: UM ESTUDO DE CASO NO MUNICÍPIO DE
ITAJUBÁ - MG**

**Itajubá
2016**

Caroline de Miranda Borges

Análise do processo de criação e estruturação do sistema municipal de cultura e a sua influência na economia criativa: um estudo de caso no município de Itajubá - MG

Dissertação apresentada à Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da Universidade Federal de Itajubá como parte dos requisitos à obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientador: Luiz Eugênio Veneziani Pasin
Co-orientador: Célia Ottoboni

Itajubá

2016



Ministério da Educação
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ITAJUBÁ
Criada pela Lei nº 10.435, de 24 de abril de 2002

ANEXO I
FOLHA DE JULGAMENTO DA BANCA EXAMINADORA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – MESTRADO
PROFISSIONAL

Título da Dissertação: "Análise do processo de criação e estruturação do Sistema Municipal de Cultura e sua influência na Economia Criativa: um estudo de caso no município de Itajubá - MG"

Autor: **Caroline de Miranda Borges**

JULGAMENTO

Examinadores	Conceito		Rubrica
	A = Aprovado	R = Reprovado	
1º	A		
2º	A		
3º	A		
4º	A		

Observações:

- (1) O Trabalho será considerado Aprovado se todos os Examinadores atribuírem conceito A.
 - (2) O Trabalho será considerado Reprovado se forem atribuídos pelos menos 2 conceitos R.
 - (3) O Trabalho será considerado Insuficiente (I) se for atribuído pelo menos um conceito R. Neste caso o candidato deverá apresentar novo trabalho. A banca deve definir como avaliar a nova versão da Dissertação.
- Este documento terá a validade de 30 (trinta) dias a contar da data da defesa da Dissertação.**

Resultado Médio: **Conceito:** A, ou seja, APROVADO

Observações: _____

Itajubá, 23 de junho de 2016.

Prof. Dr. Edson Trajano Vieira
1º Examinador – UNITAU

Prof.ª Dr.ª Andréa Aparecida da Costa Mineiro
2ª Examinadora – UNIFEI

Prof.ª Dr.ª Célia Ottoboni
3ª Examinadora (Coorientadora) – UNIFEI

Prof. Dr. Luiz Eugênio Veneziani Pasin
4º Examinador (Orientador) – UNIFEI

AGRADECIMENTOS

A vida profissional muitas vezes, nos apresenta obstáculos que desmotivam e dificultam a realização de um trabalho. Entretanto, o indivíduo que encara suas limitações e enfrenta seus medos, se torna mais flexível e almejado em todos os lugares que necessitam de ação e tomada de decisão.

Para que esse trabalho fosse realizado e trouxesse os resultados esperados à sociedade itajubense, foi necessário a presença do Conhecimento, da Disponibilidade, da Humildade e do Apoio Incondicional que encontrei junto dos meus orientadores Pasin e Célia. No exercício da profissão de educador, o maior retorno que se pode ter é o sucesso dos seus alunos e orientandos então, dedico esse trabalho aos meus mestres e deixo aqui o meu muito obrigado.

O ser humano não vive só de títulos, necessita dos amigos e parceiros que possam criar juntos uma outra verdade e transformar o mundo. Para meus amigos conselheiros e parceiros, Thânia do IMMA e Massoud da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Itajubá, que construíram comigo essa realidade, deixo aqui meu muito obrigado.

Para que um ser vivo tenha sucesso e floresça é necessário Amor, Dedicção, Paciência e Fé, qualidades as quais eu encontro junto da minha família. Deixo então, aqui registrado, a importância de se acreditar na capacidade de realização das pessoas. Muito obrigado por tudo, minha filha Gabriella e minha mãe Maria Vanilda.

RESUMO

A economia criativa vem se destacando como mola propulsora do empreendedorismo regional nas recentes discussões sobre o crescimento econômico mundial. A emergência do tema como atividade econômica de grande potencial de aplicação no campo de políticas públicas, a deixa em destaque nos planos de governo como uma estratégia de desenvolvimento local. Portanto, o presente trabalho tem por objetivo analisar o processo de criação e estruturação do Sistema Municipal de Cultura e a sua relevância no desenvolvimento do empreendedorismo e da economia criativa do município de Itajubá - MG. A metodologia de pesquisa a ser empregada é qualitativa e o método será o estudo de caso amparado pela pesquisa documental e pesquisa-ação que auxiliarão nas adequações necessárias durante o processo. O resultado dessa pesquisa é a implantação do Sistema Municipal de Cultura de Itajubá - MG e será disponibilizado um protocolo que servirá de referência para outros municípios brasileiros que tenham o interesse em implantar seu Sistema Municipal de Cultura. As principais conclusões estão voltadas para o grau de dificuldade de aglutinação das diferentes áreas culturais presentes no município e seus representantes, em torno de uma proposta universal que possa trazer benefícios e atender aos anseios de toda comunidade. Das fragilidades encontradas destaca-se o desconhecimento sobre o tema abordado o que dificultou os acordos exigidos por lei e necessários para a estruturação.

Palavras-chave: Empreendedorismo Regional. Economia Criativa. Políticas Públicas. Sistema Municipal de Cultura.

ABSTRACT

The creative economy has emerged as rudder of regional entrepreneurship in recent discussions about global economic growth. The emergence of the theme as an economic activity of great application potential in the public policy, with highlighted in the government plans as a local development strategy. Therefore, this study aims to analyze the process of creating and structuring of the Municipal Culture System and its relevance in the development of entrepreneurship of the creative economy in the city of Itajubá - MG. and is what justifies this study. The methodology to be used will be the case study supported by documentary research and action research that will assist in the necessary adjustments during the process. The result of this research is the implementation of the Municipal Culture System of Itajubá - MG and a protocol will be available to serve as a reference for other municipalities that have interest in implementing its Municipal Culture System. The main conclusion is the difficulty of agglutination of different cultural areas present in the city and its representatives around a universal proposal that can benefit and meet the needs of the whole community. The main found difficulty was the unfamiliarity about the topic which hindered the necessary arrangements for the implementation of the system hampered the arrangements required by law and necessary for the structuration.

Keywords: Regional Entrepreneurship. Creative Economy. Public Policy. Municipal Culture System.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01 - Interação das Economias	21
FIGURA 02 - Setores Criativos.....	23
FIGURA 03 - Categoria dos Setores criativos	24
FIGURA 04 - Princípios Norteadores da Economia Criativa	25
FIGURA 05 - Vetores e Eixos da Economia Criativa no Brasil.....	25
FIGURA 06 - Fatores do Desenvolvimento Regional.....	33
FIGURA 07 - Hexágono do Desenvolvimento Regional	34
FIGURA 08 - Princípios do Sistema Nacional de Cultura	41
FIGURA 09 - Elementos Construtivos do Sistema de Cultura	41
FIGURA 10 - Região de Itajubá.....	58
FIGURA 11 - Setores Culturais de Itajubá - MG	60
FIGURA 12 - Conselho Municipal de Política Cultural	61
FIGURA 13 - Reunião do Conselho Municipal de Política Cultural.....	62
FIGURA 14 - Divulgação da Conferência Municipal de Cultura.....	64
FIGURA 15 - Conferência Municipal de Cultura	64
FIGURA 16 - Grupos de Discussão na Conferência Municipal de Cultura	65
FIGURA 17 - Sarau Musical	66
FIGURA 18 - Curso de Gestão e Produção Cultural.....	66
FIGURA 19 - Farofa Mineira na Vila Madalena - SP	67
FIGURA 20 - Folia de Reis Fulô da Mantiqueira.....	67
FIGURA 21 - Cantor Leonardo 194º Aniversário de Itajubá.....	68
FIGURA 22 - Dupla Chitãozinho e Xororó no 195º Aniversário de Itajubá.....	68
FIGURA 23 - Cantor Yassir Chediak na 2ª Festa do Pastel de Milho	69
FIGURA 24 - Cia. de Teatro Rasgacêro.....	69
FIGURA 25 - Festival de Música Brasileira	70
FIGURA 26 - Divulgação da Dança, Teatro e Artes Visuais na Escola	71
FIGURA 27 - Apresentação dos Resultados da Conferência Municipal de Cultura	72
FIGURA 28 - Mapa de Localização do Teatro Municipal Cristiane Riera	75
FIGURA 29 - Perfil de Crescimento do Número de Empresas Ativas.....	76
FIGURA 30 - Perfil de Crescimento da Arrecadação Municipal	77

FIGURA 31 - Distribuição do PIB	77
FIGURA 32 - Faixa Etária das MEI's	78
FIGURA 33 - Perfil de Crescimento das Atividades Econômicas	79
FIGURA 34 - Pontos de Cultura de Itajubá - MG	80
FIGURA 35 - Conselho Municipal de Política Cultural de Cambuí - MG	81
FIGURA 36 - Divulgação da 3ª Festa do Pastel de Milho.....	82
FIGURA 37 - 3ª Festa do Pastel de Milho	83
FIGURA 38 - Natal Encantado	84
FIGURA 39 - Protocolo de Implantação do Sistema Municipal de Cultura	85

LISTA DE TABELAS

TABELA 01 - Estratégias da Secretaria da Economia Criativa para a Região	
Sudeste	26
TABELA 02 - Orçamento da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo.....	74
TABELA 03 - Arrecadação Municipal do Setor de Serviços	74
TABELA 04 - Distribuição Orçamentária da SMCT de Itajubá - MG	74
TABELA 05 - Empresas do Município de Itajubá - MG.....	76

LISTA DE ABREVIATURAS

ANCINE - Agência Nacional do Cinema
APLs - Arranjos Produtivos Locais
BNDS - Banco Nacional do Desenvolvimento
CAI - Cultura Artística de Itajubá
CE - Ceará
CD - *Compact Disc*
CI - Clube Itajubense
CMC - Conferência Municipal de Cultura
CMPC - Conselho Municipal de Política Cultural
CNAE - Código Nacional de Atividades Econômicas
CNPJ - Código Nacional de Pessoa Jurídica
DAEFEI - Diretório Acadêmico da Escola Federal de Engenharia de Itajubá
DVD - *Digital Versatile Disc*
EFEI - Escola Federal de Engenharia de Itajubá
EPAMIG - Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais
FBN - Fundação da Biblioteca Nacional
FCRB - Fundação Casa Rui Barbosa
FCP - Fundação Cultural Palmares
FICA - Festival Itajubense de Cultura e Arte
FM - *Frequency Modulation*
FIRJAN - Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
FMC - Fundo Municipal de Cultura
FNC - Fundo Nacional de Cultura
FUNARTE - Fundação Nacional das Artes
FUNDAP - Fundação de Desenvolvimento Administrativo
GAP - Grupo Artístico Permanente
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBRAN - Instituto Brasileiro de Museus
IDH - Índice de Desenvolvimento Humano
IMBEL - Indústria de Material Bélico do Brasil
IMMA - Instituto Mantiqueira de Música e Arte

INEP - Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira
IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
IR - Imposto de Renda
ITC - Itajubá Tênis Clube
LDO - Lei de Diretrizes Orçamentárias
LOA - Lei Orçamentária Anual
MINC - Ministério da Cultura
MPB - Música Popular Brasileira
MPOG - Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão
MTUR - Ministério do Turismo
ONG - Organização Não Governamental
ONU - Organização das Nações Unidas
PEC - Proposta de Emenda à Constituição
PIB - Produto Interno Bruto
PL - Projeto de Lei
PMC - Plano Municipal de Cultura
PNC - Plano Nacional de Cultura
PNE - Plano Nacional de Educação
PNUD - Programa Nacional das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PPA - Plano Plurianual
P&D - Pesquisa e Desenvolvimento
SEADE - Serviço de Análise de Dados
SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SMC - Sistema Municipal de Cultura
SMCT - Secretaria Municipal de Cultura e Turismo
SMFC - Sistema Municipal de Financiamento da Cultura
SMPC - Sistema Municipal de Política Cultural
SNC - Sistema Nacional de Cultura
TV - Televisão
UNCTAD - *Unitec Nations Conferences on Trade and Development*
UNESCO - *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*
UNIFEI - Universidade Federal de Itajubá
VHS - *Video Home System*

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
2.1	ECONOMIA CRIATIVA	17
2.1.1	Economia do Conhecimento	19
2.1.2	Economia da Cultura	20
2.1.3	Economia Criativa no Brasil	22
2.2	DESENVOLVIMENTO REGIONAL	28
2.3	POLÍTICA PÚBLICA	36
2.3.1	Política Pública Cultural no Brasil	38
2.3.2	Sistema Nacional de Cultura	40
3	METODOLOGIA	45
4	ESTUDO DE CASO	48
4.1	HISTÓRICO CULTURAL DO MUNICÍPIO	48
5	RESULTADOS E DISCUSSÕES	52
5.1	PROCESSO DE CRIAÇÃO E ESTRUTURAÇÃO DO SMC	52
5.1.1	Identificação das Cadeiras do Conselho Municipal de Política Cultural	52
5.1.2	Criação do Conselho Municipal de Política Cultural	53
5.1.3	Realização da Conferência Municipal de Cultura	54
5.1.4	Criação do Plano Municipal de Cultura	55
5.1.5	Abertura do Fundo Municipal de Cultura	56
5.2	ANÁLISE DO SISTEMA MUNICIPAL DE CULTURA SOBRE A PERSPECTIVA DE BOISIER	57
5.2.1	Região = Entorno	57
5.2.2	Recurso Intangível Endógeno = Atores	59
5.2.3	Conhecimento Popular Implícito = Cultura	63
5.2.4	Universidade = Procedimentos	72
5.2.5	Fundo de Investimento = Recursos	73
5.2.6	Economia Criativa = Projeto Político	76
5.3	PROTOCOLO DE IMPLANTAÇÃO DO SISTEMA MUNICIPAL DE CULTURA	85
6	CONCLUSÕES	89
	REFERÊNCIAS	91

ANEXO A - Lei 3006/2013 - Lei Municipal de Cultura de Itajubá.....	99
ANEXO B - Edital 02/2015 - Cadastramento de Artistas	100
ANEXO C - Edital 01/2015 - Chamamento para Formação da Chapa de Eleição do Conselho Municipal de Cultura de Itajubá.....	105
ANEXO D - Convocação para Eleição do Conselho Municipal de Política Cultural de Itajubá	106
ANEXO E - Decreto 5669/2015 - Posse do Conselho Municipal de Política Cultural de Itajubá.....	108
ANEXO F - Decreto 5712/2015 - Convocação da Conferência Municipal de Cultura de Itajubá	109
ANEXO G - Plano Municipal de Cultura de Itajubá	110
ANEXO H - Lei Ordinária 3134/2015 - Aprovação do Plano Municipal de Cultura de Itajubá.....	162
ANEXO I - Abertura do Fundo Municipal de Cultura de Itajubá	164
ANEXO J - Aprovação do Sistema Municipal de Cultura de Itajubá.....	165

1 INTRODUÇÃO

A economia criativa é uma área de estudos que está assumindo uma crescente importância e cujas fronteiras com a economia do conhecimento e a economia da cultura ainda não estão claramente definidas. A produção de bens simbólicos e a indústria cultural trazem à tona questões como a valorização dos produtos culturais e criativos e a estrutura de seus mercados. A necessidade cada vez maior e emergencial da economia criativa como atividade econômica de grande potencial a faz permanentemente presente nas agendas governamentais suscitando e amplificando o debate intelectual e prático acerca da sua aplicabilidade e abrangência. Dessa forma, inserida nos estudos de empreendedorismo, a economia criativa vem se destacando no Brasil, em discursos e editais das áreas de educação e cultura. Os setores de arte, de música e até mesmo da culinária abrem caminho para o estudo de novas ferramentas gerenciais e criam fatores que impulsionam o aparecimento de novas empresas e novos ramos de negócios. A concentração de empreendimentos com esse cunho vem impulsionando a economia merecendo destaque nos últimos relatórios do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento.

Na segunda metade do século XX, a economia criativa ficou mais conhecida como política econômica destinada a alavancar o crescimento do Reino Unido, em um esforço de avaliação do impacto das atividades criativas na balança comercial. O Relatório de Economia Criativa 2013 informa que o comércio mundial de bens e serviços criativos, os quais envolvem os artigos multimídia, músicas, livros, filmes, obras de arte, trabalhos de design gráfico, moda e design totalizaram um recorde de US\$ 624 bilhões em 2011 e mais do que duplicou entre 2002 e 2011. Além disso, nesse mesmo período, as exportações de produtos do segmento registraram aumento médio anual de 12,1% nos países em desenvolvimento. A contribuição de atividades culturais privadas e formais representa, em média, 5,2% do PIB (Produto Interno Bruto), indicador esse que mede a soma de riquezas produzidas pelo país em 40 países pesquisados pela Unesco. Como exemplo, são citados países como Bósnia e Herzegovina, com contribuição da indústria criativa em 5,7% do PIB, Equador (5%), Argentina (3,5%) e Colômbia (3,4%) (SEBRAE, 2016).

Os setores relacionados à economia criativa no Brasil em 2014 empregaram cerca de 892 mil pessoas por meio de mais de 251 mil empresas e movimentaram cerca de R\$ 126

bilhões. Isso equivale a 2,6% do PIB. No período de 2004 a 2013 o PIB da Indústria Criativa avançou 69,8% em termos reais, acima do avanço de 36,4% do PIB brasileiro nos últimos dez anos. A Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN, 2013) tomou como base a massa salarial gerada por empresas da indústria criativa nesse ano e o resultado coloca o Brasil entre os maiores produtores de criatividade do mundo, superando Espanha, Itália e Holanda. No entanto, há um longo caminho a ser percorrido para que o País alcance o patamar do Reino Unido, da França e dos Estados Unidos, onde a economia criativa é bastante expressiva (OLIVEIRA, 2015).

O estudo da Firjan (2012) aponta ainda que o mercado formal de trabalho da Economia Criativa representa 1,8% do total de trabalhadores brasileiros e o segmento que mais emprega mão de obra é o de Arquitetura e Engenharia, com 230 mil trabalhadores, seguidos de Publicidade e *Design*, que emprega 100 mil profissionais cada. A cadeia da moda também aparece em destaque no estudo, tendo em vista que responde por quase 30% da cadeia da indústria criativa, com 620 mil estabelecimentos no País. Além dos benefícios econômicos, a Economia Criativa também contribui significativamente para o desenvolvimento social. Seu potencial para gerar bem-estar, auto-estima e qualidade de vida em indivíduos e comunidades, por meio de atividades prazerosas e representativas das características de cada localidade, estimula o crescimento inclusivo e sustentável, defende a publicação.

Com esse olhar e na ansiedade de tornar as cidades mais atrativas para os investidores e para a população de um modo geral, as políticas públicas passaram a identificar possibilidades de desenvolvimento em seu próprio território através do incentivo à economia criativa, muitas vezes impulsionada pelo entretenimento ofertado pelo setor de arte e cultura.

A cultura de um povo, segundo Boisier (2009) se faz presente como um dos principais agentes influenciadores do desenvolvimento de uma localidade. A produção de bens ou serviços identificados pela criatividade, traz ganhos expressivos na divulgação de uma região. A venda de uma imagem positiva através do contágio empreendedor defendido por Julien (2010), dissemina experiências e conhecimentos envolvidos pelo ambiente acolhedor característico do povo mineiro. Esses conceitos vêm ao encontro dos anseios da gestão pública em promover o desenvolvimento e justifica um estudo mais detalhado das áreas que envolvem a cultura e a sua influência na Economia Criativa do município.

Com o advento da nova política cultural proposta pelo Governo Federal, através da criação do Sistema Nacional de Cultura (SNC) e a abertura de novos incentivos para os municípios, emergiram questões como objetos para essa pesquisa e que visam contribuir para o maior entendimento da relevância desse sistema dentro da economia criativa e da sua atuação como agente indutor do fortalecimento do empreendedorismo regional.

O valor destinado pelo governo federal para o Fundo Nacional de Cultura (FNC) no ano de 2015 foi de R\$ 146,55 milhões de reais (TELE.SÍNTESE, 2015). O financiamento do Sistema Nacional de Cultura (SNC) estabelece que a União destinará, no mínimo, 30% dos recursos do FNC aos estados, municípios e ao Distrito Federal, por meio de transferência à fundos públicos (SNC, 2012). A transferência é condicionada à existência do Sistema Municipal de Cultura (SMC) com pelo menos um Plano de Cultura aprovado, o Fundo de Cultura aberto com conta exclusiva junto ao Plano Plurianual (PPA) e o Conselho Municipal de Política Cultural (CMPC) instituído. Os estados e municípios que saírem na frente e constituírem seus Sistemas Municipais de Cultura serão os primeiros beneficiados na captação desses recursos.

A Secretaria Municipal de Cultura e Turismo (SMCT) de Itajubá possui um cadastro de artistas que data de 2011 onde muitos dos contatos ali existentes já estão desatualizados.

Em reunião realizada entre os artistas no mês de dezembro de 2013, no IMMA, em Itajubá/MG, foram discutidas formas de minorar as dificuldades encontradas pelos artistas locais em participar de eventos promovidos pelo Poder Público e a obtenção de patrocínios para a realização de seus projetos culturais. A Lei Municipal de Cultura ainda não tinha sido aprovada, o que impedia a criação do Conselho Municipal de Política Cultural (CMPC) e por consequência a participação da sociedade civil nas tomadas de decisão do setor. A priorização das ações era definida pela SMCT, que não detinha um planejamento orçamentário exclusivo, o que dificultava a distribuição e a utilização de recursos para a realização de projetos fora do calendário fixo do município, além de dar prioridade aos interesses políticos da gestão. Nesse momento percebe-se a necessidade e a oportunidade para a criação e implantação do Sistema Municipal de Cultura (SMC) como ferramenta de gestão pública compartilhada e a abertura de novas possibilidades de captação de recursos junto ao Fundo Nacional de Cultura para viabilizar os projetos culturais no município.

Os recursos repassados pela Prefeitura Municipal de Itajubá à Secretaria de Cultura e Turismo são suficientes apenas para manter a máquina pública em funcionamento, de forma que não há folga para ampliação das atividades culturais e valorização dos profissionais envolvidos.

Diante desse cenário, o problema de pesquisa se caracteriza pela falta de estruturação e existência de um sistema municipal de cultura que priorize e viabilize a captação de recursos junto aos governos federal e estadual para incentivar e fomentar o desenvolvimento das atividades culturais no município e região.

O objetivo geral desta pesquisa é analisar o processo de criação e estruturação do Sistema Municipal de Cultura e a sua influência na economia criativa do município de Itajubá - MG.

Os objetivos específicos são:

- Unificar os registros de cadastros de artistas para identificar setores culturais;
- Analisar a implantação dos componentes do Sistema Municipal de Cultura;
- Analisar a participação da Economia Criativa no município;
- Criar um protocolo de implantação de Sistema Municipal de Cultura.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 ECONOMIA CRIATIVA

A economia criativa despontou em 1994 como um conjunto de atividades econômicas ligadas às artes, à cultura, às novas mídias e à criatividade em geral, com forte conteúdo de intangíveis que requer habilidades especiais da força de trabalho, além de apresentar estreita relação com os avanços científicos e tecnológicos (SERRA & FERNANDEZ, 2014).

A origem do termo Economia Criativa ficou conhecida no anúncio do projeto *Creative Nation*, na Austrália em 1994, que buscava preservar e valorizar o patrimônio cultural nacional do governo federal daquele país (*Department of Communications and the Arts of Australia*). Também é atribuída a um artigo do jornalista Peter Coy, publicado pela revista *Businessweek* em 2000, no qual o mesmo destaca o papel dos grandes conglomerados, na nova economia baseada no conhecimento que estaria se formando (HOWKINS, 2001).

A globalização das culturas aflora novos pontos de vistas que criam novos processos de interação e novos comportamentos que repensam os paradigmas da sustentabilidade. Para Reis (2007), a Economia Criativa acontece toda vez que o homem gera renda ou fluxo econômico baseado em uma produção que valoriza a singularidade, o simbólico e aquilo que é intangível, como por exemplo, a criatividade.

O envolvimento das Organizações das Nações Unidas (ONU) por meio da *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) e da *United Nations Conferences on Trade and Development* (UNCTAD) trouxe uma nova luz à discussão e difundiu os conceitos de Economia Criativa em escala global.

A UNESCO desenvolveu pesquisas sobre o setor cultural e pode se destacar o *Framework for Cultural Statistics* e que vem sendo atualizado desde 1986. Nesse relatório são consideradas atividades culturais: artes performáticas e música; artes visuais e artesanato; audiovisual e mídia interativa; *design* e serviços criativos (como arquitetura e publicidade);

livros e edição; preservação do patrimônio cultural e natural. A responsabilidade de criação e coordenação da Rede de Cidades Criativas, tem aberto possibilidades de desenvolvimento local com base em vocações criativas e conecta cidades pelo mundo através de um "Selo Cidade Criativa" que passam a compartilhar experiências e práticas bem sucedidas de desenvolvimento local. Atualmente 47 cidades pelo mundo receberam esse selo, distribuindo entre "Cidade da Literatura", "Cidade do Cinema", "Cidade da Música", "Cidade das Artes Folclóricas e do Artesanato", "Cidade do *Design*", "Cidade da Mídia" e "Cidade da Gastronomia". Na América Latina, a cidade de *Buenos Aires* na Argentina e a cidade de Curitiba no Brasil receberam o selo de "Cidade do *Design*", Belém recebeu o selo "Cidade da Gastronomia", Salvador o selo "Cidade da Música", Santos o selo "Cidade do Cinema". (UNESCO, 2007; MTUR, 2015).

A UNCTAD vem realizando um grande esforço na produção e difusão de informações referentes à Economia Criativa e é responsável pela publicação bianual do *Creative Economy Reports*, em parte pelo reconhecimento do seu potencial comercial e de desenvolvimento econômico e social que promove. Apesar da UNCTAD ter cunhado a definição mais difundida da Economia Criativa, há nessa definição uma constante evolução devida às informações que constantemente vem sendo absorvidas e colaboram na construção de uma metodologia que venha a aferir a sua importância econômica. A tipologia das atividades definidas pela UNCTAD são: Artes performáticas: música ao vivo, teatro, dança e circo; artes visuais: pintura, escultura, fotografia e antiguidades; audiovisual: cinema, rádio e TV; edição e impressão: livros, imprensa e outras publicações; expressões culturais tradicionais: artesanato e festivais; *design*: interiores, gráfico, moda, jóias e brinquedos; novas mídias: *softwares*, *games* e demais conteúdos digitais; patrimônio cultural: museus, bibliotecas, sítios arqueológicos; serviços criativos: arquitetura, publicidade, pesquisa e desenvolvimento e recreação (UNCTAD, 2008).

A disseminação de informações através das novas tecnologias acelerou a codificação do conhecimento e tornou as pessoas mais ocupadas na produção e comercialização de bens intangíveis do que de bens materiais tangíveis e é o que hoje molda a chamada Economia do Conhecimento (LASTRES, CASSIOLATO & ARROIO, 2005).

2.1.1 Economia do Conhecimento

A Economia do Conhecimento é o conjunto de atividades que exigem conhecimento que podem ser transformados em informações, podem ser produzidos, estocados, transferidos, arquivados e comercializados (LASTRES & FERRAZ, 1999). Foray e Lundvall (1996) descreveram a expressão Economia baseada no Conhecimento e estabeleceram fronteiras entre conhecimento e informação, foi então que identificaram quatro diferentes tipos de conhecimento:

- *Know What*: significa "saber o que" e está baseado em fatos e informações pura e simples;
- *Know Why*: significa "saber porque" e está baseado nos princípios e leis da ciência;
- *Know How*: significa "saber como" e está baseado nas habilidades práticas e naturais;
- *Know Who*: significa "saber quem sabe" e está baseada na tática, no desenvolvimento de novos produtos que combinam diferentes tecnologias, diferentes disciplinas científicas de diferentes fontes de informação.

Castells (2000) destaca o caráter informacional e global da Economia do Conhecimento, que depende muito da capacidade dos agentes econômicos em gerar, processar e aplicar de forma eficiente a informação baseada em conhecimentos. Tem um caráter global, devido à escala em que está organizada, de como seus recursos dão suporte às atividades produtivas e aos seus mercados. Com isso, há o estreitamento entre a pesquisa científica e o desenvolvimento tecnológico, que resulta no aumento de investimentos em intangíveis, na educação e na capacitação da força de trabalho o que leva a aceleração das inovações.

A economia criativa, que está inserida na economia do conhecimento, designa atividades que têm a criatividade como seu centro de geração de valor, tem natureza intangível na maior parte dos seus produtos, grande conhecimento do processo produtivo, possui difusão rápida de suas inovações e alta flexibilidade. As atividades de Pesquisa e

Desenvolvimento (P&D), por estarem intimamente ligadas a ativos intelectuais, estão incluídas na economia criativa o que dificulta sua demarcação de fronteira com a economia do conhecimento (SERRA & FERNANDEZ, 2014).

Para Santos & Vieira (2014) a mensuração da criatividade está baseada na propriedade intelectual e parece induzir o conceito para o campo da indústria, impactada pelas atividades geradas a partir das linguagens artísticas. A chamada economia da cultura também está incluída na economia do conhecimento, sendo muitas vezes confundida com a economia criativa a qual possui um alcance maior.

2.1.2 Economia da Cultura

O conceito de economia da cultura tem origem de autores franceses cujo foco de análise eram as atividades humanas de conteúdo artístico estético. Adam Smith e David Ricardo, defensores clássicos do valor econômico, consideravam a cultura como "o domínio por excelência do trabalho não produtivo" pois para eles, todo produto tem um valor determinado pela quantidade de trabalho necessário para produzi-lo, incluindo toda a cadeia de suprimentos e equipamentos necessários para sua produção, entretanto seu valor simbólico e social deveriam ser considerados. Benhamou (2007 *apud* SERRA & FERNANDEZ, 2014) considera além da arte, a indústria cultural e identificou os seguintes elementos como base da economia da cultura: efeitos externos; investimentos de longo prazo; especificidade da remuneração. Essas variáveis envolvem muitas incertezas, têm utilidade marginal crescente e alta dependência do Estado ou da iniciativa privada para sua realização.

Para Caves (2002) a economia da cultura abarcaria apenas as chamadas "belas artes" (pintura, escultura, desenho); as artes ao vivo (espetáculos de dança, teatro, música e congêneres); a indústria cultural (cinema, gravação de discos e edição de livros); os museus e bibliotecas. Dessa forma deixa de lado as artes do universo da informação como por exemplo a *internet*. A Figura 01 ilustra o conjunto formado pelas interferências entre as economias da cultura, a economia criativa e a economia do conhecimento.

FIGURA 01 - INTERAÇÃO DAS ECONOMIAS

Fonte: SNC (2012)

É necessário destacar o caráter multidisciplinar e a convergência de áreas do conhecimento e de opções de políticas públicas trazidas pela economia criativa (CUNNINGHAM, 2002; HARTLEY, 2005) onde a procura pela convergência de talentos individuais, representadas pelas artes criativas em parceria com a indústria cultural de larga escala, traz para a economia do conhecimento um espaço onde as relações entre tecnologia e arte estão cada vez mais próximas e misturadas.

Howkins (2001) afirma que a criatividade é a habilidade de gerar novas coisas e está potencialmente ao alcance de qualquer pessoa, mas que a sua apropriação econômica ou a transformação dessa habilidade em produto criativo, dependerá da sua inserção no tecido produtivo como uma inovação. Esses produtos podem gerar renda decorrentes de patentes, marcas, *copyright*, *design* e é desse segmento que derivam as indústrias criativas.

A Economia da Cultura, segundo Santos & Vieira (2014) integra a chamada Economia Nova, dado ao seu modo de produção e de circulação de bens e serviços que é altamente impactado pelas novas tecnologias, baseado em criação e não se amolda aos paradigmas da economia industrial clássica. Esse modelo tende a ter a inovação e a adaptação às mudanças como aspectos de primeiro plano e a capacidade criativa tem mais peso do que o porte do capital.

2.1.3 Economia Criativa no Brasil

No Brasil em 2004, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) passou a elaborar indicadores culturais que receberam o nome de Sistema de Informações e Indicadores Culturais após celebração de convênio com o Ministério da Cultura (MinC). A relevância desses indicadores levou em 2011, à criação da Secretaria da Economia Criativa pertencente ao Ministério da Cultura, buscando com isso valorizar o potencial cultural e criativo nacional. Também o Serviço de Análise de Dados (SEADE) com a Fundação de Desenvolvimento Administrativo (FUNDAP, 2012) elaborou estudos para o dimensionamento da Economia Criativa no estado de São Paulo. No final de 2015 para melhor distribuição de recursos e enxugamento da máquina administrativa as atividades da Secretaria da Economia Criativa foram absorvidas por outras secretarias no MinC (OLIVEIRA, 2016).

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) trata a economia criativa como área prioritária que inclui *start-ups* de tecnologia e atividades de audiovisual, moda, artesanato, *design* e produção cultural, entre outras. Os setores ligados à economia criativa pagam salários três vezes maiores que a média de mercado e apesar de sua força na geração de renda, o setor padece de problemas como a excessiva informalidade (SEBRAE, 2016).

A economia criativa segundo a FUNDAP (2012) respondeu por 1,8% do trabalho formal no Brasil e emprega grande quantidade de jovens e desde 2009, tem um crescimento médio de 3,7% ao ano. Dessa forma, além do grande potencial de geração de empregos melhor remunerados, a economia criativa configura um campo para o desenvolvimento do empreendedorismo e de políticas públicas direcionadas para o desenvolvimento local e regional, como os aglomerados produtivos baseados na criatividade e a instalação de equipamentos urbanos de entretenimento para recuperação de áreas degradadas. A exemplo no Brasil, a ocupação das antigas estações férreas hoje transformadas em museus e/ou centros culturais e os arranjos produtivos locais (APLs) que, em decorrência do turismo e dos eventos culturais que fazem parte do calendário permanente dos municípios, transformam as localidades onde se formam. Entre esses APLs se destacam o Círio de Nazaré em Belém no

Pará, o arranjo produtivo do Turismo Religioso em Juazeiro do Norte no Ceará, o arranjo de Bordados de Caicó no Rio Grande do Norte, o Pólo de Cerâmica Artística em Cunha de São Paulo, dentre outros (SERRA, 2012).

O Plano do MinC, com foco na economia criativa dos municípios, estabelece a construção de uma dinâmica de valores, proteção e promoção da diversidade das expressões culturais nacionais, como forma de garantir a sua originalidade, a sua força e seu potencial de crescimento, alicerçando-se nos pilares da diversidade cultural, sustentabilidade, inovação e inclusão social. A construção dessa política cultural, que está ilustrada na Figura 02, foi baseada na proposta da UNESCO de 2009. Os setores criativos são formados por setores que realizam a atividade criativa, identificados como setores nucleares geradores de valor simbólico e considerados elementos principais na formação do preço; pelos setores que não são essencialmente criativos, chamados de relacionados, isto é, relacionam diretamente com os nucleares e são impactados diretamente por eles e os setores transversais considerados setores de apoio (BRASIL, 2012).

Figura 02 - Setores Criativos



Até recentemente, o escopo dos setores contemplados pelas políticas públicas do MinC se restringia àqueles de natureza tipicamente cultural (patrimônio, expressões culturais, artes de espetáculo, audiovisual e livro, leitura e literatura). Esse escopo foi ampliado,

contemplando também setores de base cultural, com um viés de aplicabilidade funcional (moda, *design*, arquitetura, artesanato).

O artesanato, por sua vez é uma atividade regulamentada e reconhecida como profissão através da Lei 13.180 de 22 de outubro de 2015 a qual visa beneficiar cerca de 10 milhões de artesãos brasileiros (DIÁRIO GAÚCHO, 2015). Na Figura 03 segue representada a atual descrição dos setores criativos e suas categorias.

Figura 03 - Categorias dos Setores Criativos

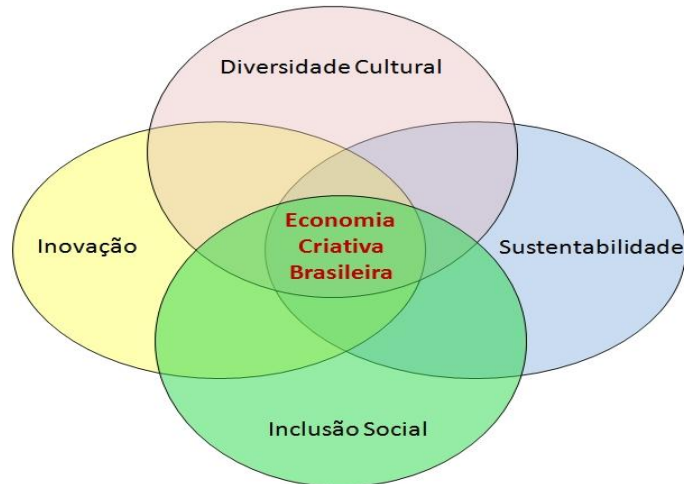


Fonte: BRASIL, 2012.

O processo de planejamento estratégico do MinC gerou a necessidade de ultrapassar os conceitos e definições dos setores criativos e da economia criativa brasileira para estabelecer quais seriam os princípios norteadores das políticas públicas de cultura. Desta forma, ficou definido que a Economia Criativa Brasileira incorpora a importância da diversidade cultural do país, a percepção da sustentabilidade como fator de desenvolvimento local e regional, a inovação como vetor de desenvolvimento da cultura e das expressões de

vanguarda e a inclusão produtiva como base de uma economia cooperativa e solidária conforme ilustrada na Figura 04 através da intersecção destes princípios (BRASIL, 2012).

Figura 04 - Princípios Norteadores da Economia Criativa



Fonte: BRASIL, 2012.

A estruturação da economia criativa brasileira, defendida pelo Minc (BRASIL, 2012), parte de dois vetores de atuação: o de perspectiva macroeconômica e microeconômica, ilustradas na Figura 05. Cada um visa o desenvolvimento e monitoramento, a partir de programas e projetos que orientam a institucionalização de territórios criativos, o desenvolvimento de estudos e pesquisas e a proposição de novos marcos legais para a potencialização dos setores criativos.

Figura 05 - Vetores e Eixos da Economia Criativa no Brasil



Fonte: BRASIL, 2012.

Uma pactuação federativa foi realizada em 2011 no processo de desenvolvimento de políticas públicas, no campo da economia criativa com representantes das Secretarias e Fundações de Cultura dos estados e municípios das capitais a fim de identificar as demandas locais e regionais. A consolidação das estratégias propostas foi realizada por região e por eixo de ação e foram estruturadas conforme apresentadas na Tabela 01 (BRASIL, 2012).

Tabela 01 - Estratégias da Economia Criativa para a Região Sudeste

EIXO - TERRITÓRIOS CRIATIVOS
ESTRATÉGIAS
- Mapeamento de territórios, cidades e bairros potencialmente criativos a partir de definição de critérios e ações de reconhecimento e visibilidade, intercâmbios e trocas de experiências.
- Recuperação e requalificação dos territórios a partir do fomento à economia criativa.
EIXO - ESTUDOS E PESQUISAS
- Criar rede com disponibilização de dados já existentes e alimentados por cada estado e município.
- Lançar edital ou prêmio de pesquisa na área de cultura de forma contínua no país.
- Realizar seminários transversais envolvendo universalidade e setores privados com foco na economia criativa.
EIXO - MARCOS LEGAIS
- Estudos e discussão de leis trabalhistas específicas para profissionais da cultura.
- Elaborar estudos para a avaliação e revisão da legislação visando o fomento da economia criativa.
EIXO - EMPREENDIMENTOS CRIATIVOS
- Estimular a formalização dos setores culturais.
- Sensibilizar os agentes culturais da importância das ferramentas de gestão.
- Portal de divulgação e orientação sobre editais e linhas de fomento no Brasil e no exterior com linguagem acessível.
EIXO ESTRUTURANTE - REDES E COLETIVOS
- Implementar ações de apoio a coletivos.
EIXO - FORMAÇÃO PARA COMPETÊNCIAS CRIATIVAS
- Investimentos em capacitação em diversas áreas do setor cultural.
- Troca de experiências entre editais públicos estaduais e municipais.
- Formação em gestão em vários níveis (superior, técnico, cursos livres).

Fonte: BRASIL, 2012.

No Brasil, não é possível pensar em Economia Criativa sem levar em conta, os desequilíbrios que marcam a cena do financiamento à cultura. Leis de Incentivos criadas na década de 1990, passaram de meros mecanismos de financiamento, para serem a principal política de governo para o setor cultural. O Estado deixou de atuar como indutor direto da cultura e passou a incentivar o patrocínio privado mediante benefício fiscal. A Lei Federal de incentivo à cultura nº 8.313 de 23 de dezembro de 1991, conhecida como Lei Rouanet, tem como principal eixo o mecenato. O mecenato funciona através de renúncia fiscal e é uma forma de estimular o apoio da iniciativa privada ao setor cultural. Uma vez apresentada a proposta cultural ao MinC por um proponente (pessoa física ou jurídica), esta é analisada e, caso seja aprovada, é dada a autorização para o mesmo captar recursos junto às pessoas físicas pagadoras de Imposto de Renda (IR) ou empresas tributadas com base no lucro real visando a execução do projeto (BRASIL, 2016).

Em 2013, o mecenato totalizou R\$ 1,27 bilhões sendo que por volta de 95% desse montante correspondia à renúncia fiscal e o desembolso efetivo das empresas foi de apenas 5%. Em 1993 o valor efetivo investido era de 70% e veio diminuindo ano a ano. Fica mais evidente o desequilíbrio quando se leva em conta que a parte significativa do percentual investido identificado como de origem privada, provém na realidade de empresas estatais de economia mista, tais como a Petrobrás, Banco do Brasil, Eletrobrás, Correios, Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDS) que há 20 anos têm presença expressiva na lista dos dez maiores patrocinadores (AGUSTINI & COSTA, 2014).

2.2 DESENVOLVIMENTO REGIONAL

O conceito de desenvolvimento durante o imperialismo, em meados do século XIX, assumiu um sentido de transição, uma forma de ajustamento das tradições milenares devido ao progresso e a modernização do mundo ocidental. O desenvolvimento da humanidade pode ser constatado nos inúmeros avanços sociais, econômicos, políticos e técnicos que diferenciam as sociedades primitivas das pós-modernas e que continuam ocorrendo com velocidade cada vez maior (SIEDENBERG, 2004). Latouche (1994) destaca que no processo de ocidentalização surgiu a necessidade de um ajustamento nos conceitos de desenvolvimento, mas foi na década de 1950 que o conceito foi consolidado, associado à sua aplicação em estratégias e políticas públicas.

Veiga (2006) defende a ideia que o desenvolvimento está no cerne da visão de mundo de cada época. Nela está o fundamento do processo de invenção cultural que permite ver o homem como um agente transformador do mundo. Nesse processo implica a compreensão das mudanças sociais vinculadas ao desenvolvimento regional, que envolve conhecimento das quantidades (tamanho) e das qualidades (característica) que os processos provocam no crescimento, desenvolvimento ou na evolução de uma região.

O termo desenvolvimento, segundo Siedenberg (2004) é originário de conceitos oriundos da Biologia que pode ser observado através das diferenças, variações e mecanismos existentes nos processos de mudança. Ou seja, o desenvolvimento é a consequência natural da aplicação de um mecanismo de assimilação e adaptação de habilidades individuais e pré-existentes às necessidades postas; uma espécie de *upgrade* de habilidades.

O desenvolvimento regional compete às relações sociais e econômicas desenvolvidas em um determinado espaço. Nesse espaço leva-se em conta as características geográficas locais, a sua história e a sua cultura, o que em síntese define a região (SANTOS & VIEIRA, 2014).

Regionalidade segundo Escobar (1992 *apud* LENCIONI, 1999; SANTOS & VIEIRA, 2014), é a diferenciação geográfica e histórica percebida, transmitida e representada por

membros de uma comunidade. Para o autor o regionalismo como força política nos dias atuais, pode representar uma diferenciação cultural, pois a região é sempre uma reflexão política de base territorial, que coloca em jogo um conjunto de interesses em meio de constante discussão dos limites da autonomia frente à um poder central.

Albuquerque Júnior (2008 *apud* SANTOS & VIEIRA, 2014) adverte quanto da relação entre cultura, poder e como se constroem historicamente as representações espaciais na sociedade. O autor defende que ao se perceber o espaço onde operam os cinco sentidos será possível ter um senso de localização. A habilidade de articular esses sentidos potencializa a compreensão dessa região. Além disso, não há como pensar os espaços separados de suas dimensões políticas e culturais, imaginárias e simbólicas, naturais, econômicas e até sensíveis, porque o homem estabelece, através da cultura, uma segunda natureza, de bens simbólicos, operada por aparatos técnicos.

Por sua vez, Furtado (1996) questiona a possibilidade de existir um modelo que projete a economia mundial, baseado somente na observação do comportamento histórico das atuais economias industrializadas uma vez que essa visão ignoraria a especificidade do fenômeno subdesenvolvimento. O subdesenvolvimento, na visão dele, não tem nada a ver com o tempo de existência de uma sociedade, mas pode medi-lo. O autor define que, o estilo de vida moderno é o grau de acumulação de capital aplicado aos processos produtivos e o grau de acesso ao arsenal de bens finais. O crescimento depende menos da introdução de novos produtos e mais da distribuição do uso de produtos mais conhecidos. Desse modo, a concentração de renda em países de mais alto nível de consumo, provoca aumento de pressão sobre os recursos não reprodutíveis. É relevante observar que a desigualdade do desenvolvimento em países periféricos é maior dentro deles mesmos do que quando comparados com outros países economicamente mais avançados. Logo, se a população dos países periféricos tivesse que viver como vivem a população de outros países mais desenvolvidos, não sobreviveriam, pois suas rendas seriam insuficientes para o elevado padrão de consumo. O autor conclui que os excluídos são um grande entrave para a evolução do sistema.

As políticas de desenvolvimento, de acordo com Boisier (1996) estão baseadas em indicadores socioeconômicos, uma vez que permitem comparar regiões, justificar estratégias e amparar decisões políticas. Porém, devem ser entendidos como uma unidade de medida

parcial e substitutiva, a não ser que inclua a população de forma igualitária e participativa. Na política, os indicadores têm a finalidade de quantificar determinada concepção de desenvolvimento (SIEDENBERG, 2003). O desenvolvimento, segundo Sachs (2000), é uma concepção enraizada por mais de dois séculos na sociedade, mas que requer um novo olhar capaz de promover à organização e ações políticas que atuem no desenvolvimento desigual.

Para Boisier (2001) o desenvolvimento regional consiste em um processo de troca estrutural localizada que se associa a um permanente processo de progresso da própria região, da comunidade que habita nela e de cada indivíduo membro dessa comunidade e habitante desse território. É a combinação de três dimensões: espacial, social e individual. O progresso de uma região deve ser entendido como a transformação sistemática do território regional em um sujeito coletivo. O progresso de uma comunidade se entende como o processo de fortalecimento da sociedade civil e uma percepção de pertencimento regional. O progresso de cada indivíduo se deve interpretar como a remoção de todo tipo de barreiras que impede uma determinada pessoa da comunidade, habitante da região, de alcançar sua plena realização como pessoa humana.

Para Schumpeter (1997) o desenvolvimento de uma região e a inserção de novos bens e serviços no mercado está intrinsecamente relacionado à criação de bem-estar para a sociedade. Para o autor, o papel central do crescimento econômico é a justiça social e destaca a figura do empreendedor, na vida econômica, como o agente do sucesso que depende da intuição e da capacidade de "ver" as coisas. A relação do empreendedor com a inovação na criação de novos mercados é o que inicia a mudança econômica pois encoraja os consumidores a desejarem novas coisas, ou coisas que diferem de alguma forma daquelas que têm o hábito de consumir. A substituição de antigos produtos e hábitos de consumir por novos é a chamada "destruição criativa" e que, segundo o autor, descreve o processo de desenvolvimento econômico.

Com um foco no ganho social Enkington (2012) defende que, para garantir um desenvolvimento sustentável, é necessário não somente dar atenção aos fatores econômicos, mas também é preciso ter uma visão socioambiental mais ampla que contemple a prosperidade econômica, a qualidade ambiental e a equidade social. Dessa maneira os projetos sociais por meio da inovação podem ser o arcabouço para uma mudança socioambiental mediante o empreendedorismo sustentável (SRIDHAR, 2011). O

empreendedorismo sustentável tem como objetivo a preservação da natureza, o suporte à vida e à comunidade, e persegue oportunidades em trazer à existência futuros produtos, processos e serviços lucrativos, onde o ganho é amplamente construído de forma a incluir fatores econômicos e não econômicos para os indivíduos, a economia e a sociedade (SHEPHERD & PATZELT, 2011).

Na visão de Harvey (2005), a necessidade dos administradores das cidades disputarem recursos para a realização de seus planos de governo, provocou competição entre cidades para maximizar suas potencialidades e atraírem ainda mais recursos. Essa perspectiva analítica de desenvolvimento com foco na diferenciação é compreendida na administração estratégica como vantagem competitiva. Já dizia Drucker (2002) que o planejamento de longo prazo é estratégico e é um processo contínuo que necessita do maior conhecimento possível do futuro para se tomar decisões atuais que envolvam riscos, isto é, não lida com decisões futuras mas com um futuro de decisões presentes.

No entanto, para Boisier (1997) os principais agentes do crescimento endógeno são as pessoas, moradoras das regiões, pois são elas que determinam a acumulação de capital, assim como o progresso da tecnologia. O autor constrói o conceito de desenvolvimento regional endógeno e se refere às pessoas "de carne e osso" e não às categorias abstratas e definitivas. Conforme sua retórica, o desenvolvimento é um processo decisório complexo, sendo que quem toma as decisões são pessoas com alguma representação na sociedade e que mantêm entre si relações de confiança e sinergia.

O desenvolvimento regional, segundo Julien (2010), pode ser produzido pelo contágio empreendedor e é promovido por meio de redes inteligentes, capital social e pela circulação de informações e conhecimentos. Nesse contexto, a informação transformada em conhecimento e disseminada na sociedade é uma forma de se reduzir a incerteza, a ambiguidade e alimentar a inovação. Para o autor, a realidade das organizações é o resultado do ambiente que as cerca, da cultura do empresariado e do empreendedor, de suas famílias e da sociedade a qual o empreendimento faz parte. O contágio empreendedor pode ser dividido em etapas. Primeiramente é necessário observar se há, na região, empreendedores capazes de compartilhar suas experiências, além de serviços de estruturação e suporte. O Estado por sua vez, deve definir o alvo, conectar, apoiar, estimular e facilitar. Deve reconhecer e definir os atores de mudança (empreendedores e empresas) para auxiliar no desenvolvimento das redes

que conectem as informações produzidas pelos estudiosos com os que delas necessitam. Há a necessidade que o Estado forneça auxílios, tais como financiamentos e técnicos adaptados à necessidade de cada região, além de incentivar a inovação, a fim de facilitar a aprendizagem dos que estão envolvidos nesse desenvolvimento. Contudo, defende o autor, se todas as regiões podem se tornar aprendizes para se distinguirem entre si e serem cada vez mais competitivas, o caminho que empregam para chegar a isso e os resultados obtidos serão diferentes, pois os atores e as condições jamais serão iguais.

Para Baron e Shane (2007) existem fatores relacionados aos indivíduos empreendedores, às suas relações com seus sócios, clientes, investidores, fornecedores, dentre outros e à sociedade como um todo envolvidos pelas leis e regulamentações governamentais, condições de mercado, etc., que alteram os resultados do desenvolvimento local. No centro do processo empreendedor, destacam-se a intersecção entre as oportunidades geradas pelas condições sociais, tecnológicas e econômicas em mudança e as pessoas que sabem distinguir oportunidades valiosas e que são capazes de explorá-las de forma efetiva.

Para Florida (2011) lugares bem sucedidos não oferecem um único atrativo, proporcionam diversas opções para diversos tipos de pessoas em diferentes estágios da vida. Para o autor, os líderes das cidades encontram meios de incentivar a cena musical local pode ser tão importante quanto investir em negócios de alta tecnologia e bem mais eficaz do que construir grandes obras. Segundo sua teoria do "Capital Criativo", o crescimento econômico regional é promovido pelas escolhas geográficas dos indivíduos criativos que dão preferência a lugares diversificados, tolerantes e abertos às novas ideias. Defende que o capital criativo é mais importante para o crescimento regional do que o capital humano e a alta tecnologia. O capital criativo está relacionado à especialização e a diversidade. Para que se possa entender a nova geografia econômica da criatividade e seu impacto nos resultados econômicos, Florida (2011) sugere que a base do desenvolvimento econômico é o equilíbrio entre os "3 T": Tecnologia, Talento e Tolerância. Nesse caso, cada uma das condições é necessária, mas sozinha é insuficiente para atrair indivíduos criativos, gerar inovação e estimular o crescimento econômico. Os lugares que atraem pessoas criativas é onde o setor de alta tecnologia cria raízes (Tecnologia).

Segundo Jacobs (2009), as grandes cidades são lugares em que as pessoas de praticamente qualquer perfil são bem-vindas para transformar sua energia e suas ideias em

inovações e prosperidade (Tolerância). Para Florida (2011), os músicos, artistas, boêmios, gays e indivíduos integrantes da classe criativa tecnológica de um modo geral, preferem lugares que estão abertos e diversificados (Talento). Para o autor, a combinação dos 3T's é ideal e quanto maior os índices de Tecnologia, Tolerância e Talento mais próspera será a região.

Boisier (1997) defende que é preciso ter responsabilidade endógena de forma a maximizar as potencialidades de ganho, criar conhecimentos pertinentes e orientados por uma política nacional de desenvolvimento regional com vistas para evitar a descentralização descontrolada. A teoria do desenvolvimento geográfico desigual, tratada por Theis (2009) constitui na busca da espacialidade do desenvolvimento e portanto uma natureza especificamente geográfica da desigualdade socioeconômica entre regiões e países. Na tentativa de propiciar uma concepção de desenvolvimento que contemple a noção de espaço como relativo e relacional, Boisier (1996) ressalta a importância da sinergia como fundamento do desenvolvimento regional endógeno e sobretudo com base na capacidade local e regional de inovação, peça chave do desenvolvimento contemporâneo. Boisier (2009) defende que os fatores necessários para o desenvolvimento de uma região se resumem em unir esta região aos seus recursos intangíveis, com seus conhecimentos populares implícitos (VERTZ, 1994), com o conhecimento científico de uma universidade regional e os investimentos garantidos pelo Estado. O autor conclui que o desenvolvimento endógeno é a capacidade de inovar a nível local. Esse pensamento está estruturado através do modelo representado na Figura 06 a seguir.

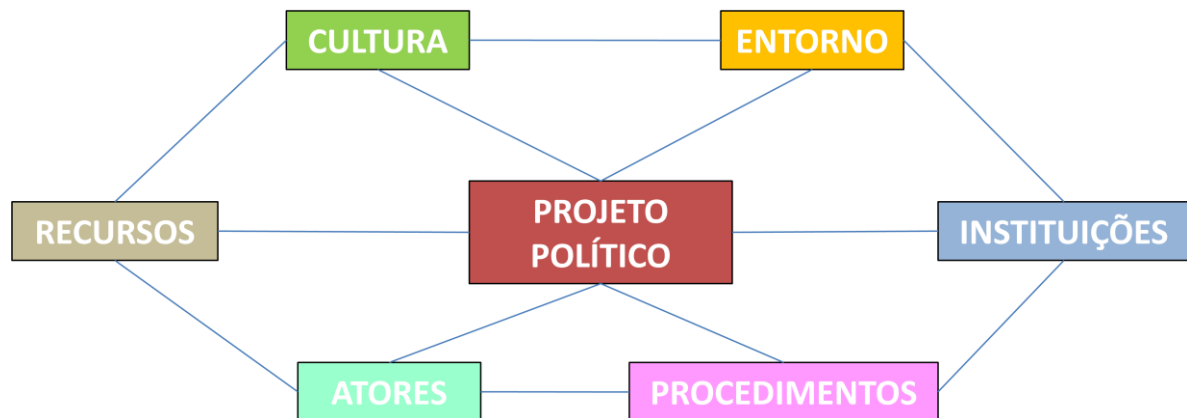
Figura 06 - Fatores do Desenvolvimento Regional



Fonte: Boisier (2009, p.23)

O desenvolvimento de um território organizado, segundo Boisier (1996), depende da existência, da articulação e das condições de manejo de seis elementos básicos: atores, instituições, cultura, procedimentos, recursos e entorno que formam o hexágono do desenvolvimento regional, ilustrado na Figura 07 a seguir.

Figura 07 - Hexágono do Desenvolvimento Regional



Fonte: Boisier (1996, p.139)

- Atores: são os agentes do desenvolvimento, é necessário identificá-los por categorias: de natureza individual, coletiva e corporativa.
- Cultura: a cultura do desenvolvimento se manifesta de duas maneiras: a cultura competitiva/individualista, capaz de gerar crescimento, mas sem a capacidade de gerar um verdadeiro desenvolvimento e a cultura cooperativa/solidária, capaz de gerar equidade sem crescimento, o importante é achar uma forma de combinar essas duas maneiras. É importante pesquisar a capacidade da cultura do lugar em produzir auto-referência, isto é, a identificação da sociedade com seu próprio território.
- Recursos: são quatro as categorias de recursos que interessam para o desenvolvimento: os materiais (naturais, infra-estrutura e capital), recursos humanos (qualidade, vinculação regional e contemporaneidade), recursos psicossociais (autoconfiança coletiva, vontade coletiva, perseverança, consenso) e os recursos de conhecimento fundamental para o desenvolvimento no século XXI na chamada "sociedade do conhecimento" (SAKAIYA, 1994; DRUCKER, 1993).

- Instituições: o que realmente interessa no exame da institucionalidade regional é avaliar em que medida as instituições existentes públicas e privadas são flexíveis, velozes, inteligentes e virtuais. As instituições regionais estão envolvidas nos custos de transações e devido a uma maior sinergia esses custos são menores pois compartilham dos mesmos códigos culturais, mesmo sistema jurídico e inseridas no conjunto de relações propícias de cooperação e concorrência. Para se definir o mapa institucional de uma região é necessário estudar os organismos de governo, as diretorias dos serviços públicos, as empresas públicas, a universidade, a imprensa local, as associações de caráter cooperativo e agremiações, as principais organizações não-governamentais (ONGs) e os municípios.

- Procedimentos: O mais importante é o procedimento que se refere à natureza da gestão do governo territorial, seguido pelos procedimentos administrativos concernentes ao manejo cotidiano do governo e a prestação de serviços comunitários. Os quatro componentes essenciais para uma boa administração, segundo Boisier (1996) são: o manejo orçamentário, a administração de pessoal, a gestão de projetos de investimento e as relações públicas.

- Entorno: se configura com o tudo que é externo à região sobre as quais não se tem controle, apenas a capacidade de influência.

O desenvolvimento de um território organizado não depende apenas da existência dos seis elementos acima citados, nem da sua qualidade, mas depende basicamente do seu modo de articulação. Em qualquer território organizado devem ser avaliados dois aspectos: a estrutura de cada elemento e como eles se articulam entre si. A tarefa básica é modernizar seus componentes e gerar um projeto coletivo que os articule e direcione (BOISIER, 1996).

2.3 POLÍTICA PÚBLICA

Um dos maiores desafios lançados à política pública orientada pela ética e ao modo de ser cuidado é, indubitavelmente, o dos milhões de pobres, oprimidos e excluídos de nossas sociedades (BOFF, 1999). Nos últimos anos, com as mudanças econômicas mundiais, as políticas públicas passaram a protagonizar com maior incidência o lado social. Muito se deve ao questionamento da sociedade quanto ao efetivo papel do Estado, diante da desigualdade social e dos direitos de cada cidadão (VITÓRIA & EMMENDOERFER, 2015).

A política pública, enquanto área do conhecimento, nasceu nos Estados Unidos e concentrava seus estudos mais na área de análise do Estado e suas instituições. Mais tarde, na Europa surge como um desdobramento dos trabalhos baseados em teorias explicativas sobre o papel do Estado e do governo como produtor por excelência de políticas públicas (SOUZA, 2006).

Na área do governo, a introdução da política pública como ferramenta de decisões é produto da Guerra Fria e da valorização da tecnocracia como forma de enfrentar suas consequências. Nos Estados Unidos seu introdutor foi Robert McNamara em 1948, que estimulou a criação da *RAND Corporation*, organização não governamental financiada por recursos públicos e considerada a precursora dos *think tanks* (organizações que atuam no campo dos grupos de interesse, produzindo e difundindo conhecimento sobre assuntos estratégicos, com vistas a influenciar transformações sociais, políticas, econômicas ou científicas). O trabalho de aplicar métodos científicos às formulas e decisões do governo sobre problemas públicos se expande depois para outras áreas da produção governamental, inclusive para a política social (PARSONS, 1997).

Considera-se que a área de políticas públicas contou com quatro grandes nomes fundadores, são eles: Harold Laswell que introduziu a expressão *policy analysis* como forma de conciliar o conhecimento científico/acadêmico com a produção empírica dos governos e também como forma de estabelecer um diálogo entre cientistas sociais, grupos de interesse e governo; segundo Hebert Simon, a racionalidade limitada não é exclusividade dos gestores públicos a qual, a seu ver, pode ser maximizada até um ponto satisfatório através da criação

de um conjunto de regras e incentivos que enquadre o comportamento dos atores e o modele na direção de resultados desejados, impedindo a maximização de interesses próprios; Charles Lindblom que propôs a incorporação de outras variáveis à formulação e a análise de políticas públicas, tais como as relações de poder e a integração em diferentes fases do processo decisório o que não teria necessariamente um fim ou um princípio e, por fim, David Easton que contribuiu para definir a política pública como um sistema que cria uma relação entre formulação, resultados e o ambiente (SOUZA, 2006).

Lyn (1980) define políticas públicas como um conjunto de ações do governo que irão produzir efeitos específicos e Peters (1986) define política pública como sendo a soma das atividades dos governos que agem diretamente ou através de delegação e que influenciam na vida dos cidadãos. Mead (1995) define políticas públicas como um campo dentro do Estado que analisa o governo à luz de grandes questões públicas e Dye (1984) sintetiza a definição como sendo "o que o governo escolhe fazer ou não fazer" .

A definição mais conhecida de políticas públicas é a de Laswell, onde decisões e análises sobre política pública implicam em responder as seguintes questões: quem ganha o quê, por quê e que diferença faz". As muitas definições de políticas públicas, mesmo as minimalistas, focam o olhar em torno dos interesses, preferências e ideias, e isso é governar. Essas definições assumem, em geral, uma visão holística na perspectiva de que o todo é mais importante do que a soma das partes e que indivíduos, instituições, interações, ideologia e interesses contam, mesmo que existam diferenças sobre a importância relativa destes fatores (LASWELL, 1936 *apud* SOUZA, 2006).

2.3.1 Política Pública Cultural no Brasil

No Brasil, a organização da sociedade estruturada politicamente e sob determinado modelo de democracia ganhou maior significado a partir da segunda metade do século XX, quando se admitiu a sua importância para o desenvolvimento do país e as ações políticas pensadas para a área social começaram a ganhar força, inclusive no planejamento público (REZENDE, 2012).

A Constituição de 1988 estabeleceu que o Brasil é uma República Federativa constituída pela união indissolúvel de Estados, Distrito Federal e Territórios. A separação de poderes se dá entre os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário de forma harmônica e independente. Os municípios passaram a ser considerados entes autônomos da federação. O Poder Legislativo será exercido pelo Congresso Nacional, o Poder Executivo pelo Presidente da República e ministros e o Poder Judiciário pelo Supremo Tribunal Federal e tribunais de justiça (BRASIL, 1988).

Ao longo da década de 1990, foram surgindo as organizações não governamentais (ONGs) que se fortaleceram devido as descentralizações e localização das políticas públicas. A descentralização nasceu nos anos 1980, e se consolidou como um dos princípios fundamentais na discussão constituinte acerca do novo formato institucional que as políticas sociais deveriam ter. A ideia de constituir um sistema político e administrativo em que as atribuições na área social fossem compartilhadas pelas diferentes esferas de governo, requeria a confecção de inúmeros pactos políticos entre a União, os estados e os municípios para consolidar as respectivas responsabilidades referentes à formulação, ao financiamento, à execução e à fiscalização das ações. Entretanto, ainda que a descentralização, como princípio fundamental da gestão pública, tenha se mantido no discurso oficial, avançou-se quase que exclusivamente na descentralização do gasto, com transferência massiva das responsabilidades de implementação das ações a estados e município, os quais se viram em grande parte despreparados para tal assunção (IPEA, 2011).

A política pública cultural no Brasil é coordenada pelo Ministério da Cultura (MinC) que tem como meta formular e implantar políticas públicas culturais em um Estado

democrático, através de encontros, câmaras setoriais, seminários, consultas públicas e conferências com a participação da sociedade (MELO, 2013).

As políticas de fomento e incentivo nas áreas de letras, artes, folclore e nas diversas formas de expressão da cultura nacional, tem como objetivo preservar o patrimônio histórico, arqueológico e artístico. O MinC é composto por órgãos colegiados com sete entidades vinculadas, sendo três autarquias e quatro fundações que abrangem campos de atuação determinados: o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), Instituto Brasileiro de Museus (Ibram), Agência Nacional do Cinema (Ancine), Fundação Casa de Rui Barbosa (FCRB), Fundação Cultural Palmares (FCP), Fundação Nacional das Artes (Funarte) e Fundação Biblioteca Nacional (FBN) (BRASIL, 2016).

O Plano Nacional de Cultura (PNC) tem por finalidade o planejamento e implementação das políticas públicas até 2020. Seus objetivos são de fortalecimento institucional e definição de políticas públicas que assegurem o direito constitucional à cultura; a proteção e promoção do patrimônio e da diversidade étnica, artística e cultural; a ampliação do acesso à produção e fruição da cultura em todo o território; a inserção da cultura em modelos sustentáveis de desenvolvimento socioeconômico e o estabelecimento de um sistema público e participativo de gestão, com um acompanhamento e avaliação das políticas culturais. São 53 metas definidas pelo PNC estabelecidas por meio da ampla participação da sociedade e gestores públicos. O envolvimento de todos os entes federados formará o então Sistema Nacional de Cultura (SNC, 2012).

2.3.2 Sistema Nacional de Cultura

O Estado brasileiro a partir da Constituição Federal de 1988 conhecida como "Constituição Cidadã", fundou as bases para a criação de diversos mecanismos de participação e controle social das políticas públicas e ações do Estado. Dentro desses mecanismos se destacam alguns componentes do Sistema Nacional de Cultura tais como os Conselhos de Políticas Públicas, as Conferências Nacionais, Orçamentos Participativos, entre outros. Os conselhos gestores de políticas públicas são considerados espaços públicos de composição plural entre Estado e sociedade civil, de natureza deliberativa, cuja função é formular e controlar a execução das políticas públicas setoriais para a democratização da gestão, possui força legal para influir no processo de produção das políticas públicas, redefinir prioridades, os recursos orçamentários públicos a serem atendidos, investimentos, etc., partilhando assim o poder.

O MinC em atuação conjunta com o Congresso Nacional, instituiu a Lei nº 12.343/2010 do Plano Nacional de Cultura. O Sistema Nacional de Cultura foi instituído pela PEC nº 34/2012 e estão em tramitação a PEC nº 150/2003, que vincula à cultura recursos orçamentários da União, estados e municípios e o PL nº 6.722/2010, que institui o Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura – Procultura, que substituirá a atual lei de incentivo conhecida como Lei Rouanet (BRASIL, 2012).

O Sistema Nacional de Cultura interliga e interage a sociedade civil com os entes federativos da República Brasileira e seus respectivos sistemas de cultura. As leis, normas e procedimentos pactuados definem essa interação e a Política Nacional de Cultura e o Modelo de Gestão Compartilhada constituem seus princípios conforme ilustrado na Figura 08 a seguir (BRASIL, 2011).

Figura 08: Princípios do Sistema Nacional de Cultura



Fonte: SNC (2012, p.25)

Para atingir os seus objetivos, cada município deve organizar seu modelo de gestão junto ao SNC, com os seguintes componentes conforme ilustrado na Figura 09.

Figura 09 - Elementos Construtivos do Sistema de Cultura



Fonte: SNC (2012, p.26)

Na cartilha fornecida pelo MinC, dedicada aos municípios, o SNC dispõem que os Sistemas Municipais de Cultura (SMC) tenham, no mínimo, cinco componentes: Secretaria de Cultura (ou órgão equivalente), Conselho Municipal de Política Cultural (CMPC), Conferência Municipal de Cultura (CMC), Plano Municipal de Cultura (PMC) e Sistema Municipal de Financiamento da Cultura (SMFC) através da criação do Fundo Municipal de Cultura (FMC). O FMC deve ter conta independente e prevista dentro do Plano Plurianual (PPA) do município.

O Plano Plurianual (PPA) é um instrumento previsto no art. 165 da Constituição Federal destinado a organizar e viabilizar a ação pública, com vistas a cumprir os fundamentos e os objetivos da República. Por meio dele, é declarado o conjunto das políticas públicas do governo para um período de quatro anos e os quais devem ser os caminhos a serem trilhados para viabilizar as metas previstas. O PPA orienta o Estado e a sociedade em busca dos objetivos da República e apresenta a visão de futuro para o País e permite que a sociedade tenha uma maior participação e controle sobre as ações do governo. A Lei Orçamentária Anual (LOA) contempla os orçamentos fiscal, da seguridade social e de investimentos. O seu vínculo com o PPA se dá por meio dos Programas e das Iniciativas do Plano que estão associadas às Ações constantes da LOA (MPOG, 2016).

As contas do FMC devem estar contidas na LOA e na Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO) do município de forma a garantir a realização e repasses federais e estaduais. O PPA, juntamente com a LDO e a LOA são leis instituídas pela Constituição Federal - art. 165. A LDO deve ser compatível com o PPA e estabelece o conjunto de metas e prioridades da Administração Pública e orienta a elaboração da LOA para o ano seguinte. Deve haver, portanto, uma compatibilidade entre o PPA, a LDO e a LOA. Contudo, vale ressaltar que a abrangência do PPA e da LDO vai além da dimensão orçamentária. A proposta de Plano Plurianual deve ser elaborada pelo Poder Executivo durante o primeiro ano de mandato do Prefeito, passa pela aprovação da Câmara e a sanção final do Prefeito. O Plano deve orientar a ação de governo e vigora do segundo ano ao quarto ano do mandato do prefeito atual e vai até o primeiro ano do próximo mandato. Para os pequenos e médios municípios, devido a estrutura enxuta de gestão, o Sistema de Informações e Indicadores Culturais, os Sistemas Setoriais e o Programa de Formação na Área da Cultura não têm obrigatoriedade de serem instituídos de imediato (BRASIL, 2012).

A lei do Procultura trata do financiamento do SNC estabelece que a União destinará, no mínimo, 30% (trinta por cento) dos recursos do Fundo Nacional de Cultura (FNC) aos estados, municípios e ao Distrito Federal, por meio de transferência a fundos públicos. A transferência está condicionada à existência, nos respectivos entes federados, de Plano de Cultura, Fundo de Cultura e Conselho de Política Cultural, com representação da sociedade, eleita democraticamente. Pelas regras, os primeiros beneficiados serão os municípios que saírem na frente e constituirão seus Sistemas Municipais de Cultura (BRASIL, 2011).

O FNC contou em 2015 com recursos no valor de R\$ 146,55 milhões e atualmente o Brasil possui 5540 municípios, sendo que 2490 estão cadastrados no SNC, o que equivale a 44,7% e no estado de Minas Gerais há 853 municípios e com 278 cadastrados no SNC, o que equivale a 32,6% (TELESINTESE, 2015).

A necessidade de financiamento da cultura, principalmente quando se refere ao aumento da diversidade cultural e regional, é de grande importância e necessária para evitar a exclusão da maior parte da população brasileira do consumo e criação cultural. Um dos caminhos para a construção de uma política pública voltada para a cultura e de caráter universal é o envolvimento dos agentes atingidos por tais políticas, e que possuem ferramentas para vencer esses obstáculos. Um dos pressupostos democráticos do SNC é o fortalecimento de instâncias coletivas de construção e fiscalização, que, inclusive fazem parte de seu protocolo de adesão à criação dos conselhos municipais e estaduais (MELO, 2013).

Segundo Coelho (2007) sem a construção de um sistema com seu devido recurso, a fórmula do desenvolvimento pela cultura continuará a ser, no Brasil, uma expressão vazia de conteúdo, boa para alimentar discursos e seminários, mas totalmente impotente para atuar sobre o real concreto.

Cada vez mais devem existir conselhos que contam com a participação da sociedade civil, fazendo compreender que todos os envolvidos com a cultura, produtores, agentes, artistas, público em geral vêm buscando formas de participar e de interferir nos processos de decisões no campo das políticas públicas culturais locais. Estão ressurgindo movimentos de valorização dessas manifestações que incentivam tanto a redescoberta de artistas da comunidade, como de novas formas de produção artístico-culturais (CALABRE, 2007).

Rubim (2010) ressalta que os conselhos precisam não só funcionar, mas operar de forma articulada, colaborativa e radicalmente democrática. Os conselheiros necessitam de formação permanente para cumprir de modo eficiente sua essencial função de conectar o Estado à sociedade para que assim o SNC se concretize.

Melo (2013) ressalta a dificuldade de implantação do Sistema Municipal de Cultura, especificamente do Conselho Municipal de Política Pública em Fortaleza - CE, devido à necessidade de se ter uma ação política que atinja às expectativas das diferentes linguagens artísticas da região e que atenda as demandas de todas as categorias representadas dentro do conselho. Segundo o autor, nas reuniões são priorizadas as discussões sobre o funcionamento do Conselho e os debates voltados para a realização do Plano de Cultura ficam em segundo plano.

Para Rezende (2012) os elementos que compõem o Sistema Nacional de Cultura no âmbito municipal, em destaque o Conselho Municipal de Política Cultural e o Plano Municipal de Cultura, são mecanismos de participação popular essenciais para conferir às políticas públicas um caráter legítimo de democratização cultural.

Vitória & Emmendoerfer (2015) descrevem que uma das grandes dificuldades de implantação do SMC decorre do fato das pessoas terem dificuldade de pensar e trabalhar de forma sistêmica. Segundo os autores, apesar da tentativa de seguir as exigências do MinC, através do cumprimento de normas e procedimentos, ainda falta muita interação entre as entidades envolvidas.

Para Marino (2012) o PNC e o SNC são avanços inegáveis à gestão pública da cultura, todavia deve ficar claro que são instrumentos e que só alcançarão seus objetivos se os atores envolvidos incorporarem sua essência, isso é, trabalhar com uma visão e desempenho sistêmico.

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa tem natureza aplicada porque objetiva gerar conhecimento para gestores públicos na aplicação prática da implantação de Sistemas Municipais de Cultura e trabalha para a solução de problemas específicos do município de Itajubá - MG, o que vem ao encontro do que defendem Silva & Menezes (2005), onde as pesquisas de natureza aplicada e práticas estão voltadas à solução de problemas específicos que envolvem verdades e interesses locais.

Com uma abordagem qualitativa que parte da crença de que há uma carência da sociedade em compreender a política cultural e uma dificuldade em trilhar os caminhos de acesso às informações, esta pesquisa necessita de uma análise de cunho interpretativo. Essa abordagem se aplica, segundo Denzin & Lincoln (2000), quando o cenário é natural e busca compreender e interpretar o fenômeno, valorizando os significados que as pessoas atribuem a ele e não requer métodos e técnicas estatísticas para a sua compreensão. A interpretação dos dados exige um raciocínio indutivo que depende fortemente do trabalho de campo que se orientará de fontes de dados múltiplos e variados.

Como procedimentos técnicos serão adotados o estudo de caso, a pesquisa documental e a pesquisa-ação. Para Yin (2005), o estudo de caso é o mais indicado quando questões do tipo "como" e "por que" tem baixo controle do pesquisador e por sua natureza estar inserida em contextos sociais. De acordo com Gil (2006), a estrutura de um estudo de caso deve obedecer a sete etapas básicas: formulação do problema, definição da unidade de caso, determinação do número de casos, elaboração do protocolo, coleta de dados, avaliação e análise dos dados e preparação do relatório. A elaboração de um protocolo de estudo de caso tem como objetivo aumentar a confiabilidade da pesquisa e para Yin (2005) é necessário contemplar as seguintes etapas: visão geral do projeto, procedimento de campo, questões do estudo de caso, guia para o relatório.

Para uma melhor percepção da cultura itajubense, foi realizada uma coleta de dados que abrange uma pesquisa documental com acesso e manejo de documentos e cadastros públicos e privados, livros históricos e impressos em geral por meio de pesquisa *in loco* e via

internet. Os dados foram agrupados para a criação de um banco de dados único que integra o cadastro geral de artistas do município de Itajubá disponibilizado no portal da Secretaria Municipal de Cultura para consulta e atualização. Para tanto foi necessária a união de todas as informações existentes em uma única planilha, foi utilizado o *software Excel* e o *software SQLServer2008_DMAddin*. Os dados disponibilizados pela Associação Caminhos do Sul de Minas foram em forma de fichas e foram dados colhidos para montagem do diagnóstico da produção artesanal da empresa Objetiva Comunicação Estratégica em parceria com o Sebrae-MG com as Associações de Artesãos Arte da Terra e Associação dos Artesãos de Itajubá. Os dados disponibilizados pela Secretaria Municipal de Cultura e Museu Wenceslau Braz foram na forma de tabela do *Word*. Os dados disponibilizados pelos produtores do FICA foram em forma de figura, os dados disponibilizados pelo IMMA foram na forma de planilha *Excel* e os dados disponibilizados pelo Centro Cades Carol Line foram em forma de contatos de rede social do grupo Cultura e Artes Itajubá - MG e Região.

A segunda coleta de dados foi realizada junto aos registros de planejamento orçamentário do município, mais especificamente o orçamento destinado à Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Itajubá, disponibilizados no site da Prefeitura Municipal, no subgrupo "Serviços" e na área de "Prestação de Contas". O acesso aos relatórios bimestrais, semestrais e anuais dos seguintes anos 2013, 2014 e 2015, estão disponibilizados pela gestão pública através do link http://www.itajuba.mg.gov.br/semfi/prest_contas.php.

A terceira coleta de dados foi realizada junto aos registros relacionados à criação e estruturação do Sistema Municipal de Cultura de Itajubá - MG.

A quarta e última coleta de dados foi realizada junto aos registros do IBGE, da Confederação Nacional do Comércio de Bens e Serviços e Turismo e da Receita Federal para identificar a parcela de contribuição formal da economia criativa no município de Itajubá - MG.

Também foi utilizado o procedimento de pesquisa-ação onde foram aplicadas ações de adequação do modelo proposto pelo Governo Federal para a implantação de Sistemas Municipais de Cultura à realidade do município durante seu processo de criação e implantação. Segundo Gil (1991), esse modelo recebe ação direta do pesquisador na forma cooperativa e participante para a resolução do problema. É mais adequada quando os

pesquisadores buscam em suas práticas, efetuar transformações e adequações na construção do caso (BROWN & DOWLING, 2001). Para Tripp & Wilson (2005) a pesquisa-ação ao mesmo tempo em que altera o que está sendo pesquisado, é limitada pelo contexto e pela ética prática, o que vem ao encontro desta pesquisa, já que o pesquisador necessita de ações imediatas e tomadas de decisões que possibilitem a viabilidade do processo e que levem em conta a relação sócio-cultural do município.

Do ponto de vista de seus objetivos, esta pesquisa tem características exploratórias, pois visa proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo explícito. Segundo Gil (1991) esse tipo de pesquisa envolve levantamento bibliográfico e assume, em geral, as formas de pesquisa documental e estudo de caso.

O universo de estudo é o município de Itajubá - MG que está situado no sul do Estado de Minas Gerais. Possui uma área de 294,8 km² e 90.658 habitantes e ocupa o 30º lugar na lista de classificação por PIB dos municípios do estado de Minas Gerais (IBGE, 2010). As terras itajubenses permeiam as encostas da Serra da Mantiqueira, o que caracteriza um clima variado, com altas temperaturas durante todo o dia e baixas à noite. A cidade é dividida ao meio pelo Rio Sapucaí, rio esse que teve grande relevância no progresso e na cultura da cidade.

A unidade de análise é o processo de criação do Sistema Municipal de Cultura com todas as suas normas, procedimentos e implicações.

4 ESTUDO DE CASO

4.1 HISTÓRICO CULTURAL DO MUNICÍPIO

A história da Cultura de Itajubá se confunde com sua prosperidade política e o perfil intelectualizado de parte de sua população devido a presença de vários cursos superiores e uma Universidade centenária. Itajubá foi fundada em 19 de março de 1819 e tornou-se cidade em 1862. Está situada no sul do Estado de Minas Gerais e exerce influência direta sobre 14 municípios da microrregião (ITAJUBÁ, 2016).

Segundo Cruz (1950 *apud* GUIMARÃES, 1987), a cultura itajubense tem sua origem dos índios Puri-coroados que se enfeitavam de tatuagens azuis e tinham o alto da cabeça raspada como uma coroa. Foram eles que deram o nome a cidade, inicialmente conhecida como Itagybá que significa água que corre nas pedras. Também recebeu influência dos negros que lá chegaram com seus senhores ou fugidos de suas senzalas e refugiados por entre a rica geografia da região. Itajubá foi a primeira cidade mineira a libertar seus escravos antes da Lei Áurea e por isso foi chamada de Cidade Luz.

Com grande influência política e cultural das famílias portuguesas e italianas ali residentes, em 1862 Itajubá recebeu sua primeira peça de teatro, "O Fantasma Branco" de Joaquim Manoel de Macedo. Em 1872, já tinha seu primeiro jornal "O Itajubá" e inaugurava o primeiro teatro "Santa Cecília", com a peça "Suplício de uma Mulher". Dez anos mais tarde inaugurava a Banda de Música Concórdia Itajubense e em 1911 o primeiro cinema "Bijou-Salon". Um ano depois, foi fundado o primeiro grupo carnavalesco "Clube Carnavalesco Democrático de Itajubá", o que reforça as fortes raízes da cultura do samba em nossa cidade. Wenceslau Braz, nascido em terras itajubenses que atualmente é o município de Brasópolis, toma posse em 1914 como Presidente da República o que impulsionou Itajubá a se destacar junto ao crescimento e desenvolvimento da região (ANDRADE, 1968, *apud* GUIMARÃES, 1988).

Itajubá respira arte e cultura. Nos anos 1920, o principal clube da cidade inaugura sua nova fachada, cópia de Petit-Trianon de Paris, obra do francês Eduardo Piquet então residente na cidade e é inaugurado o telefone interurbano. Nos anos 30, o reconhecido músico, maestro e compositor itajubense Francisco Nisticó, educador flautista e organizador de bandas em Itajubá, compositor 150 dobrados, muitas valsas e peças sacras, integrou a banda do tenor italiano Enrico Caruso no Brasil e nesse ano apresentou a Sinfonia de Tiradentes de sua autoria. Pela primeira vez foi exibido um filme em movietone - "Espera-me Coração" e o primeiro filme falado "Alvorada de Glória". O Maestro itajubense Fructuoso Vianna, pianista e compositor que a pedido de Villa-Lobos, compôs uma peça para a Semana de Arte Moderna, foi regente do Coral Paulistano e professor do Instituto Nacional de Música despontava como pianista e compositor em recitais pelo Brasil (CASTRO, 2007) e Francisco Noronha, exímio clarinetista, ganhou o prêmio no Concurso dos Diários Associados em Belo Horizonte como compositor da marcha carnavalesca "Minha Lua Mineira". Nos anos 40, Itajubá recebeu os cantores famosos Vicente Celestino, Albenzio Perrone e o pianista italiano Arnaldo Marchesotti. Foi fundada a Rádio Itajubá e já existiam vários jornais: "Correio de Itajubá", "O Sul de Minas", "Atualidades", "A Chuteira", "O Congresso", "O Esporte", "O Espeto", "O Mosquito", "Sentinela", dentre outros. Foram inauguradas outras salas cine-auditórios: "Para Todos", "São Luís", "IMBEL" e o Grêmio Littero-Teatral "Apolônia Pinto" (PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAJUBÁ, 1950).

Nos anos 50, conforme citado por Mariz (1970, *apud* GUIMARÃES 1988), Itajubá ganhou uma casa de samba o "Nova Aurora" e os Cines "Edna" e o "Presidente" com o filme "Viva o Palhaço". Surgiram mais clubes recreativos e foram exibidos pela primeira vez na cidade um filme nacional em cinemascope, "O Capanga", o primeiro desenho animado brasileiro, "Sinfonia Amazônica", o primeiro filme nacional a cores, "O Destino em Apuros" e o primeiro filme em 3ª dimensão, "Metrópole", que exigia o uso de óculos bicolores. Foram trazidas as primeiras imagens de TV e as emissoras de rádio cariocas apresentaram o programa "Ondas Musicais" com concertos de Fructuoso Vianna. Itajubá, nesses anos dourados recebeu a visita de vários cantores famosos, como: Linda Batista, Ângela Maria, Jorge Goulart e Nora Ney, Carlos Ramirez, Vicente Celestino, Cascatinha e Inhana, Gregório Barrios, Carlos Galhardo, a nudista Luz del Fuego, Herivelto Martins, o humorista Ankito, o mexicano Hugo Gabéria, a Orquestra do Cassino de Sevilha da Espanha, o Maestro Gabor Radics e sua Orquestra Cigana, o Coral "Canarinhos de Petrópolis", o político e jornalista Carlos Lacerda, o pianista italiano Arnaldo Marchesotti, o Conjunto Orquestral Copacabana

e Luiz Gonzaga o Rei do Baião. Nessa época foi criada a Banda de Música "Lira São José" e a Cultura Artística de Itajubá - CAI, que proporcionou mais de vinte saraus de arte fina, com apresentações solistas, de cantores, declamadores e bailarinos trazidos de grandes centros artísticos do país. Nessa época, Itajubá também recebeu um departamento do Conservatório Brasileiro de Música e já tinha mais de dez jornais. É importante destacar que, a primeira Festa do Milho foi realizada nos anos 50, no Bairro da Capetinga (COELHO, 1962).

Nos anos 60, Itajubá passou de 51.000 habitantes para aproximadamente 57.500, um crescimento de mais que 10% na sua população e já contava com uma intensa circulação de jornais, peças teatrais, mostras e exposições de arte. Recebeu a Banda dos Fuzileiros Navais do Rio de Janeiro, a Orquestra de Carlos Lombardi e as fanfarras das escolas estaduais e municipais faziam grande sucesso sendo que a Banda do Colégio Itajubá foi campeã nacional. Foi inaugurada mais uma sala de cinema, o "Cine Alvorada" e fundado o Grupo Artístico Permanente (GAP), que abrangia os setores de orquestra, canto coral e teatro. Surgiram então o telefone automático, a Rádio Universitária da Escola Federal de Engenharia de Itajubá (EFEI), a Academia Itajubense de Letras e tivemos a possibilidade de assistir Itajubá brilhar nas telas da TV Tupi em 1968, no programa Cidade X Cidade (SOUSA, 1971).

No fim dos anos 60 e início dos anos 70, o Brasil foi marcado pela censura e a repressão do governo militar. Itajubá como residência de uma unidade do Exército Brasileiro, sofreu o efeito direto em seu meio artístico e cultural. Apesar disso, a Lira São José apresentava na Praça Theodomiro Santiago a "Hora da Boa Música" com o Coral Infantil da Capela São Benedito e o conjunto seresteiro "Serra da Mantiqueira" (MARIZ, 1970, *apud* GUIMARÃES, 1988).

Guimarães (1988) destaca em seu texto que dos anos 80 em diante, com o fim da ditadura militar e abertura política, os grupos artísticos renasceram e novamente foi possível ver na cidade os palcos cheios de jovens e artistas produzindo arte e disseminando suas ideias. Em 1982, Itajubá foi berço de um projeto que se transformou em uma das mais importantes oficinas de canto coral do país. Com regentes e cantores vindos de todas as partes e nascia o Laboratório Coral de Itajubá sob a coordenação do Maestro Amaury Vieira. Há a necessidade de destacar o grande carnaval que Itajubá tinha na década de 1980. Com bailes carnavalescos nos clubes XVI de Julho, Clube Itajubense, Nova Aurora, Diretório Acadêmico da Escola Federal de Engenharia de Itajubá (DAEFEI), Itajubá Tennis Club (ITC), onde a alegria e

fantasias faziam realizar grande desfile de cores e criatividade. Os blocos e escolas de samba dos bairros do Cruzeiro, Avenida, do centro conhecido como "Bloco do Zé", da Varginha, desfilavam pela Avenida Coronel Carneiro Júnior trazendo grande público da cidade e região, às ruas com muita alegria e entretenimento. A cultura desde então deixou de ser elitizada para ser de todos, com um foco maior na liberdade de expressão, na diversidade, na mistura de raças, na preservação do meio ambiente e no reconhecimento dos valores locais (EFEI, 1985).

No ano de 2001, em visita a cidade, o então Secretário de Estado da Cultura, Ângelo Oswaldo, reconheceu Itajubá como Capital Mineira do Canto Coral. Muitos cinemas e salas de espetáculos fecharam com o surgimento das novas tecnologias de VHS, DVD, CD o que possibilitou assistir filmes em casa, a qualquer hora e com maior conforto (ALMEIDA & BUTCHER, 2003). A cultura por sua vez deixou de ser realizada em salas fechadas para ser descoberta nas ruas (AVELLAR, 1996), com grupos de capoeira, grafites, nas serestas e serenatas, nas festas religiosas e pagãs, uma mistura de tradição, modernidade e libertação. Muitos grupos de teatros se destacaram, tais como o Grupo Lama, Teatro Amador, Usina de Anjos, dentre outros. Peças dramáticas e comédias com mais de 20 anos em cartaz, como a comédia "Curso de Porte e Postura" de autoria do itajubense Marcelo Dalla abrilhantam até hoje o seu acervo cultural. Sem falar nos poetas e escritores, tais como Gildes Bezerra, nascido em Campina Grande mas "itajubense" desde os quatro anos, autor de inúmeros poemas e letras de músicas, inclusive a do hino de Itajubá com grande reconhecimento país afora. Suas letras destacam o jeito interiorano de ser, seus valores, amores, a terra e o gosto simples de ser mineiro (CI, 1990).

Em Itajubá estão instaladas várias faculdades com cursos de medicina, enfermagem, fisioterapia, educação física, administração, engenharias, dentre outras e possui uma Universidade Federal centenária que conta com aproximadamente 8000 alunos. Dessa forma, a cidade recebe grande influência na sua economia e na sua cultura de estudantes universitários. Esses jovens trazem um movimento especial à cidade e fomenta muitos pontos de cultura que disseminam grande diversidade. A cultura acontece em praças públicas, salas de teatro, escolas, estádios esportivos, áreas de lazer e escolas. A cultura tradicional de Itajubá está concentrada nas comunidades e associações de bairros onde se encontram as folias de reis, a dança da catira, a capoeira, o maracatu, a viola caipira, as congadas, as comidas típicas, artes visuais, dentre outras.

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

5.1 PROCESSO DE CRIAÇÃO E ESTRUTURAÇÃO DO SISTEMA MUNICIPAL DE CULTURA DE ITAJUBÁ

O processo de criação e estruturação do SMC de Itajubá se baseou nos princípios do SNC que estabelece os elementos construtivos básicos para criação dos sistemas de cultura, que são: o Conselho Municipal de Política Cultural, a Conferência Municipal de Cultura, o Plano de Cultura e o Sistema de Financiamento à Cultura representado pelo Fundo Municipal de Cultura e um órgão gestor da cultura. No município de Itajubá já existia a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo e faltavam então os outros elementos básicos.

Os Sistemas Setoriais de Cultura, o Sistema de Informações e Indicadores Culturais, o Programa de Formação na Área Cultural e as Comissões Intergestoras são elementos construtivos não obrigatórios para a formação do SMC que foram previstos para serem implantados no Plano Municipal de Cultura.

5.1.1 Identificação das Cadeiras do Conselho Municipal de Política Cultural

Em janeiro de 2015 foram iniciadas as reuniões para a criação do CMPC cujas cadeiras já tinham sido definidas em novembro de 2013 em uma reunião realizada pela Secretaria Estadual de Cultura em parceria com os municípios mineiros na cidade de Belo Horizonte - MG. Essa definição teve como base as cadeiras propostas pelo MinC sem um diagnóstico prévio do município, o que dificultou a formação de representatividade dentro de cada setor cultural. As cadeiras definidas pela Lei nº 3006 de 04 de setembro de 2013, Lei Municipal de Cultura (ANEXO A), são:

- 1: Áudio Visual e Artes Visuais;
- 2: Instituições Culturais;
- 3: Associações;

- 4: Literatura;
- 5: Novas Mídias;
- 6: Música;
- 7: Canto Coral;
- 8: Artes Cênicas;
- 9: Juventude e Coletivos Culturais;
- 10: Arte e Cultura Religiosa;
- 11: Cultura Popular e Folclore;
- 12: Cultura Afro Brasileira, Indígena e Étnica;
- 13: Produtores e Gestores Culturais;
- 14: Artesanato.

O prazo de implantação do SMC era de 24 meses e já haviam se passado 12 meses da publicação do acordo, sendo assim não haveria tempo para uma revisão da Lei Municipal de Cultura para melhor adequação das cadeiras do conselho. Portanto o processo prosseguiu conforme lei já aprovada e o CMPC seria composto por 14 cadeiras da sociedade civil e em mesmo número para o Poder Público.

5.1.2 Criação do Conselho Municipal de Política Cultural

Para possibilitar a criação do CMPC foi elaborado um cadastro único de trabalhadores da cultura composto por artistas, bandas, grupos, produtores e profissionais atuantes no setor com o objetivo de compor uma chapa para eleição do Conselho e realizar a eleição de forma democrática e participativa. Nesse momento apareceram dúvidas quanto ao conteúdo dos cadastros já existentes, pois muitos são antigos, incompletos e desatualizados. Como forma de agilizar o processo e viabilizar a formação do Conselho foi emitido um edital de convocação para cadastramento de artistas para que então pudessem atualizar seus dados direto em uma plataforma disponibilizada no portal de Prefeitura *online*, vide ANEXO B.

Foram convocados todos os trabalhadores da cultura cadastrados através do Edital 01/2015 disponibilizado no ANEXO C, para composição de uma chapa e posterior eleição

dos Conselheiros. Os candidatos para ocuparem as cadeiras do Conselho deveriam estar todos cadastrados e conforme Lei Municipal de Cultura 3006/2013 não poderiam ter vínculo com o Poder Público. Muitos dos artistas interessados em compor o Conselho não estavam cadastrados e tiveram que realizar seus cadastros na hora da eleição para ter direito a voto o que dificultou o andamento da mesma.

A eleição do CMPC foi realizada no Museu Wenceslau Bráz, no dia 28 de março de 2015, conforme convocação da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo disponível no ANEXO D.

A eleição do Presidente, vice-presidente, secretário e vice-secretário foi realizada na primeira reunião do Conselho o que dificultou a montagem de mais de uma chapa e como não teve aviso prévio aos conselheiros, foram eleitos os que se disponibilizaram a preencher as vagas.

O Conselho Municipal de Cultura de Itajubá foi então instituído pelo decreto nº 5669 em 24 de julho de 2015 conforme disponibilizado no ANEXO E.

5.1.3 Realização da Conferência Municipal de Cultura

A CMC uniu os setores culturais mais atuantes do município e foram convidadas a participar a sociedade civil, o poder público, as organizações privadas e do terceiro setor ligadas à cultura com o objetivo de criar um planejamento cultural a longo prazo participativo e alinhado às políticas públicas do Governo Federal.

Houve pouca participação dos profissionais produtores e da iniciativa privada que atualmente é a maior parceira da área cultural no município. A Divulgação do evento ficou limitada às rádios municipais FM, site da Prefeitura, redes sociais e quadros de divulgação de Editais da Prefeitura o que limitou o acesso da população rural, de bairros da periferia e comunidades mais isoladas.

A Conferência foi realizada nos dias 19 e 20 de agosto de 2015, na Biblioteca Infanto-Juvenil Bernardo Guimarães das 19 as 22 horas, conforme Decreto nº 5712 de 12 de agosto de 2015 disponível no ANEXO F.

Para organizar os debates da CMC e possibilitar a divisão em grupos de discussão, todos os participantes receberam crachás com identificação e assinaram uma lista de presença. Os grupos foram divididos em eixos culturais que tiveram maior representatividade dentre os presentes na Conferência. Os eixos culturais presentes na Conferência foram: gestores, organizações e associações, música, artes visuais, folclore e culturas afro-brasileiras. Muitas das cadeiras do Conselho não tiveram representatividade na Conferência o que evidencia a necessidade de revisão da definição dos setores culturais na Lei Municipal de Cultura.

As discussões em grupo seguiram as orientações propostas pelo MinC (2013) e tiveram início com a montagem de um diagnóstico do setor cultural para melhor identificação das carências do setor. Cada grupo procurou identificar os problemas atuais do setor e especificou as diretrizes e prioridades para saná-los. Também foram traçados os objetivos, estratégias para possibilitar a realização das ações propostas na solução desses problemas e os resultados esperados com seus respectivos indicadores de monitoramento. Houve grande dificuldade de redação e entendimento dos participantes, muitos por desconhecimento da metodologia, outros por dificuldade de redação e entendimento do tema proposto. No final do segundo dia da CMC cada grupo apresentou suas propostas para serem adicionadas ao Plano Municipal de Cultura.

5.1.4 Criação do Plano Municipal de Cultura

Para a criação do Plano Municipal de Cultura foi realizado um diagnóstico da cultura do município, todas as propostas apresentadas na CMC foram transcritas e foi levado em consideração as leis internacionais, federais, estaduais e municipais que regem o direito ao acesso à cultura e suas respectivas normas e procedimentos, conforme disponibilizado no ANEXO G.

Na redação e estruturação do PMC houve a necessidade direta do auxílio da Universidade através do pesquisador, devido ao desconhecimento dos membros do Conselho para a redação nos moldes solicitados pelo MinC. Muitos dados que compõem o PMC necessitaram de um conhecimento técnico específico, o qual o tempo disponível, as dificuldades técnicas de internet e computadores e a disponibilidade de mão-de-obra da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo inviabilizaram a redação do PMC nas reuniões mensais do Conselho ou nas salas disponibilizadas.

O Plano Municipal de Cultura de Itajubá foi aprovado em Lei Ordinária 03134/2015 em 11 de dezembro de 2015 e foi adicionado um cronograma de implantação que auxilia o acompanhamento das atividades e a fiscalização da implantação pelo CMPC, conforme disponibilizado no ANEXO H.

5.1.5 Abertura do Fundo Municipal de Cultura

A criação do FMC foi de responsabilidade da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo que abriu um Código Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) dedicado para entrar no planejamento orçamentário anual em conta independente, conforme comprovante disponibilizado no ANEXO I.

A abertura de uma conta independente na Lei de Diretrizes Orçamentária (LDO) do município tornou-se necessária para compatibilizar com o Planejamento Plurianual (PPA) e garante repasses financeiros do orçamento municipal para a realização do Plano Municipal de Cultura.

A implantação do Sistema Municipal de Cultura de Itajubá foi efetivada em 03 de dezembro de 2015, conforme *status* disposto no site do MinC no *link* <http://snc.cultura.gov.br> e disponível no ANEXO J.

5.2 ANÁLISE E DISCUSSÃO DO SISTEMA MUNICIPAL DE CULTURA SOBRE A PERSPECTIVA DE BOISIER

Para a análise do SMC tomou-se como referência os modelos propostos por Boisier (2009; 1996) descrito nas páginas 27 e 28, representadas pelas Figuras 06 e 07 respectivamente. No primeiro modelo o processo está representado como uma composição de fatores que impulsionam o desenvolvimento regional e são identificados como: Região, Recurso Intangível Endógeno, Conhecimento Popular Implícito, Universidade Regional e Fundo de Investimento. No segundo modelo o desenvolvimento regional se dá através da existência, da articulação e das condições de manejo dentro de um território organizado representado por um hexágono de interações definido pela Cultura, Recursos, Atores, Procedimentos, Instituições, Entorno e centralizado pelo Projeto Político.

5.2.1 Região = Entorno

O processo tem início com a identificação da região a qual a pesquisa foi realizada de forma a obter um levantamento sobre os artistas atuantes e suas respectivas atividades.

Itajubá está inserida na mesorregião geográfica sul/sudoeste de Minas Gerais formada pelas cidades de Brasópolis, Consolação, Cristina, Delfim Moreira, Dom Viçoso, Maria da Fé, Marmelópolis, Paraisópolis, Piranguçu, Piranguinho, Virgínia, Wenceslau Braz. A região possui 2.979 Km² de área e 189.785 habitantes.

Itajubá com seus 90.000 habitantes (IBGE, 2010) exerce influência direta em 14 municípios da região e sua população universitária atinge na média 10% desse valor. É composta por 58 bairros, onde 90% da população está concentrada na zona urbana e faz fronteira com seis deles: Maria da Fé, São José do Alegre, Piranguinho, Piranguçu, Wenceslau Braz e Delfim Moreira, conforme mostra a Figura 10 (ITAJUBÁ, 2016).

Figura 10 - Região de Itajubá



Fonte: IBGE (2016)

O entorno recebe a influência direta da economia e desenvolvimento da cidade e dentre as cidades acima citadas, Itajubá é a de maior Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) e está em 85º lugar no ranking nacional enquanto as demais estão acima do 1390º, segundo o Programa Nacional das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD, 2010) Mas em se tratando de cultura as cidades do entorno se destacam por já realizar eventos e festivais que identificam a cidade e influenciam a região. Cita-se o exemplo do Festival de Inverno de Maria da Fé que lançou para o mercado consumidor o primeiro azeite de oliva virgem extra produzido no Brasil (EPAMIG, 2016) e a Festa do Maior Pé de Moleque do Mundo realizada há 11 anos na cidade de Piranguinho também conhecida como Capital Nacional do Pé de Moleque, que tem tombado pela lei 18.057/09 o preparo artesanal do Pé de Moleque e reconhecido como Patrimônio Cultural e Imaterial do Estado de Minas Gerais (PIRANGUINHO, 2016).

Como a cidade acolhe muitos jovens em fase estudantil universitária, há uma procura cada vez maior por entretenimento. O papel do CMPC com relação aos jovens universitários está representado pela cadeira de número 9, identificada como Juventude e Coletivos Culturais, que tem o objetivo de atender as demandas dos jovens universitários e auxiliar na interação entre sociedade e poder público. Para isso o trabalho do conselho é de eliminar barreiras culturais e estimular a diversidade. Como Florida (2011) defende, os jovens universitários almejam fartura de experiências, abertura a todo tipo de diversidade e, acima de tudo, oportunidade para validar sua identidade como indivíduos criativos. Para isso o município necessita de um planejamento que crie uma agenda cultural permanente, com

ações do poder público que viabilizem projetos locais e criem equipamentos de acesso à cultura e entretenimento para todos.

É recomendável que o diagnóstico cultural da região preceda a criação da Lei de Cultura do Município para evitar que se tenha cadeiras no Conselho que não tenham representatividade.

5.2.2 Recurso Intangível Endógeno = Atores

Uma vez definida a região o próximo passo do processo é o reconhecimento dos recursos intangíveis endógenos. A pesquisa realizada focou na identificação dos valores artísticos locais e seus atores identificados como agentes do desenvolvimento.

Para a criação do Conselho Municipal de Política Cultural (CMPC), devido ao alto grau de dificuldade de aglutinação das diferentes áreas culturais, foi necessário a montagem do diagnóstico da cultura local para identificar quais seriam os possíveis representantes das cadeiras que iriam compor o Conselho. Como a Lei Municipal de Cultura já tinha sido aprovada e as cadeiras definidas com base em um modelo proposto pelo MinC e que não refletia a realidade do município, foi necessário adequar os representantes culturais existentes para preencher as cadeiras do conselho.

Os atores no hexágono Boisieriano, são os agentes de desenvolvimento representados pelos artistas locais e trabalhadores da área cultural (indivíduo, grupo ou organizações) os quais devem estar representados pelo Conselho Municipal de Cultura. A interação entre esses atores e o entorno abre caminho para novas oportunidades e trocas de experiências em busca do desenvolvimento regional.

Para um maior entendimento dos setores culturais existentes na cidade, foi realizado um mapeamento inicial que unificou o cadastro da SMCT com os cadastros de outras empresas do ramo cultural atuantes na cidade e de maior representatividade, foram elas: o Instituto Mantiqueira de Música e Arte (IMMA), o Festival Itajubense de Cultura e Arte

(FICA), a Associação Caminhos do Sul de Minas, o Centro Cades Carol Line e o Museu Wenceslau Braz. Para a montagem do diagnóstico cultural foi realizada uma pesquisa documental nos arquivos históricos do município, notou-se uma interação de grande importância da política e da cultura na cidade desde sua fundação.

A pesquisa documental foi desenvolvida junto aos arquivos de cadastros de artistas e após a mineração de dados foram identificados os setores culturais mais representativos conforme estão ilustrados na Figura 11.

Figura 11 - Setores Culturais de Itajubá - MG



Fonte: Arquivos de dados do IMMA, SMCT, FICA, CADES CAROL LINE e ACSM

Dos artistas cadastrados, por volta de 500 dados, a sua maioria é do sexo masculino (58%), dessa maioria 65% são instrumentistas de corda, o que justifica a grande maioria de músicos que tocam na noite em barzinhos, bandas de *rock* e MPB na cidade. Dos cantores cadastrados 100% são do estilo musical sertanejo, o que demonstra que os cantores de corais e cantores da noite que não são do estilo musical sertanejo não se cadastraram ou se cadastraram com a função artística principal de instrumentista.

Dos dados cadastrados pode-se concluir que:

- 20% são grupos culturais estão voltados na sua maioria para o samba, pagode e sertanejo. Não se tem registro de grupos de canto coral, grupos de teatro, bandas,

grupos carnavalescos que na história cultural do município teve grande representatividade.

- 3,7% se identificam com registro profissional de artista e com possibilidade de emissão de nota fiscal, o que reflete a grande informalidade do setor.
- dos dados oriundos do artesanato, apenas 24% são associados a algum tipo de empresa do terceiro setor: cooperativas, associações ou organizações não governamentais com destaque para grande número de mulheres acima de 30 anos (60%) que tem essa atividade como complementação de renda.

Segundo a Lei Municipal de Cultura 3006/2013 no artigo 39 parágrafo 3º, nenhum membro do Conselho Municipal de Política Cultural representante da sociedade civil, titular ou suplente, poderá ser detentor de cargo em comissão ou função de confiança vinculada ao Poder Executivo do Município, o que impossibilita que muitos dos líderes e representantes de grupos culturais participem do CMPC e conseqüentemente estejam cadastrados, o que em muitos casos inviabiliza a criação do Conselho.

Em Itajubá foi necessário indicar para compor o Conselho, alguns integrantes de grupos culturais que não eram os seus respectivos líderes e que nem sempre tinham acessibilidade e representatividade dentro do grupo, o que resultou em desmotivação e desvio de interesses. Mesmo assim, o CMPC foi eleito, conforme mostra a Figura 12, foto divulgada no site oficial da Prefeitura Municipal de Itajubá.

Figura 12 - Conselho Municipal de Política Cultural



Fonte: Itajubá (2015)

O Conselho Municipal de Política Cultural tem como objetivo ser o caminho para o diálogo entre a sociedade artística e o Poder Público. Os conselheiros representantes dessa classe artística têm como meta fiscalizar e incentivar a participação de todos os grupos culturais para que haja uma maior interação e com isso um desenvolvimento sustentável do setor. Mas para que isso aconteça os conselheiros necessitam comparecer às reuniões, na criação do CMPC de Itajubá, apenas os membros que compõem a diretoria (Diretor, vice-diretor, secretário e vice-secretário) e os representantes das cadeiras culturais mais ativas da cidade, fizeram presença constante. Para que as decisões tomadas fossem efetivadas foi necessário muitas vezes remarcar reuniões ou convocar pessoalmente cada conselheiro, pois o número mínimo de pessoas presentes era de metade mais 1, isso é, 15 pessoas. Na maioria das reuniões esse *quorum* não foi atingido, vide Figura 13.

Figura 13 - Reunião do Conselho Municipal de Política Cultural



Fonte: Itajubá (2015)

Os artistas mais interessados e Conselheiros presentes nas reuniões eram na sua maioria, aqueles que necessitavam de apoio imediato do poder público para o desenvolvimento de projetos pessoais ou do seu grupo, para isso precisavam estar a par dos acontecimentos e decisões do Conselho.

Nas reuniões realizadas para a estruturação do CMPC foi detectada a necessidade de maior interação entre os grupos culturais e o Poder Público já que uma das reclamações dos artistas locais era a dificuldade de acesso ao projeto político municipal e a falta de um centro aglutinador das atividades que viabilize um processo de desenvolvimento.

Os produtores culturais do município por não comparecerem a eleição e formação do CMPC, demonstram pouco interesse em desenvolver projetos com artistas locais. Nos projetos desenvolvidos em parceria com a Prefeitura dão preferência aos artistas de fora com maior popularidade e com retorno financeiro garantido.

Dessa forma nota-se a necessidade de evidenciar o potencial artístico do município. A realização de projetos que exponham os recursos intangíveis e seus valores implícitos possibilitam a criação de auto referência e identificação da cidade. Muitos desses valores estão retidos nas tradições familiares de pequenas comunidades que precisam ser documentados e preservados para que possam ser reconhecidos pela população.

5.2.3 Conhecimento Popular Implícito = Cultura

Prosseguindo na análise junto ao processo Boiseriano, depois de identificada a região e os recursos intangíveis endógenos, o próximo passo é identificar o conhecimento popular implícito da cultura local, a qual segundo Boisier (2009) deve ser reconhecida como valor pelas instituições e inclusive pelo Poder Público. A cultura do desenvolvimento pode ser tanto competitiva como cooperativa, o importante é desenvolver a capacidade da cultura de produzir auto-referência para que a população local se identifique com o seu território.

Para melhor identificar o conhecimento popular implícito a Conferência Municipal de Cultura foi a ferramenta que possibilitou o encontro dos atores com os diversos setores culturais atuantes no município. A CMC foi pela primeira vez amplamente divulgada pela imprensa local e pelas redes sociais, vide Figura 14.

Figura 14 - Divulgação da Conferência Municipal de Cultura



Fonte: Itajubá (2015)

A Conferência Municipal de Cultura de Itajubá contou com a presença da classe artística da cidade e região, como nunca antes visto, vide Figura 15.

Figura 15 - Conferência Municipal de Cultura



Fonte: Riera (2015)

Notou-se a ausência de algumas instituições privadas, associações religiosas e escolas de arte e música na CMC, o que evidencia a necessidade de maior disseminação da importância da participação de todos na construção de um planejamento cultural de longo prazo para o município.

A estrutura disponibilizada pela SMCT para a realização da CMC foi o espaço físico da Biblioteca Municipal Infanto-Juvenil Bernardo Guimarães o que foi insuficiente e ocasionou dificuldade para a redação das propostas, que muitas vezes foram redigidas no chão. O espaço entre os grupos foi pequeno o que ocasionou influência e duplicidade nos assuntos discutidos.

Destacou-se as ações requeridas pelos grupos para sanar as necessidades de equipamentos culturais nos bairros da periferia e a ansiedade por capacitação de produtores com vistas para realização de projetos próprios, vide Figura 16.

Figura 16 - Grupos de Discussão na Conferência Municipal de Cultura



Fonte: a autora

Na CMC foi possível evidenciar que existem propostas culturais de criação de eventos e ocupação de espaços públicos sendo realizadas sem nenhum apoio financeiro ou técnico do Poder Público. O apoio recebido é apenas em forma de barracas, local físico e energia elétrica. Não há nenhum tipo de planejamento para acesso à banheiros, a água potável, não há divulgação transversalizada para um alcance de todos. Cita-se o exemplo do projeto "Sarau Musical" cujo apoio parte de empresas privadas e um grupo de voluntários. Esse evento já conta com um público cativo, é realizado trimestralmente em praça pública e teve seu início por vontade de um grupo social, na rua no final de 2014. Atualmente toma conta de uma das praças do centro da cidade conforme pode ser visto na Figura 17.

Figura 17 - Sarau Musical



Fonte: Sarau Musical (2015)

Para que se estimule o desenvolvimento do empreendedorismo no setor cultural torna-se imprescindível a formação e capacitação de gestores culturais, produtores e agentes com conhecimento para criar projetos, gerir e produzir ações culturais que visam melhoria da qualidade de vida e da renda. Como parte da Implantação do Sistema Municipal de Cultura de Itajubá foi desenvolvido um curso de capacitação de gestores e produtores culturais de forma a divulgar as ferramentas necessárias para a construção e funcionamento do sistema. Muitos dos alunos formados no curso criaram próprios seus grupos culturais e foram compor o Conselho Municipal de Política Cultural de Itajubá ou de municípios vizinhos, vide grupo composto por três conselheiros de Itajubá, um conselheiro da cidade de Cambuí-MG e um produtor da cidade de Cristina-MG na Figura 18.

Figura 18 - Curso de Gestão e Produção Cultural



Fonte: a autora

No curso ministrado todos os alunos tiveram como resultado a ampliação de seus horizontes e cresceram dentro dos seus projetos culturais, veja o exemplo da segunda turma

onde o Grupo Farofa Mineira teve o seu coordenador formado no curso e pela primeira vez puderam se apresentar em São Paulo na Vila Madalena conforme ilustrado na Figura 19.

Figura 19 - Farofa Mineira na Vila Madalena - SP



Fonte: Farofa Mineira (2015)

Para que o conhecimento tradicional de grupos e associações seja reconhecido como recurso permanente do patrimônio imaterial do município, as associações de bairros, necessitam de gestores com formação e atualização nas políticas públicas desenvolvidas pelo MinC, para melhor coordenar as atividades culturais ali desenvolvidas e com capacidade de registrar esses fatores. Cita-se exemplos da Folia de Reis Fulô da Mantiqueira (Figura 20), Congada Baque do Vale e a Congada São Benedito.

Figura 20 - Folia de Reis Fulô da Mantiqueira



Fonte: a autora

A formação de público para a cultura é algo de responsabilidade de todos e que faz da divulgação e disseminação das ações culturais do município algo de grande importância. Os eventos municipais são divulgados por algumas rádios, pelo site da prefeitura e alguns jornais, mas para a população de baixa renda o alcance é pequeno. A divulgação dos eventos culturais do município em um local de fácil acesso dá maior acessibilidade e torna a cultura democrática e transversal.

Para a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo os artistas locais tiveram nos últimos anos um papel secundário. Muitos artistas de renome nacional visitaram a cidade nas suas principais datas comemorativas sendo patrocinados pela Prefeitura e retirando a oportunidade do artista local de expor a sua arte. Cita-se como exemplo a presença, no aniversário da cidade, do cantor sertanejo Leonardo em março de 2013 (Figura 21), Chitãozinho e Xororó (Figura 22) e Yassir Chediak (Figura 23) em 2014 no aniversário da cidade e na Festa do Pastel de Milho respectivamente e da Companhia de Teatro Rasgacêro em 2015 (Figura 24).

Figura 21 - Cantor Leonardo no 194º Aniversário de Itajubá



Fonte: Itajubá (2013)

Figura 22 - Dupla Chitãozinho e Xororó no 195º Aniversário de Itajubá



Fonte: Itajubá (2014)

Figura 23 - Cantor Yassir Chediak na 2ª Festa do Papel de Milho



Fonte: Itajubá (2014)

Figura 24 - Cia. de Teatro Rasgacêro



Fonte: Itajubá (2015)

Muitos são os artistas itajubenses que nas reuniões para a formação do SMC relataram a dificuldade por um espaço de custo acessível para se apresentarem, lançarem seus CD's e DVD's, realizarem festivais de dança e teatro, oficinas de música, artesanato e dança. Descrevem a falta de parceria do setor público e de incentivos financeiros para pagar um trabalho produção profissional que possa viabilizar seus projetos.

Pode-se citar o exemplo do grupo itajubense Confraria do Samba, com mais de 10 anos de formação com *Compact Disc* (CD) já gravado e com o *Digital Versatile Disc* (DVD) em lançamento e sem nunca ter tido acesso ao principal clube da cidade. Para realizar seus projetos conta com a ajuda financeira de apresentações em bares da cidade e região e recursos próprios. Outro grupo que também teve dificuldade para permanecer no ambiente cultural da

cidade foi o Festival Itajubense de Cultura e Arte (FICA) que por falta de incentivo da gestão pública não conseguiu permanecer no município e teve que procurar outros locais para ser realizado em 2014 e virou o Festival Integrado de Cultura e Arte em 2015, sendo realizado na sede da Universidade Federal de Itajubá e em praças públicas de cidades do entorno.

Uma das solicitações dos grupos apresentadas na CMC foi a necessidade de envolvimento da população nos eventos realizados pelas Universidade e Escolas Superiores. Destacaram não ter divulgação suficiente ou restrita ao ambiente acadêmico, o que o torna seletivo. Cita-se o exemplo do pequeno público acadêmico presente na apresentação da violinista Daiana Mazza, no Festival da Música Brasileira produzido pela Universidade Cultural da UNIFEI em outubro de 2015, vide Figura 25.

Figura 25 - Festival Música Brasileira



Fonte: a autora

O público base para a cultura se constrói nas escolas públicas, para crianças de todas as faixas etárias de forma a expandir seus horizontes, abrir suas mentes para impulsionar a criatividade e vislumbrar um mundo diversificado livre de pré-conceitos. Uma política criada com a Lei 13278/06 aprovada em 3 de maio de 2016 faz da dança, teatro e artes visuais partes obrigatórias no currículo das escolas públicas (PNE, 2016), vide Figura 26.

Figura 26 - Divulgação de Dança, Teatro e Artes Visuais na Escola



Fonte: Senado Federal (2016)

Cerca de 1,1 milhão de alunos estão matriculados em atividades complementares de dança nas escolas em 2014 (INEP, 2015), o que torna necessário para os municípios a disponibilização de áreas adequadas para receber os profissionais no desenvolvimento dessas atividades. Um dos resultados efetivos dessa Lei será o aumento da formalização do setor, maior participação da Economia Criativa no município e a formação de público, o que auxiliará na construção de uma cultura mais atuante, democrática e transversal.

O público de origem escolar cria novas oportunidades para o desenvolvimento da criatividade e por consequência incrementa o número de espetáculos e eventos culturais. Contudo, novas oportunidades de negócios e novas fontes de renda trarão diversidade e troca de conhecimentos, o que justifica a tese que o desenvolvimento necessita da inovação e criatividade para ser sustentável.

Itajubá está preparada para receber esses novos eventos oriundos do ambiente escolar, o município já conta com vários instrumentos recém inaugurados, tais como um teatro com 712 lugares e uma concha acústica na praça principal aberta ao público. Esse perfil favorece as atividades do empreendedor cultural e torna a cidade grande diferencial na região para receber eventos, promover a cultura e disseminar conhecimento.

5.2.4 Universidade = Procedimentos

O papel da universidade foi determinante na realização da Conferência e na criação do Plano Municipal de Cultura. Naquele momento a necessidade de transmissão do conhecimento técnico e sistêmico para o projeto, facilitou o andamento das ações na forma de esclarecer dúvidas para possibilitar um debate mais direcionado às necessidades do município expostas por cada grupo. O papel da universidade de agente construtivo e instigador uniu o conhecimento científico ao conhecimento popular o que facilitou o entendimento das normas requeridas pelo MinC e da linguagem técnica utilizada nos procedimentos, leis e editais.

Na realização da CMC houve grande dificuldade dos grupos em estabelecer metas de interesses mútuos que viessem a atender aos anseios da sua comunidade no setor cultural. Na redação das propostas constatou-se que as argumentações e questionamentos inicialmente debatidos perderam o sentido quando comparados com as metas do Plano Nacional de Cultura. Nesse momento, o papel da Universidade foi relevante para esclarecer dúvidas e interpretar os manuais do SNC disponibilizados pelo MinC. Dessa forma possibilitou maior interação entre os participantes e conselheiros cujas propostas puderam ser apresentadas no final do segundo dia de Conferência, conforme ilustra a Figura 27.

Figura 27 - Apresentação dos resultados da Conferência Municipal de Cultura



Fonte: a autora

Na criação do Plano Municipal de Cultura a Universidade teve papel fundamental para uma formulação estruturada, de linguagem técnica e simples e em consonância com as normas solicitadas pelo MinC. O Plano Municipal de Cultura é um dos procedimentos mais importantes do SMC e contribui para a fruição das políticas públicas no município e determina o manejo orçamentário, a gestão de projetos e os investimentos no setor de cultura por 20 anos.

A parceria da Prefeitura Municipal de Itajubá com as Escolas e Universidade pode auxiliar na expansão do ensino técnico e incrementar a profissionalização do setor cultural. A formação técnica do setor traz maior credibilidade e qualidade aos eventos realizados. Entre os treinamentos identificados para o setor pode-se destacar a produção e gestão de eventos, planejamento orçamentário, projetos gráficos, *web design*, *marketing*, recursos humanos, eletrônica digital, computação gráfica e eletricidade para montagem de palcos e controle de equipamentos de som e iluminação.

5.2.5 Fundo de Investimento = Recursos

Os recursos dentro do processo de desenvolvimento regional citado por Boisier (1996), representam os recursos naturais, capital, infra-estrutura, recursos humanos, psicossociais e recursos de conhecimento e são fundamentais para o desenvolvimento no século XXI. Para subsidiar essa análise utilizou-se dados disponibilizados pela Receita Federal e IBGE que teve como objetivo conhecer a arrecadação e distribuição financeira do município. Também foi avaliada a parcela de participação da economia criativa e a necessidade da abertura do Fundo Municipal de Cultura.

A Prefeitura Municipal de Itajubá conta com um planejamento orçamentário anual acima de R\$ 189.000.000,00 em 2015, com um crescimento de 8% de 2013 para 2014 e de 33% de 2014 para 2015. Mesmo com esse crescimento significativo, os repasses para a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo sofreu um corte de 35% no último ano, cujos recursos foram priorizados para os setores de manutenção e infra estrutura. Vide Tabela 02 a seguir.

Tabela 02 - Orçamento da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo

	RECEITA MUNICIPAL	CULTURA	%
2013	R\$ 131.506.850,77	R\$ 1.153.353,00	0,88%
2014	R\$ 143.120.778,41	R\$ 1.653.862,50	1,16%
2015	R\$ 189.870.424,02	R\$ 1.075.000,00	0,57%

Fonte: Prefeitura Municipal de Itajubá - Prestação de Contas (2016)

O setor de serviços do município participa com recursos oriundos de impostos e que apesar de diminuir em 2014 cresceu 28% no ano de 2015 o que indica o crescimento da formalidade do mercado e não justifica a diminuição dos repasses realizados pela Prefeitura Municipal para a Secretaria de Cultura e Turismo, conforme apresentado na Tabela 03.

Tabela 03 - Arrecadação Municipal do Setor de Serviços

	RECEITA MUNICIPAL	SERVIÇOS	%
2013	R\$ 131.506.850,77	R\$ 955.294,78	0,73%
2014	R\$ 143.120.778,41	R\$ 825.877,95	0,58%
2015	R\$ 189.870.424,02	R\$ 1.061.255,28	0,56%

Fonte: Prefeitura Municipal de Itajubá - Prestação de Contas (2016)

Nos últimos três anos, a SMCT realizou a gestão financeira através da divisão dos seus recursos pelas áreas de turismo, patrimônio, difusão cultural e gastos com administração e o que pode ser observado é que os investimentos em difusão cultural diminuiu cerca de 56% em relação ao ano anterior, conforme descrito na Tabela 04.

Tabela 04 - Distribuição Orçamentária da SMCT de Itajubá - MG

	ORÇAMENTO CULTURA	TURISMO	%	PATRIMÔNIO	%	DIFUSÃO CULTURAL	%	ADMINISTRAÇÃO	%
2013	R\$ 1.153.353,00	R\$ 123.660,00	10,7%	R\$ 26.105,00	2,3%	R\$ 399.731,00	34,7%	R\$ 603.857,00	52,4%
2014	R\$ 1.653.862,50	R\$ 87.000,00	5,3%	R\$ 6.000,00	0,4%	R\$ 625.893,50	37,8%	R\$ 934.999,00	56,5%
2015	R\$ 1.075.000,00	R\$ 5.610,00	0,5%	R\$ 26.300,00	2,4%	R\$ 208.310,00	19,4%	R\$ 834.780,00	77,7%

Fonte: Prefeitura Municipal de Itajubá - Prestação de Contas (2016)

Os valores gastos no setor de administração da SMCT envolve despesas com recursos humanos, manutenção dos ativos fixos e equipamentos, viagens, despesas de energia, telefone, água, combustível, material de escritório, etc; hoje equivale a mais de 77% dos

valores disponibilizados e os valores dedicados para difusão cultural vem sofrendo queda ano a ano.

Os investimentos em infra-estrutura mais significativos na área cultural no município de Itajubá vem sendo realizado por terceiros em troca de benefícios fiscais e doações de terrenos, *e.g.* destaca-se a construção do Teatro Municipal Cristiane Riera realizada pela empresa Cabelauto em troca do terreno cedido para sua sede pela Prefeitura.

Os investimentos em bairros e periferia que poderiam incentivar o desenvolvimento endógeno ainda não estão sendo percebidos pela população mais carente, isso pode ser observado na Conferência Municipal de Cultura, já que muitos alegaram que o teatro foi construído em local de difícil acesso para a população de baixa renda, não tem linha de ônibus nos horários de funcionamento e se tivesse, mesmo assim o preço das passagens inviabiliza a frequência das famílias dos bairros periféricos, vide mapa localização do teatro na Figura 28.

Figura 28 - Mapa de localização do Teatro Municipal Cristiane Riera



Fonte: Google Maps (2016)

5.2.6 Economia Criativa = Projeto Político

Uma análise do potencial econômico no município revela que existe um crescimento anual dos setores voltados à economia criativa. Dados extraídos da Confederação Nacional do Comércio de Bens e Serviços e Turismo, Portal do Empreendedor da Receita Federal e do Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte do Governo Federal, no período de janeiro de 2011 a dezembro de 2015 referentes aos tipos, números, faturamento anual de empresas abertas no município de Itajubá, representados na Tabela 05, revelam que 95% do total de arrecadação do município se deve às pequenas e micro empresas.

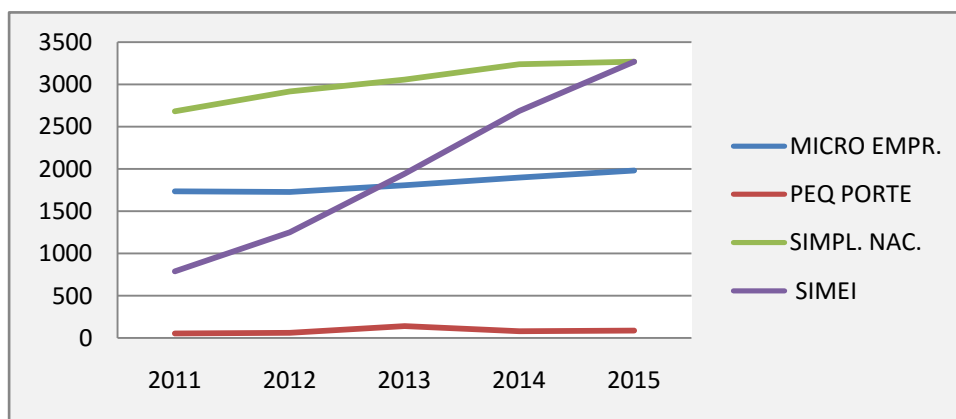
Tabela 05 - Empresas do Município de Itajubá - MG

TIPO DE EMPRESAS	2011	2012	2013	2014	2015
EMPRESAS ATIVAS	5549	6268	7281	8282	9067
MICRO EMPRESAS ATIVAS	5252	5947	6948	7897	8603
% MICRO EMPRESAS	94,6%	94,9%	95,4%	95,4%	94,9%
ARRECADAÇÃO	R\$ 1.121.152.531,00	R\$ 1.247.491.082,00	R\$ 1.518.222.476,00	R\$ 1.793.729.308,00	R\$ 3.395.446.425,00

Fonte: IBGE (2010) e Receita Federal (2015)

Esse crescimento se deve aos incentivos criados pelo Governo Federal que trouxeram facilidades para emissão de notas fiscais, benefícios previdenciários e redução da carga tributária o que culminou em maior formalização do terceiro setor, conforme representado na Figura 29.

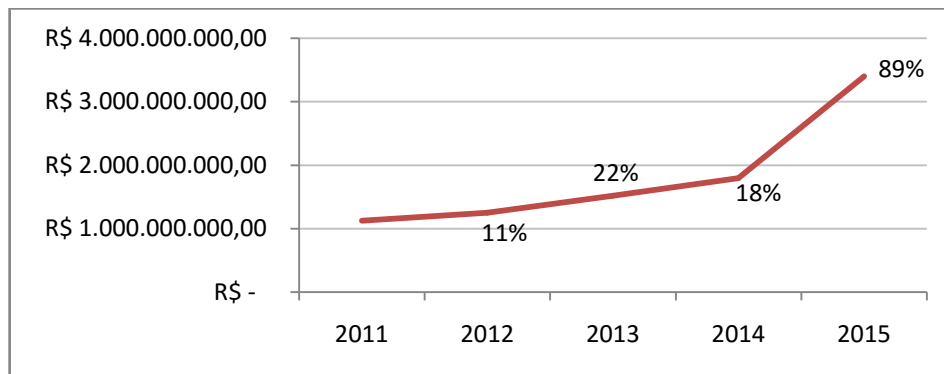
Figura 29 - Perfil de Crescimento do Número de Empresas Ativas



Fonte: IBGE (2010) e Receita Federal (2015)

O efeito do aumento do número de empresas do terceiro setor na arrecadação do município de Itajubá é significativo e impulsionou a economia em 89% no último ano, conforme ilustrado na Figura 30.

Figura 30 - Perfil de Crescimento da Arrecadação Municipal



Fonte: IBGE (2010) e Receita Federal (2015)

O PIB atualmente está dividido, segundo dados do IBGE (2010) nas áreas de Serviços, Indústria e Agropecuária e conforme apresentado na Figura 31, mostra a grande representatividade que o setor de serviços tem dentro da economia e por consequência o potencial que a Economia Criativa pode oferecer para impulsionar o desenvolvimento.

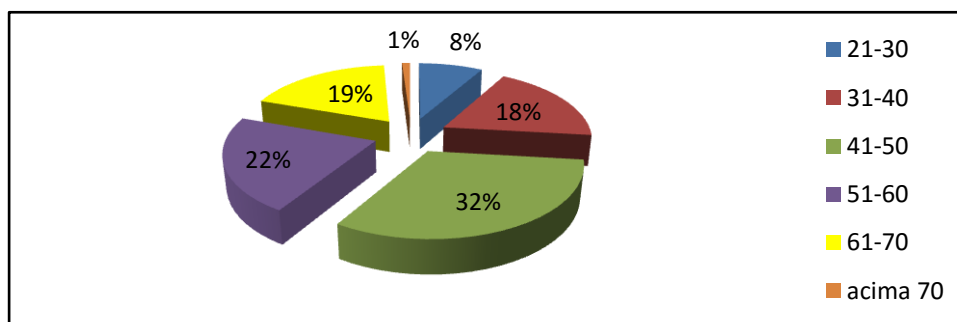
Figura 31 - Distribuição do PIB



Fonte: IBGE (2010)

O levantamento de dados evidenciou que das MEI's ativas no município, 48% são de mulheres e 52% são de homens e a maior parte está concentrada na faixa etária de 41 a 50 anos, o que evidencia a importância da participação feminina empreendedora, conforme ilustrado na Figura 32.

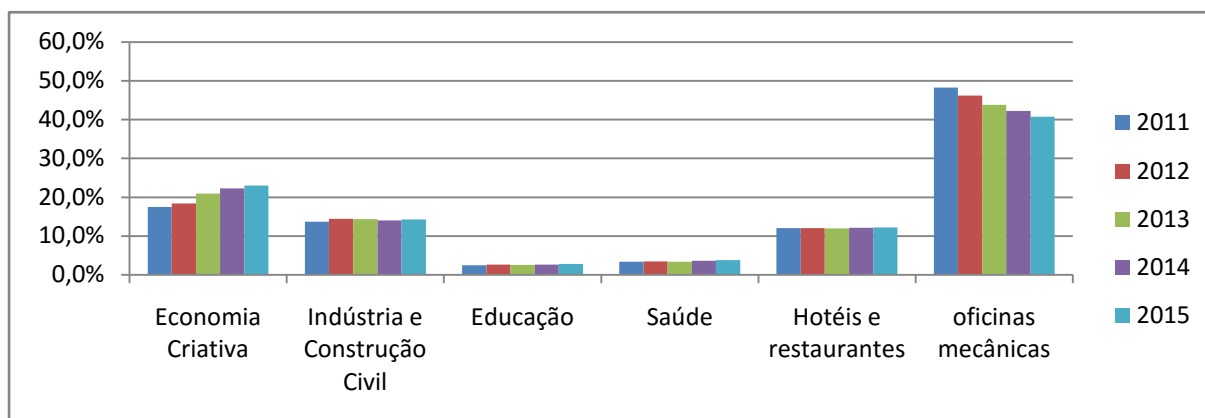
Figura 32 - Faixa Etária das MEI's



Fonte: IBGE (2015)

Esse perfil empreendedor retrata uma realidade de mercado, citada por Florida (2011), que para haver um crescimento regional efetivo, a classe criativa não deve se concentrar apenas nos jovens, a região deve estar aberta à todas as idades e experiências inovadoras.

Na pesquisa realizada entre os anos de 2011 a 2015, a indústria, a construção civil, saúde, educação mostram um perfil de crescimento estagnado, já as atividades voltadas à Economia Criativa tiveram um perfil ascendente de crescimento anual. As atividades que compõem a Economia Criativa do município estão identificadas no Código Nacional de Atividades Econômicas (CNAE, 2007) e foram extraídas da seção M de "Atividades Profissionais Científicas e Técnicas", da Seção J de "Informação e Comunicação", da Seção R de "Arte, Cultura, Esporte e Recreação", da Seção P em "Outras Atividades de ensino e por fim" da seção S em "Outras Atividades de Serviços" na classe de atividades ligadas à cultura e arte e estão ilustradas na Figura 33.

Figura 33 - Perfil Crescimento das Atividades Econômicas

Fonte: IBGE (2015)

Com o perfil de contínuo crescimento nos últimos 5 anos, a Economia Criativa em Itajubá revela um potencial a ser explorado para impulsionar o desenvolvimento local e regional e abre caminhos para novos estudos e investimentos.

A participação da Economia Criativa junto às economias municipais tende a aumentar com a contratação de novos profissionais da arte e cultura nas escolas que exige a devida formalização do setor.

Por fim, a influência da Economia Criativa no SMC é diretamente proporcional ao seu investimento. A motivação da classe criativa se deve à busca constante pelo aprendizado. Sem o devido incentivo o artista fica impedido de descobrir dentro de si e nos outros, uma forma diferente de expressão da criatividade, fonte inesgotável da inovação e mola propulsora do desenvolvimento.

O perfil de crescimento da Economia Criativa no município é ascendente e mostra o grande potencial do setor em impulsionar o desenvolvimento sustentável. Com a implantação do Sistema Municipal de Cultura, o município se capacita para envolver não só os setores de serviços mas também todos aqueles que de uma forma ou de outra, interagem sistematicamente para o cumprimento do Plano Municipal de Cultura.

Para Boisier (1996) o desenvolvimento organizado não depende apenas da existência dos elementos estruturais do hexágono citado na Figura 07, nem da sua qualidade, depende sim do modo de articulação. Dessa forma a modernização dos componentes para gerar um

projeto político coletivo que articule e direcione as tomadas de decisões de gestores promoverá a troca de experiências e conseqüentemente o desenvolvimento regional.

O quadro político atual brasileiro é recessivo e em tempo de crise é que aparecem as oportunidades de negócios. Cada vez mais a criatividade e flexibilidade vêm abrir caminhos para o empreendedorismo e inovação. A máquina pública como agente instigador do desenvolvimento, uma vez em posse de uma organização sistematizada, agiliza suas ações, favorece o engajamento dos atores através do empreendedorismo e traz maior eficácia aos resultados.

A criação e implantação do Sistema Municipal de Cultura de Itajubá - MG traz uma ferramenta para os gestores que auxilia no planejamento participativo e na captação de recursos para um investimento contínuo na Economia Criativa, retratada no Plano Municipal de Cultura com duração de 20 anos.

O SMC foi implantado em janeiro de 2016 e possibilitou a abertura de novos pontos de cultura no município, abrindo um novo vínculo com o Governo Federal para novas possibilidades de remuneração e captação de recursos, vide Figura 34.

Figura 34 - Pontos de Cultura de Itajubá - MG



Fonte: Cultura Viva (2016)

Outro ponto a ser destacado foi o efetivo contágio empreendedor defendido por Julien (2010) que a pesquisa desencadeou através da criação do Conselho Municipal de Política

Cultural da cidade de Cambuí - MG. Essa ação partiu de um aluno do curso de produção e gestão cultural, ministrado pelo projeto e participante ativo da Conferência Municipal de Cultura de Itajubá. Vide Figura 35 a foto da reunião para formação do Conselho e aprovação da Lei de Cultura da cidade de Cambuí - MG.

Figura 35 - Conselho Municipal de Política Cultural de Cambuí - MG



Fonte: a autora

Há de se concordar com Vitória & Emmendoerfer (2015) quando citam as grandes dificuldades das pessoas em pensar e trabalhar juntos com uma visão voltada ao melhor desempenho. Em Itajubá essas dificuldades se deram devido às diferentes formações intelectuais, políticas e culturais dos integrantes do Conselho. Também maximizadas pelo desconhecimento das Políticas Públicas e do processo de implantação do Sistema Municipal de Cultura.

O Setor Público e os artistas locais uma vez participantes da criação do SMC, ampliaram o diálogo entre as partes, o que resultou em maior participação do setor artístico nos eventos da Prefeitura. Com o CMPC já implantado, a 3ª Festa do Pastel de Milho realizada em setembro de 2015, contou com a presença maciça de artistas locais, com pagamento de cachês e com a presença de grande público o que reafirma a importância desse projeto para impulsionar o desenvolvimento sustentável, conforme divulgação na Figura 36 e foto do evento na Figura 37 respectivamente.

Figura 36 - Divulgação da 3ª Festa do Pastel de Milho

PREFEITURA ITAJUBÁ
Administração 2013-2016
Construindo um novo tempo

ACEI
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL, INDUSTRIAL E EMPRESARIAL DE ITAJUBÁ

3ª FESTA DO PASTEL DE MILHO DE ITAJUBÁ

ENTRADA GRATUITA

11, 12 e 13 de Setembro
Av. dos Ferroviários (Sambódromo)

Dia 11 - Sexta-feira

CHRYSTIANN & KAREN

Thales & Alexandre

Vinil 80 RETRÔ

- 18h - Início
- 19h - Oficina do Pastel de Milho
- Show com as Duplas Thales & Alexandre e Chrystiann & Karen
- 21h - Apresentação Teatral Drika Costa
- 22h - Concurso "Rainha do Pastel de Milho"
- 22h30 - Show com a Banda Vinil Retrô
- 23h59 - Término

Dia 12 - Sábado

Cia de Dança Marcílio Bastos

CONFRARIA DO SAMBA

Beto Banda

- 16h - Início
- 17h - Oficina do Pastel de Milho
- 17h30 - Apresentação Teatral Drika Costa
- 19h - Show com a Confraria do Samba
- 21h - Apresentação da Cia de Dança Marcílio Bastos
- 22h - Show com Beto & Banda
- 23h59 - Término

Dia 13 - Domingo

Grupo Telhado

Samba Club

- 16h - Início
- Oficina do Pastel de Milho
- Apresentação da Cia de Dança Marcílio Bastos
- 18h30 - Concurso "Quem come mais pastel de milho?"
- 20h - Show com a Banda Samba Club
- 22h - Show com o Grupo Telhado
- 23h59 - Término

Fonte: Itajubá (2015)

Figura 37 - 3ª Festa do Pastel de Milho

Fonte: a autora

Conforme defendido por Marino (2012), o Sistema Municipal de Cultura só será reconhecido como uma ferramenta de gestão eficaz para o alcance dos seus objetivos se os gestores públicos, conselheiros e todos os atores envolvidos, incorporarem a sua essência de trabalho em equipe, de forma sistêmica e com planejamento.

Os interesses pessoais e políticos interferem nas tomadas de decisão do Conselho, o que descaracteriza o planejamento das ações culturais do município e os resultados obtidos ficam distorcidos. Essa interferência causa a desvalorização das atividades artísticas, pois muitos artistas trabalham de graça em troca de promessas políticas, tais como a participação de eventos promovidos pela Prefeitura.

A atitude da Prefeitura em utilizar dos artistas locais na promoção da gestão pública de forma gratuita, potencializa a desmotivação dos trabalhadores da cultura em regularizar a profissão. Cita-se o exemplo, ilustrado na Figura 38, do evento realizado pela SMCT no natal de 2015 para inauguração da Praça Theodomiro Santiago, evento esse denominado de "Natal Encantado", onde os artistas locais, muitos deles pertencentes ao Conselho Municipal de Política Cultural, relatam que se apresentaram de forma gratuita a troco de promessas de participação e recebimento de cachês em outros eventos da cidade do ano de 2016.

Figura 38 - Natal Encantado

Natal Encantado
Praça Theodomiro Santiago
PROGRAMAÇÃO 2015

16 de Dezembro - 4a-feira
✓ 20h: Saraucoutando com o Carneiro Júnior
✓ 22h: Grupo Telhado

17 de Dezembro - 5a-feira
✓ 19h: Especial de Natal com a Oficina da Música
✓ 21h: Os Gringos

18 de Dezembro - 6a-feira
✓ 20h: Apresentação teatral Grupo Drika Costa
✓ 21h: Beto e Banda

19 de Dezembro - Sábado
✓ 10h: MPB com Adilson Santos
✓ 19h: Peças infantis: A Bela Adormecida e O Sítio do Picapau Amarelo
✓ 21h: Christian e Karen
✓ 22h: Bete e Banda

20 de Dezembro - Domingo
✓ 10h: Fábio Mendes
✓ 20h: Tales Mendonça
✓ 22h: Confraria do Samba

21 de Dezembro - 2a-feira
✓ 19h: Roda de capoeira - Mestre Sukury
✓ 20h: Talita Garcia, Gil Guta e Marcelo Machado
✓ 22h: Antônio Carlos e Luciano

22 de Dezembro - 3a-feira
✓ 19h: Cia. de Dança Marcílio Bastos
✓ 20h: Samba Club
✓ 22h: Vinil Retrô

23 de Dezembro - 4a-feira
✓ 19h: Dona Creuza
✓ 21h: Mary Jane

E mais...
A Casa do Papai Noel
também está aberta à visitação de crianças e adultos, das 19h às 22h, no Museu Wenceslau Braz.

Realização:  **PREFEITURA ITAJUBÁ**
Administração 2013-2016
Construindo um novo tempo

Acesse www.itajuba.mg.gov.br e saiba mais sobre a cidade!

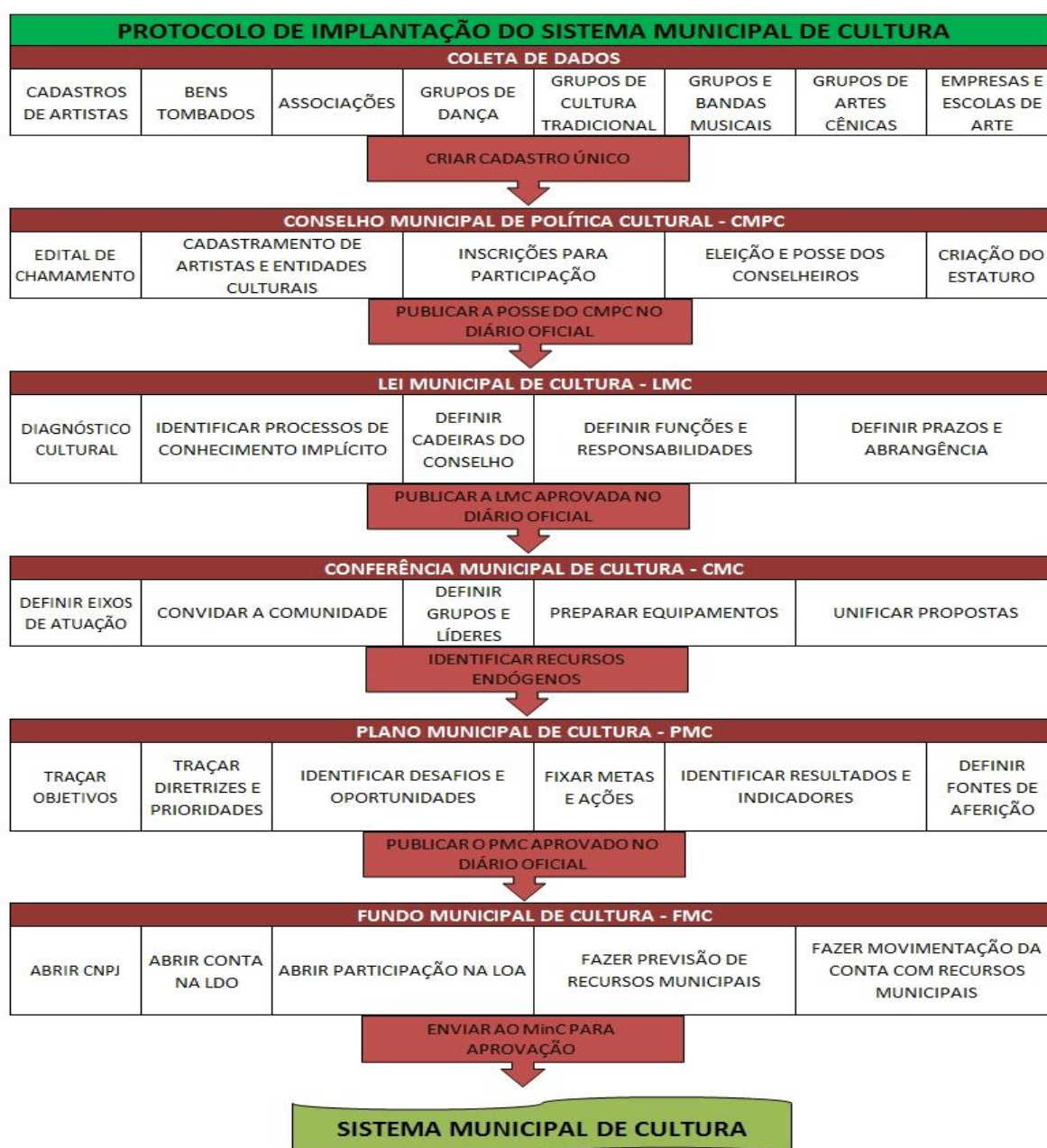
Fonte: Itajubá (2015).

O sucesso da implantação do SMC depende da convergência de idéias e foco nas metas definidas no Plano Municipal de Cultura tanto por parte do Poder Público como da sociedade civil. É necessário que se deixe de lado os interesses pessoais e políticos para que prevaleçam os interesses sociais.

5.3 PROTOCOLO DE IMPLANTAÇÃO DO SISTEMA MUNICIPAL DE CULTURA

As atividades realizadas para a implantação do Sistema Municipal de Cultura de Itajubá foram sistematizadas em um protocolo que tem como objetivo auxiliar outros gestores municipais na implantação de seus sistemas e está ilustrado na Figura 39 a seguir.

Figura 39 - Protocolo de Implantação do Sistema Municipal de Cultura



Fonte: a Autora.

O primeiro passo é a montagem de um cadastro único de artistas que identifique as potencialidades culturais do município e seus atores. Além dos artistas, o cadastro deve conter dados de bens tombados que irão auxiliar na montagem do diagnóstico cultural do município. Também deve conter registros das associações, grupos e agremiações, empresas e escolas de arte e cultura para que todos sejam representados junto ao Conselho Municipal de Política Cultural e que possam opinar quanto as metas de investimento e ações a serem executadas para melhoria do setor.

Para uma coleta de dados mais abrangente é indicado a união dos cadastros já existentes no município incluindo cadastros de Associações, Cooperativas, Organizações não Governamentais (ONGs), museus, empresas privadas do ramo, grupos e coletivos e cadastros de grande eventos realizados que contrataram artistas e trabalhadores da cultura.

O segundo passo é unir os representantes de cada setor cultural e solicitar sua inscrição para compor a chapa para eleição dos representantes das cadeiras no Conselho Municipal de Política Cultural. Para a inscrição é necessário um edital de chamamento amplamente divulgado pelos meios de comunicação. Todos os candidatos devem estar contidos no cadastro único de artistas.

Uma vez realizada a eleição do Conselho Municipal de Política Cultural deve ser criado um estatuto que orientará o funcionamento do mesmo. Esse processo deve ser publicado em diário oficial do município.

O terceiro passo do Protocolo de Implantação do SMC é a criação da Lei Municipal de Cultura, que define as funções, responsabilidades e objetivos da Secretaria Municipal de Cultura e sua atuação como incentivadora do desenvolvimento do setor.

Nesse momento será somada à Lei Municipal de Cultura, a existência do Conselho Municipal de Política Cultural e sua representatividade dentro do município. Através do diagnóstico cultural serão identificados os processos que retém valores endógenos e conhecimentos implícitos que deverão estar representados dentro do Conselho.

A Lei Municipal de Cultura irá descrever as cadeiras que compõem o Conselho, suas ações e abrangência. Uma vez emitida, deve ser aprovada e publicada em Diário Oficial do município.

O quarto passo para a implantação do SMC é a realização da Conferência Municipal de Cultura que deve ser amplamente divulgada para que todos os indivíduos da sociedade civil possam ter acesso e participar.

Na Conferência é necessário o cadastramento e identificação dos participantes com nome, área de interesse, nome do setor público ou privado que representa e se é trabalhador independente. Os participantes serão divididos em grupos de trabalho, os quais irão desenvolver um debate em eixos específicos, definidos pelo Conselho por setor de atuação. Cada grupo deverá eleger seu líder que apresentará os resultados no final da Conferência.

A Conferência deverá ser planejada pela Secretaria Municipal de Cultura em parceria com o Conselho de Política Cultural e os resultados apresentados devem ser agrupados para criação do Plano Municipal de Cultura.

O quinto passo é a criação do Plano Municipal de Cultura com a união dos resultados apresentados na Conferência Municipal de Cultura. No Plano Municipal de Cultura será explicitado os objetivos, as prioridades e diretrizes a serem tomadas pelo município para o desenvolvimento das ações propostas. Também contém os desafios e as oportunidades que serão enfrentados para o alcance das metas e dos resultados esperados. Serão definidas as formas de medição dos resultados através dos indicadores de eficiência e quais as fontes de aferição dos indicadores.

O Plano Municipal de Cultura deve ser aprovado e publicado no Diário Oficial do município.

O sexto e último passo para a implantação do SMC é a criação do Fundo Municipal de Cultura que possibilita o manuseio, planejamento e movimentação financeira em conta independente, com CNPJ próprio.

A conta do Fundo Municipal de Cultura entra na LDO separada de outros setores e secretarias do município cria a possibilidade de receber repasses de recursos direto de outros fundos estaduais e federais para a realização de projetos locais.

Por fim, uma vez aberto o Fundo Municipal de Cultura, o Sistema Municipal de Cultura estará com os requisitos básicos necessários para ser reconhecido pelo Governo Federal e apto a ser utilizado como ferramenta de gestão para gestores municipais.

6 CONCLUSÕES

Da análise do processo de criação e estruturação do Sistema Municipal de Cultura e a sua influência na Economia Criativa do município de Itajubá - MG pode-se concluir que é uma ferramenta de gestão pública que opera sobre força de lei e deixa como herança um planejamento de longo prazo para a cultura do município. Pode ser usada como uma estratégia para impulsionar o empreendedorismo, mas não se trata somente de um projeto político, também é um projeto social porque procura atender as necessidades de uma sociedade com o objetivo de criar renda e melhorar a qualidade de vida de forma sustentável.

O SMC impulsiona o empreendedorismo e desenvolvimento regional através do contágio empreendedor. A disseminação do conhecimento adquirido na implantação do Sistema Municipal de Cultura de Itajubá possibilitou a criação de Sistemas Culturais em outras cidades, o que fortaleceu as relações entre Poder Público e artistas de toda região.

Das fragilidades encontradas destaca-se o desconhecimento dos participantes quanto ao tema abordado, o que dificultou inicialmente a formação de um cadastro único de artistas para a criação do Conselho Municipal de Política Cultural conforme os acordos exigidos por lei. Notou-se um elevado grau de dificuldade para a aglutinação das diferentes áreas culturais presentes no município e seus representantes, em torno de uma proposta universal que pudesse trazer benefícios e atender aos anseios de toda comunidade.

Dos pontos positivos pode-se destacar a capacitação dos conselheiros e agentes culturais realizada em parceria com a Universidade, o que deu maior fluidez às trocas de informações, possibilitou o atendimento aos requisitos técnicos e prazos exigidos pelo MinC. Essa parceria impulsionou a abertura de novos pontos de cultura na região o que promoveu maior interação entre as partes na criação de eventos culturais com a participação dos artistas locais.

Da análise da unificação dos cadastros de artistas pode-se concluir que o cadastro único de artistas não representa a diversidade cultural do município e os artistas não o reconhecem como ferramenta necessária para a sua participação no Sistema Municipal de Cultura. A falta de sinergia entre os atores do processo de implantação do Sistema Municipal

de Cultura prejudica as relações entre as partes e criam debates acalorados sem objetividade concreta o que afeta os resultados esperados.

Da análise de criação e implantação dos componentes básicos do Sistema Municipal de Cultura pode-se concluir que para a formação do Conselho Municipal de Política Cultural é afetado pelo peso demasiado da burocracia aliada aos interesses pessoais e políticos que agem como variáveis perturbadoras que afetam o bom funcionamento do sistema. Na estruturação do Conselho e na realização da Conferência Municipal de Cultura houve maior proximidade e interação entre Poder Público e sociedade civil, o que incrementou a participação dos artistas locais em eventos promovidos pela Prefeitura atendendo aos anseios dos artistas apresentados no início do projeto.

Da análise da participação da Economia Criativa no município pode-se concluir que tem um perfil ascendente e é um potencial a ser explorado na promoção do desenvolvimento regional. Quanto mais fortalecido o SMC estiver mais eventos culturais na cidade e região serão criados e, novas oportunidades de emprego e de captação de recursos surgirão, o que amplia a contribuição da Economia Criativa no desenvolvimento local e regional.

O protocolo disponibilizado é uma ferramenta de gestão pública que exhibe um processo simplificado e ordenado de ações necessárias para a criação e implantação de um Sistema Municipal de Cultura. Pode ser utilizado por gestores de cidades que visam ampliar a participação da Economia da Cultura na Economia Criativa para promoção do desenvolvimento endógeno sustentável. Essa ferramenta visa agilizar as ações do Poder Público e facilitar a cooperação da sociedade civil na sua formação e implantação.

REFERÊNCIAS

- AGUSTINI, G; COSTA, E (orgs.) **De Baixo Para Cima**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2014.
- ALMEIDA, P. S.; BUTCHER, P. **Cinema: desenvolvimento e mercado**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2003.
- ANDRADE, D. B. O. **Venceslau, Um Pescador na Presidência**. Sociedade de Estudos Históricos Pedro II, 1968.
- PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAJUBÁ, Arquivo. **Livros diversos e Atas**, Minas Gerais, 1950.
- AZEVEDO, J. L. **Depoimento: histórico cultural de Itajubá**, 2015. Disponível em: <<https://www.facebook.com/joaolucio.deazevedo>>. Acesso em: 02 mai. 2016.
- AVELLAR, J. C. Em busca do templo perdido. In: GONZAGA, Alice. **Palácios e poeiras: 100 anos de cinemas no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Reccord: FUNARTE, 1996.
- BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Cengage Learning, 2007.
- BENHAMOU, F. **A economia da cultura**. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.
- BOFF, L. **Saber Cuidar: ética do humano - compaixão pela Terra**. Petrópolis: Vozes, 1999.
- BOISIER, S. Desarrollo (Local): ¿De qué estamos hablando? **Cuadernos Regionales** n.1, Santiago de Chile, Universidad de Talca, 2001.
- BOISIER, S. El Vuelo de una Cometa. Una metáfora para una teria del desarrollo territorial. **Estudios Regionales**, n.48, p. 41-79, 1997.
- BOISIER, S. Em busca do esquivo desenvolvimento regional: entre a caixa-preta e o projeto político. **Planejamento e Políticas Públicas**, n.13, p. 111-143, jun. 1996.
- BOISIER, S. Sinergia e innovación local. **Semestre Económico**, v. 12, n.24, p. 21-35, Medellín, Colômbia, oct. 2009.
- BOISIER, S. “Y si el desarrollo fuese uma emergencia sistematica?”. In: **Redes**, Santa Cruz do Sul, v.8, n.1, p. 9-42, jan./abr. 2003.
- BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil. Senado Federal. Brasília, 1988.
- BRASIL. Ministério da Cultura. **Metas do Plano Nacional de Cultura**. Brasília, 2011. Disponível em: <https://www.cultura.gov.br/documents/10883/11294/METAS_PNC_final.pdf/&usg=AFQjCNEOIIwN0DZQ8Ycjpru_TIOyBdStrA&sig2=8VFcp9Yz8TNTfuOZdK1hzg>. Acesso em 02 fev. 2016.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (Editores). **Handbook of qualitative research**. 2 ed., Thousand Oaks, California: Sage Publications, 2000.

DIÁRIO GAÚCHO, **Notícias: espaço do trabalhador**. Disponível em: <<http://diariogaucha.clicrbs.com.br/rs/dia-a-dia/noticia/2015/10/profissao-de-artesao-e-reconhecida-a-partir-de-regulamentacao-4888877.html>>. Acesso em: 26 abr. 2016.

DRUCKER, P. F. **Introdução á Administração**, São Paulo: Editora Pioneira Thomson, 2002.

DRUCKER, P. F. **Sociedade Pós-Capitalista**. Lisboa, Portugal: Actual, 1993.

DYE, T. D. Understanding public policy. **Englewood Cliffs**. New Jersey: Prentice-Hall, 1984.

EFEI - Escola Federal de Engenharia de Itajubá, **História da Fundação Teodomiro Santiago**, 1985.

ELKINGTON, J. **Sustentabilidade, canibais com garfo e faca**. São Paulo: M. Books Editora Ltda, 2012.

EPAMIG, Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais. **Festival de Inverno de Maria da Fé**, 2016. Disponível em: <http://www.epamig.br/index.php?option=com_content&task=view&id=1269>. Acesso em: 11 jun. 2016.

FAROFA MINEIRA, **Apresentação Jongo Reverendo**. São Paulo, 2015. Disponível em: <<https://www.facebook.com/grupofarofamineira/photos/a.1538056123087331.1073741828.1535051276721149/1836843369875270/?type=3&theater>>. Acesso em: 02 abr. 2016.

FERNANDEZ, F. S. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento regional: o caso do grande ABC paulista** (Dissertação de Mestrado), Universidade Federal do ABC, Santo André, 2014.

FIRJAN, **Indústria Criativa: mapeamento da indústria criativa**, 2012. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/pages/default.aspx>>. Acesso em: 24 abr. 2016.

FIRJAN, **Número de trabalhadores criativos cresceu 90% nos últimos dez anos**. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/economiacriativa/pages/consulta.aspx>>. Acesso em: 26 abr. 2016.

FLORIDA, R. **A Ascensão da Classe Criativa**. Porto Alegre: L&PM Editores, 2011.

FORAY, D.; LUNDVALL, B-A. The knowledge-based economy: from the economics of knowledge to the learning economy. In Organization for economic co-operation and development, **Employment and growth in the knowlodge-based economy**. Paris:Author, p.11-34, 1996.

FUNDAP, Fundação de Desenvolvimento Administrativo. **Economia criativa na cidade de São Paulo: diagnóstico e potencialidade**. SãoPaulo: Autor, 2012.

FURTADO, C. **O mito de desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2006.

GLOBO, G1 Portal. **Festa distribui 30 mil pastéis gratuitamente: Tradição do quitute foi tombada há 7 anos pelo Patrimônio Histórico**. Pouso Alegre, Minas Gerais. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mg/sul-de-minas/noticia/2012/09/festa-distribui-30-mil-pasteis-gratuitamente-em-pouso-alegre-mg.html>>. Acesso em: 29 abr. 2016.

GOOGLE MAPS, **Localização de Itajubá**, Minas Gerais. Disponível em: <<https://www.google.com.br/maps/place/Itajub%C3%A1,+MG/@-22.4119258,-45.4490745,15z/data=!4m2!3m1!1s0x94cb638240ee9d05:0x9c782630346ca79d>>. Acesso em: 29 abr. 2016.

GOVERNO FEDERAL, **Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte do Governo Federal**. Disponível em: <<http://www.forumpermanente.smpe.gov.br>>. Acesso em 25 ago. 2015.

GUIMARÃES, A. **A História de Itajubá**. Instituto Histórico e Geográfico de Minas Gerais, Belo Horizonte: Imprensa Oficial de Minas Gerais, 1987.

GUIMARÃES, A. **Efemérides Itajubenses**, Instituto Histórico e Geográfico de Minas Gerais. Belo Horizonte: Imprensa Oficial de Minas Gerais, 1988.

HARTLEY, J. **Creative industries**. Malden, MA: Blackwell, 2005.

HARVEY, D. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005.

HOWKINS, J. **The creative economy: how people make money from ideas**. London: Penguin Press, 2001.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2010**. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=313240>>. Acesso em: 14 mar. 2016.

INEP, Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **Censo Escolar**. 2015. Disponível em: <http://portal.inep.gov.br/todas-noticias?p_p_auth=auKMCy7d&p_p_id=56_INSTANCE_d9Q0&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_pos=2&p_p_col_count=3&_56_INSTANCE_d9Q0_groupId=10157&p_r_p_564233524_articleId=164015&p_r_p_564233524_id=164339>. Acesso em: 02 mai. 2016.

IPEA, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Planejamento governamental e gestão pública no Brasil: elementos para ressignificar o debate e capacitar o estado**. Brasília, mar. 2011.

ITAJUBÁ, P. M. Administração 2013-2016, **Cidade: localização**. Disponível em: <<http://www.itajuba.mg.gov.br/cidade/localizacao.php>>. Acesso em: 26 abr. 2016.

ITAJUBÁ, P. M. Administração 2013-2016, **Notícias: 2ª Festa do Pastel de Milho reúne milhares de pessoas para celebrar nossa cultura**. Itajubá, 2014. Disponível em: <<http://www.itajuba.mg.gov.br/noticias.php?id=8902>>. Acesso em: 29 de abr. 2016.

ITAJUBÁ, P. M. Administração 2013-2016, **Notícias: Cerca de 25 mil pessoas cantam, em coro, parabéns Itajubá em show histórico de Chitãozinho & Xororó.** Itajubá, 2014. Disponível em: < <http://www.itajuba.mg.gov.br/noticias.php?id=8571>>. Acesso em: 29 de abr. 2016.

ITAJUBÁ, P. M. Administração 2013-2016, **Notícias: Conselho Municipal de Política Cultural está formado e começa a atuar.** Itajubá, 2015. Disponível em: < <http://www.itajuba.mg.gov.br/noticias.php?id=10099>>. Acesso em: 29 de abr. 2016.

ITAJUBÁ, P. M. Administração 2013-2016, **Notícias: Grupo Rasgacêro agita a manhã de sábado em Itajubá: Circuito Cultural conta com apoio da Prefeitura.** Itajubá, 2015. Disponível em: < <http://www.itajuba.mg.gov.br/noticias.php?id=10393>>. Acesso em: 29 de abr. 2016.

ITAJUBÁ, P. M. Administração 2013-2016, **Notícias: Reunião do Conselho de Cultura acontece na primeira quarta-feira do mês.** Itajubá, 2015. Disponível em: < <http://www.itajuba.mg.gov.br/noticias.php?id=10370>>. Acesso em: 29 de abr. 2016.

ITAJUBÁ, P. M. Administração 2013-2016, **Notícias: Show do cantor Leonardo abrihanta aniversário da cidade.** Itajubá, 2013. Disponível em: < <http://www.itajuba.mg.gov.br/noticias.php?id=6629>>. Acesso em: 29 de abr. 2016.

JACOBS, J. **Morte e Vida de Grandes Cidades.** São Paulo: Martins Fontes, 2009.

JULIEN, P. A. **Empreendedorismo Regional e a Economia do Conhecimento.** São Paulo: Saraiva, 2010.

LASTRES, H. M. M.; CASSIOLATO, J.E., & ARROIO, A. Sistemas de inovação e desenvolvimento: mitos e realidade da economia do conhecimento global. In H. M. M. Lastres, J. E. Cassiolato, & A. Arroio (Orgs), **Conhecimento, sistemas de invonação e desenvolvimento.** Rio de Janeiro:UFRJ/Contraponto, p.17-50, 2005.

LASTRES, H. M. M.; FERRAZ, J. C. Economia da informação, do conhecimento e do aprendizado. In H. M. M. Lastres & S. Albagli (Orgs), **Informação e globalização na era do conhecimento.** Rio de Janeiro: Campus, p.27-56, 1999.

LATOUCHE, S. A. **A ocidentalização do mundo.** Petrópolis: Vozes, 1994.

LYN, L. E. **Designing public policy: a casebook on the role of policy analysis.** Santa Monica. Califórnia: Goodyear, 1980.

MARINO, A. **Desafios a gestão pública da cultura: o "sistema" e o sistema.** USP: Extraprensa, Ano VI, n. 10, jun. 2012.

MARIZ, V. **Figuras da Música Brasileira Contemporânea,** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1970.

MEAD, L.M. Public Policy: vision, potential, limits. **Policy Currents.** feb. 1995.

MELO, R. N. P. **O conselho municipal de política cultural - CMPC - do município de Fortaleza: trajetórias participativas?** Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual do Ceará, 2013.

MINC - Ministério da Cultura. **Como realizar a Conferência Municipal de Cultura**. 2013. Disponível em: < <http://docplayer.com.br/4311567-Como-realizar-a-conferencia-municipal-de-cultura.html>>. Acesso em: 25 de julho de 2015.

MPOG, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, 2016. Disponível em: < <http://www.planejamento.gov.br/servicos/faq/planejamento-governamental/plano-plurianual-ppa/o-que-e-ppa>>. Acesso em 14 mar. 2016.

MTUR, Ministério do Turismo, **Belém, Salvador e Santos no ranking da UNESCO**. Disponível em: < <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/5789-bel%C3%A9m,-salvador-e-santos-no-topo-do-ranking-da-unesco.html>>. Acesso em: 29 abr. 2016.

OLIVEIRA, M. **Agência do Senado**. Disponível em: <<http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2015/08/05/com-receita-anual-de-R-110-bi-economia-criativa-demanda-maior-atencao-oficial>>. Acesso em: 25 abr. 2016.

PARSONS, W. **Public policy: an introduction to the theory and practice of policy analysis**. Cheltenham: Edward Elgar, 1997.

PETERS, B. G. **American public policy**. Chatham. New Jersey: Chatham House. 1986.

PIRANGUINHO. **XI Festa do Maior Pé de Moleque do Mundo**, 2016. Disponível em: < <http://www.piranguinho.mg.gov.br/noticia/xi-festa-do-maior-pe-de-moleque-do-mundo>>. Acesso em: 11 jun. 2016.

PNE, Plano Nacional de Educação, PL337/06. Disponível em:<<http://goo.gl/TQLFY3>>. Acesso em: 02 mai. 2016.

PNUD, Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. **IDHM 2010**. Disponível em: <<http://www.pnud.org.br/atlas/ranking/Ranking-IDHM-Municipios-2010.aspx>>. Acesso em: 11 jun. 2016.

RECEITA FEDERAL, **Portal do Empreendedor: empreendedor individual**. Redesim, 2015. Disponível em <<http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemi/private/pages/relatorios/relatorioMunicipio.jst>>. Acesso em: 25 ago. 2015.

REIS, A. C. F. **Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. ISBN 978-85-85291-87-7.

REIS, A. C. F. **Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável: o caleidoscópio da cultura**. Barueri, São Paulo: Manole, 2007.

REZENDE, A. C. Conselho municipal de cultura como instrumento de democratização cultural. **Dossiê Gestão Cultural**. USP: Extraprensa, Ano VI, n. 11, dez. 2012.

RIERA, R. I. M. **Album fotos: Conferência de Cultura**. 2015. Disponível em: < <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.883470001734018.1073742187.485282978219391&type=3>>. Acesso em: 29 abr. 2016.

RUBIM, A. (Org.). **Políticas culturais no governo Lula**. Salvador: EDUFBA, 2010.

SACHS, I. **Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável**. In: STROH, Paula Yone (Org.). Rio de Janeiro: Garamond, 2000.

SAKAYA, T. Historia del futuro. **La Sociedad del Conocimiento**. Santiago do Chile: Andrés Bello, 1994.

SANTOS, F. R.; VIEIRA, E. T. A Economia Criativa sobre a perspectiva do desenvolvimento regional. **Alumni Revista Discente da UNIABEU**. v.2, n. 3, 2014.

SARAU MUSICAL, Alburns de Fotos: **Oitavo Sarau Musical**, 2015. Disponível em: <<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.1675673139347379.1073741833.1585295428385151&type=3>>. Acesso em: 29 abr. 2016.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e o ciclo econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SEBRAE, **Estratégia de Mercado: o que é economia criativa**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-economia-criativa,3fbb5edae79e6410VgnVCM2000003c74010aRCRD#cen%C3%A1rio-nacional>>. Acesso em: 25 abr. 2016.

SERRA, N. Economia criativa e políticas públicas: uma contribuição ao debate. In A. Ziemerman, & A. M. Detrich (Orgs), **Novas abordagens de políticas públicas no Brasil**, p. 209-226, Santo André: UFABC/Proex, 2012.

SERRA, N.; FERNANDEZ, R.S. Economia Criativa: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas. **Revista de Administração e Inovação**. São Paulo, v. 11, n. 4, p.355-372, out./dez. 2014.

SHEPHERD, D. A.; PATZELT, H. The New Field of Sustainable Entrepreneurship: Studying Entrepreneurial Action Linking “What Is to Be Sustained” With “What Is to Be Developed”. **Entrepreneurship, Theory and Practice**, n. 35, p. 137-163, 2011.

SIEDENBERG, D. R. Desenvolvimento: ambiguidades de um conceito difuso. **Desenvolvimento em Questão**, n.3, p. 9-26, jan/jun. 2004.

SIEDENBERG, D. R. Indicadores de desenvolvimento socioeconômico - uma síntese. **Desenvolvimento em Questão**, n.1, p. 45-71, jan/jun. 2003.

SNC, Sistema Nacional de Cultura. **Guia de Orientações para os Municípios: Sistema Nacional de Cultura - Perguntas e Respostas**. Brasília, 2012.

SILVA, E. L. da; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 4 ed., Florianópolis: UFSC, 2005.

SOUSA, B. de **Datas e Fatos da Terra do Rio Verde**, Pouso Alegre, Minas Gerais: Tipografia da Escola Profissional de Pouso Alegre, 1971.

SOUZA, C. **Políticas públicas: uma revisão da literatura**. Porto Alegre: Sociologias. Ano 8, n.16, p. 20-45, dez. 2006.

SRIDHAR, K. A multi-dimensional criticism of the Triple Bottom Line reporting approach.

Int. J. Business Governance and Ethics, v. 6, n. 1, 2011.

TELESINTESE. **Fundo Nacional de Cultura terá R\$ 146 MI este ano**. Redação, jun. 2015. Disponível em: < <http://www.telesintese.com.br/fundo-nacional-de-cultura-tera-r-146-mi-este-ano/>>. Acesso em: 28 jan. 2016.

THEIS, I. M. Do desenvolvimento desigual e combinado ao desenvolvimento geográfico desigual. **Novos Cadernos NAEA**, v. 12, n. 2, p. 241-152, dez. 2009.

TRIPP, D.; WILSON, J. Critical incidents in action research in education. In: SANKARAN, S. et **Effective change management using action research and action learning: concepts, frameworks, process and applications**. Lismore: Southern Cross University Press, p. 121-132, 2001.

UNCTAD, United Nations Conference on Trade and Development. **Creative economy: report 2008**. Disponível em <<http://unctad.org/en/Pages/DITCCreativeEconomy/Sattistics-on-word-trade-in-creative-products.aspx>>. Acesso em 20 jul. 2014.

UNESCO, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. **Statistics on cultural industries: framework for the elaboration of national data capacity building projects**. Bangkok: Autor, 2007.

VEIGA, J. E. **Desenvolvimento Sustentável: o desafio do século XXI**. 2 ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2006.

VERTZ, P. **Des territoires pour apprendre et innover**. Paris: La Tour d'Aigues. Ed. De l'Aube, 1994.

VITÓRIA, J. R.; EMMENDOERFER, M. L. Dificuldades na implementação de um sistema municipal de cultura no Brasil a partir de práticas isomórficas. **Políticas Culturais em Revista**. v. 1, n. 8, p. 222-238, Universidade Federal da Bahia, 2015.

YIN, R.K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ANEXO A - Lei 3006/2013 - Lei Municipal de Cultura de Itajubá



PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAJUBÁ

Av. Janson Dias, 500 - Estiva
CEP 37500-279 - Itajubá - Minas Gerais

Lei nº 3006

RODRIGO IMAR MARTINEZ RIÉRA, Prefeito do Município de Itajubá, Estado de Minas Gerais, usando das atribuições que lhe são conferidas por Lei, faz saber que a Câmara Municipal aprovou e ele sanciona a seguinte Lei:

"Dispõe sobre o Sistema Municipal de Cultura de Itajubá-MG, seus princípios, objetivos, estrutura, organização, gestão, inter-relações entre os seus componentes, recursos humanos, financiamento e dá outras providências".

DISPOSIÇÃO PRELIMINAR

Art. 1º Esta lei regula no município de Itajubá-MG e em conformidade com a Constituição da República Federativa do Brasil e a Lei Orgânica do Município, o Sistema Municipal de Cultura - SMC, que tem por finalidade promover o desenvolvimento humano, social e econômico, com pleno exercício dos direitos culturais.

Parágrafo único. O Sistema Municipal de Cultura - SMC integra o Sistema Nacional de Cultura - SNC e se constitui no principal articulador, no âmbito municipal, das políticas públicas de cultura, estabelecendo mecanismos de gestão compartilhada com os demais entes federados e a sociedade civil.

TÍTULO I DA POLÍTICA MUNICIPAL DE CULTURA

Art. 2º A política municipal de cultura estabelece o papel do Poder Público Municipal na gestão da cultura, explicita os direitos culturais que devem ser assegurados a todos os munícipes e define pressupostos que fundamentam as políticas, programas, projetos e ações formuladas e executadas pela Prefeitura Municipal de Itajubá-MG, com a participação da sociedade, no campo da cultura.

CAPÍTULO I Do Papel do Poder Público Municipal na Gestão da Cultura

Art. 3º A cultura é um direito fundamental do ser humano, devendo o Poder Público Municipal prover as condições indispensáveis ao seu pleno exercício, no âmbito do Município de Itajubá-MG.

Art. 4º A cultura é um importante vetor de desenvolvimento humano, social e econômico, devendo ser tratada como uma área estratégica para o desenvolvimento sustentável e para a promoção da paz no Município de Itajubá-MG.

ANEXO B - EDITAL 02/2015 - CADASTRAMENTO DE ARTISTAS

EDITAL DE CADASTRAMENTO DE ARTISTAS

Edital nº 02

A Prefeitura de Itajubá, por meio da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo- Secut, neste ato representado por seu Secretário Municipal de Cultura e Turismo, Massoud Nassar Neto, no uso de suas atribuições legais, torna público, o presente Edital de Credenciamento de Artistas de diversos segmentos culturais, Artes Visuais, Artes Cênicas, Audiovisual, Literatura, Música, Culturas Populares, Povos e Comunidades Tradicionais para possível prestação de serviços na programação cultural da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo – Secut.

1. DO OBJETO

1.1 O presente Edital tem como objeto o preenchimento do banco de artistas/profissionais residentes em Itajubá, assim como, subsidiar o mapeamento e a oferta do Banco de Talentos ao mercado no ano de 2015.

1.2 Os interessados em participar deste Edital poderão obter informações na sede da Secut, de segunda a sexta-feira, das 12h00 as 18h00.

2. DO CADASTRO

2.1 Para este edital, podem se credenciar pessoas físicas e pessoas jurídicas, atuantes, residentes ou domiciliados em Itajubá.

2.2 Considera-se inscrição de pessoa física, aquela realizada diretamente por profissional/artista, tendo como principal referência o CPF deste apontado no ato da inscrição.

2.3 Considera-se a inscrição de pessoa jurídica, aquela realizada por cooperativa, associação sem fins econômicos, micro-empendedor individual ou empresa de natureza cultural, tendo como principal referência o CNPJ apontado no ato da inscrição.

2.4 Considerar-se-ão credenciadas as pessoas físicas ou jurídicas, responsáveis pela inscrição, após a análise da documentação e deferimento, conforme o item 5 deste edital.

3. DAS INSCRIÇÕES DE PESSOAS FÍSICAS

3.1 As inscrições são gratuitas.

3.2 As inscrições deverão ser entregues a partir da publicação deste Edital, durante o exercício de 2015, no setor da Secut, das 12h00 as 18h00, sito à Av. Dr. Jerson Dias, 500, Estiva, Itajubá-MG.

3.3 Cada pessoa física poderá apresentar apenas 01 (uma) inscrição.

3.4 Cada inscrição apresentada deverá conter:

a) Uma via da Ficha de Inscrição devidamente preenchida (anexo 1), disponível em WWW.itajuba.mg.gov.br

b) Portfólio digital do artista contendo fotos promocionais, matérias de jornais ou revistas comprovando as atividades realizadas;

c) Cópia de RG e CPF;

d) Cópia de comprovante de residência dos últimos três meses (conta de energia ou água ou telefone fixo);

e) Cópia do comprovante de inscrição no PIS ou PASEP.

3.5 A pessoa física que entregar de forma incompleta os documentos acima listados terá sua inscrição indeferida.

4. DAS INSCRIÇÕES DE PESSOAS JURÍDICAS

4.1 As inscrições são gratuitas e deverão ser entregues a partir da publicação deste Edital, durante o exercício de 2015, no setor de protocolo da Secut, das 12h00 as 18h00, sito à Av. Dr. Jerson Dias, 500, Estiva, Itajubá-MG.

4.2 Cada inscrição apresentada deverá conter:

a) Ficha de Inscrição devidamente preenchida (anexo 1), disponível em WWW.itajuba.mg.gov.br

- b) Portfólio do artista ou grupo representado e da pessoa jurídica representante, com breve relato das atividades.
- c) Cópia do Estatuto e da Ata de Eleição da diretoria ou Contrato Social da empresa;
- d) Cópia de RG e CPF dos dirigentes da pessoa jurídica;
- e) Comprovante de inscrição no CNPJ;
- f) Cópia de comprovante de estabelecimento comercial dos últimos três meses (conta de energia elétrica ou água ou telefone);
- g) Cópia de documento comprovando a exclusividade do artista ou grupo pela representante.

4.3 A pessoa jurídica que entregar de forma incompleta os documentos acima listados, terá sua inscrição indeferida.

4.4 O ato de inscrição pressupõe a aceitação, plena concordância e compromisso de cumprimento de todos os critérios e condições dos termos integrais deste Edital.

5. DA ANÁLISE DA DOCUMENTAÇÃO

5.1 A análise da documentação entregue no ato da inscrição será realizada por uma Comissão Técnica, composta por 03 (três) integrantes do corpo técnico da Secut designados pela Secretário Municipal de Cultura e Turismo.

5.2 Da análise da documentação realizada pela Comissão Técnica, a pessoa física ou jurídica inscrita será considerada credenciada ou não no banco de talentos desta Fundação.

6. DAS VEDAÇÕES

6.1 Ficam vedadas as inscrições de Pessoas Físicas menores de 18 (dezoito) anos.

6.2 Ficam vedadas as inscrições realizadas sem a documentação estabelecida nos 3.4 e 4.2 deste edital.

7. DA DIVULGAÇÃO DOS CREDENCIADOS

7.1 Cada inscrito é responsável por acompanhar a divulgação dos credenciados.

7.2 A divulgação dos credenciados será feita no endereço eletrônico, WWW.itajuba.mg.gov.br, sistematicamente ao longo do ano.

8. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

8.1 A inscrição configura prévia e integral aceitação de todas as condições estabelecidas neste Edital.

8.2 Os credenciados autorizam, desde já, a Secut e a Prefeitura de Itajubá, o direito de mencionar seu apoio e de utilizar em suas ações de difusão, quando entenderem oportuno, sem qualquer ônus as peças publicitárias, fichas técnicas, material audiovisual, fotografias e os relatórios de atividades dos serviços aprovados neste Edital para fins promocionais.

8.3 A Secut e a Prefeitura de Itajubá fica reservado o direito de prorrogar, revogar ou anular este Edital, havendo motivos ou justificativas para tais procedimentos devidamente apresentados nos autos do processo de origem.

8.4 Estarão impedidos de se inscrever:

a) Pessoas Jurídicas cujos dirigentes ou membros da diretoria possuam relações de parentesco, até o terceiro grau, com servidores da Secut, a exceção de servidores aposentados (inativos).

b) Servidores da Secut, ou ainda, pessoas físicas que possuam parentescos com estes até o 3º grau, com exceção de servidores que se encontram aposentados (inativos).

c) Membros da Comissão Técnica.

d) Pessoas Jurídicas cujos dirigentes ou membros da diretoria sejam funcionários da Secut.

8.5 Para dirimir quaisquer dúvidas ou questões relacionadas ao credenciamento de artistas, fica eleito o foro da Comarca de Itajubá, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

Itajubá, 30 de Janeiro de 2015.

CERTIFIQUE-SE, PUBLIQUE-SE E CUMPRA-SE.

Massoud Nassar Neto
Secretario Municipal de Cultura e Turismo
Secut

ANEXO C - Edital 01/2015 - Chamamento para Formação da Chapa de Eleição do Conselho Municipal de Política Cultural de Itajubá



EDITAL DE CHAMAMENTO PARA A 1ª ELEIÇÃO DO CONSELHO MUNICIPAL DE POLÍTICA CULTURAL DE ITAJUBA-MG

EDITAL Nº 01

Ficam convocados os residentes ou domiciliados na Cidade de Itajubá-MG para votar, bem como serem votados a uma das 28 (vinte e oito) vagas de representação da sociedade civil do Conselho Municipal de Política Cultural - CMPC, sendo 14 (quatorze) vagas titulares e 14 (quatorze) vagas suplentes nos termos da Lei nº 2.993/2014.

1. DA COMISSÃO ELEITORAL

1.1. A Comissão de eleição do Conselho Municipal de Política Cultural cumpre a elaboração do regimento para esta eleição.

1.2. A Comissão tem por atribuições:

1.2.1. Garantir a lisura do processo de eleição para composição do CMPC;

1.2.2. Dirigir e acompanhar a realização da Assembleia Geral, até o final dos trabalhos, dispondo sobre o seu funcionamento e indicando, dentre os seus membros, o Presidente e o Secretário da Comissão;

1.2.3. Preparar as fichas de cadastramento de candidatos que deverão ser preenchidas no horário, data e local determinadas no item 2.1.1;

1.2.4. Referendar o credenciamento e publicar a relação dos candidatos;

1.2.5. Publicar no site da Prefeitura e em outros meios de comunicação:

1.2.5.1. A relação dos candidatos credenciados;

1.2.5.2. A relação dos eleitos;

1.2.5.3. Todos os atos e deliberações pertinentes ao processo eleitoral;

1.2.6. Julgar as impugnações dos credenciados, publicando os resultados dos recursos no site da Prefeitura e em outros meios de comunicação;

1.2.7. Deliberar sobre a validade ou anulação do voto;

1.2.8. Dirimir dúvidas e decidir sobre os casos omissos neste Edital;

ANEXO D - Convocação para eleição do Conselho Municipal de Política Cultural de Itajubá



Itajubá, 25 de Fevereiro de 2015

ANEXO I

De acordo com o disposto na Lei nº 2.993/2014, a Comissão Eleitoral do Conselho Municipal de Política Cultural prorroga o prazo limite para aplicações ao conselho em 8 dias corridos. Assim, os novos prazos se encontrarão dispostos da seguinte forma:

- Prazo final para inscrições: 03 de Março de 2015;
- Publicação da lista de inscritos: 04 de Março de 2015;
- Prazo para recursos de impugnação: 06 de Março de 2015;
- Resultado dos recursos e lista final: 09 de Março de 2015;
- Eleição dos Conselheiros da Sociedade Civil: 25 de Março de 2015.

Tal prorrogação se faz devido a dificuldades encontrada durante o processo de inscrição virtual. Assim, poderemos tornar o processo mais justo e acessível.

Atenciosamente,

Massoud Nassar Neto

Secretário Municipal de Cultura e Turismo

Comissão Eleitoral

Massoud Nassar Neto

Denise Maria Ferreira

João Paulo Ferreira

Caroline de Miranda Borges

Carollna Mauad Ferreira



Itajubá, 06 de Março de 2015

ANEXO II

De acordo com o disposto na Lei nº 2.993/2014, a Comissão Eleitoral do Conselho Municipal de Política Cultural altera a data da Eleição dos Conselheiros da Sociedade Civil. Assim, a nova data:

- Eleição dos Conselheiros da Sociedade Civil: 26 de Março de 2015.

Tal prorrogação se faz devido a detalhes logísticos quanto a local e disponibilidade dos responsáveis.

Atenciosamente,

Massoud Nassar Neto

Secretário Municipal de Cultura e Turismo

Comissão Eleitoral

Massoud Nassar Neto

Denise Maria Ferreira

João Paulo Ferreira

Caroline de Miranda Borges

Carolina Mauad Ferreira

ANEXO E - Decreto 5669/2015 - Posse do Conselho Municipal de Política Cultural de Itajubá



DECRETO Nº 5669/2015

Nomeia os membros do Conselho Municipal de Política Cultural (CMPC).

Considerando o Memorando nº 048/2015, da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, que dispõe sobre a nomeação membros do Conselho Municipal de Política Cultural (CMPC);

O PREFEITO MUNICIPAL DE ITAJUBÁ, no uso das atribuições que lhe confere o inciso VI, do art. 68, da Lei Orgânica Municipal, e nos termos do art. 39 da Lei Municipal 3008/2013;

DECRETA:

Art. 1º O Conselho Municipal de Política Cultural (CMPC), passa a ser constituído pelos seguintes membros:

I – Representantes do Poder Público

a. Representantes da Secretaria Municipal de Cultura.

Titular: Massoud Nassar Neto
Suplente: Joannita de Fátima Pereira

Titular: Denise Maria Ferreira
Suplente: Rhaissa Pereira Toledo Ferraz de Azevedo

Titular: Clara Lúcia de Souza Coelho
Suplente: João Paulo Ferreira

b. Representantes da Secretaria Municipal de Educação.

Titular: Mariângela Alves da Silva
Suplente: Lilian Nogueira Machado Cardoso

Titular: Thiago Rodrigues da Silva
Suplente: Marcia Helena Alves Botelho

Titular: Waldene Cristina Gonçalves de Oliveira
Suplente: Lívia Simões Duarte

Acesso:

<http://diariooficial.itajuba.mg.gov.br/diariooficialexecutivo.php?classificacao=DECRETOS>

ANEXO F - Decreto 5712/2015 - Convocação da Conferência Municipal de Cultura de Itajubá



DECRETO Nº 5712

“Convoca a II Conferência Municipal de Cultura.”

O PREFEITO MUNICIPAL DE ITAJUBÁ, no uso de suas atribuições legais, e considerando a necessidade de avaliar e propor diretrizes para a implementação de Políticas Públicas de Cultura no município,

DECRETA:

Art. 1º - Fica convocada a II Conferência Municipal de Cultura, a ser realizada nos dias 19 e 20 de agosto de 2015, na Biblioteca Infante - Juvenil Bernardo Guimarães, tendo como tema central: **“PLANO MUNICIPAL DE CULTURA”**.

Art. 2º - As despesas decorrentes da aplicação deste Decreto, correrão por conta de dotação própria do orçamento vigente.

Art. 3º - Este Decreto entrará em vigor na data de sua publicação.

Itajubá, 12 de agosto de 2015.

RODRIGO IMAR MARTINEZ RIERA
Prefeito Municipal de Itajubá

RENAN LONGUINHO DA CUNHA MATTOS
Procurador Jurídico do Município

REGISTRE-SE, PUBLIQUE-SE.

ALFREDO VANSNI HONÓRIO
Secretário Municipal de Governo

ANEXO G - Plano Municipal de Cultura de Itajubá



Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Bairro Estiva - 37.500-279
Tel.: (35) 3692-1702 - www.itajuba.mg.gov.br
Fala Cidadão 0800 035 1788



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

O Plano Municipal de Cultura de Itajubá é o documento que fundamenta, regulamenta e orienta a proposição e execução de políticas públicas do município, para o período de dez anos, sendo um dos componentes fundamentais para a concretização do Sistema Municipal de Cultura. É o resultado de um processo de elaboração e pactuação que envolveu tanto o Poder Público quanto a Sociedade Civil e pretende consolidar políticas públicas para a cultura local, alinhadas às normativas do Ministério da Cultura - MinC, para a consolidação do Sistema Nacional de Cultura. Para seu desenvolvimento, foi consenso, entre o Poder Público, o Conselho Municipal de Políticas Culturais - CMPC e as representações setoriais, a ideia de elaborar um plano focado na diversidade cultural local e nas manifestações culturais que aqui existem, fundamentado em marcos legais como a Lei Orgânica do Município atualizada Emenda 046/2015, Lei Sistema Municipal de Cultura Nº 3006/2013, Decreto de Instituição do Conselho Municipal de Cultura Nº 5669/2015, além da Constituição Federal de 1988 e as normativas e acordos os quais a Federação foi signatária.

O acesso à arte e à cultura, à memória e ao conhecimento é um direito constitucional e condição fundamental para o exercício pleno da cidadania e para a formação da subjetividade e dos valores sociais conforme os artigos 215 e 216 da Constituição Federal. Há que se destacar, que a Lei Federal Nº. 12.343/2010 estabelece aos entes federados, que voluntariamente aderirem ao Sistema Nacional de Cultura, do qual Itajubá é signatário, a tarefa de elaborar os seus planos decenais de cultura. Todos os participantes da Conferência Municipal de Cultura estão diretamente envolvidos no processo de elaboração do Plano Municipal de Cultura de Itajubá e são protagonistas de um momento histórico singular, que vislumbra uma nova realidade para o Município, a partir da definição de políticas públicas estruturantes, sistêmicas, sustentáveis, transversais, inclusivas, participativas, democráticas e transparentes. A efetivação deste Plano pretende contribuir para a implantação de um novo modelo de gestão para a cultura do município, tornando-o um centro de referência, com base nos processos e produtos culturais aqui desenvolvidos. Os objetivos aqui estão focados na realização de uma cultura inclusiva, na promoção da cidadania, no estímulo ao empreendedorismo cultural, na formação de novos públicos, na elevação da auto-estima dos cidadãos itajubenses e no atendimento aos excluídos e aos cidadãos que se encontram em situação de vulnerabilidade social.

28 de setembro de 2015

SECRETARIA DE CULTURA E TURISMO DE ITAJUBÁ



Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Bairro Estiva - 37.500-279
Tel.: (35) 3692-1702 - www.itajuba.mg.gov.br
Fala Cidadão 0800 035 1788



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

NOSSA HISTÓRIA E A CULTURA

Itajubá foi fundada em 19 de março de 1819 e em 1862 virou cidade. Está situada no sul do Estado de Minas Gerais e exerce influência direta sobre 14 municípios da micro-região. As terras itajubenses estão nas encostas da Mantiqueira, e o conjunto geográfico é formado por diversas serras, o que caracteriza um clima variado, com altas temperaturas durante todo o dia e baixas à noite. A cidade é dividida ao meio pelo Rio Sapucaí, rio esse que teve grande relevância no progresso e na cultura da cidade. Sapucaí quer dizer rio que canta, nome dado pelos índios em alusão às Sapucaias, árvores estas que, quando fustigadas pelos ventos, freqüentes no vale, produzem silvos semelhantes a gemidos. Existiam em abundância em quase todo o vale, sobretudo nas margens e barrancas do rio.

Nossa cultura tem origem dos índios Puri-coroados que se enfeitavam de tatuagens azuis e tinham o alto da cabeça raspada como uma coroa. Foram eles que deram o nome a cidade, inicialmente conhecida como Itagybá que significa, segundo nosso historiador Armelim Guimarães, água que corre nas pedras. Também recebeu influência dos negros que aqui chegaram com seus senhores ou fugidos de suas senzalas e refugiados por entre a rica geografia da região. Itajubá foi a primeira cidade mineira a libertar seus escravos antes da Lei Áurea e por isso foi chamada de Cidade Luz. Com grande influência política e cultural das famílias portuguesas e italianas aqui residentes, em 1862 Itajubá recebeu sua primeira peça de teatro, "O Fantasma Branco" de Joaquim Manoel de Macedo. Em 1872, já tinha seu primeiro jornal "O Itajubá" e inaugurava o primeiro teatro "Santa Cecília", com a peça "Suplício de uma Mulher". Dez anos mais tarde inaugurava a Banda de Música Concórdia Itajubense e em 1911 o primeiro cinema "Bijou-Salon". Um ano depois, foi fundado o primeiro grupo carnavalesco "Clube Carnavalesco Democrático de Itajubá", o que reforça as fortes raízes da cultura do samba em nossa cidade. Venceslau Braz, nascido em terras itajubenses que atualmente é o município de Brazópolis, toma posse em 1914 como Presidente da República o que impulsionou Itajubá a se destacar junto ao crescimento e desenvolvimento da região.

Itajubá respira arte e cultura nos anos 1920, Clemente Ribeiro da Luz se destaca na Rádio Nacional como o primeiro cronista da nova capital e o principal clube da cidade inaugura sua nova fachada, cópia de Petit-Trianon de Paris, obra do francês Eduardo Piquet aqui residente e é inaugurado o telefone interurbano.



Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Bairro Estiva - 37.500-279
 Tel.: (35) 3692-1702 - www.itajuba.mg.gov.br
 Fala Cidadão 0800 035 1788



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

Nos anos 30, o reconhecido músico, maestro e compositor itajubense Francisco Nisticó apresenta a Sinfonia de Tiradentes de sua autoria. Pela primeira vez foi exibido um filme em movietone - "Espera-me Coração" e o primeiro filme falado "Alvorada de Glória". O Maestro itajubense Frutuoso Vianna despontava como pianista e compositor em recitais pelo Brasil e Francisco Noronha, exímio clarinetista ganhou o prêmio no Concurso dos Diários Associados em Belo Horizonte como compositor da marcha carnavalesca "Minha Lua Mineira".

Nos anos 40, Itajubá recebeu os cantores famosos como Vicente Celestino, Albenzio Perrone e o pianista italiano Arnaldo Marchesotti. Foi fundada a Rádio Itajubá e já existiam por vários jornais: "Correio de Itajubá", "O Sul de Minas", "Atualidades", "A Chuteira", "O Congresso", "O Esporte", "O Espeto", "O Mosquito", "Sentinela", dentre outros. Foram inauguradas outras salas cine-auditórios: "Para Todos", "São Luís", "IMBEL" e o Grêmio Litéro-Teatral "Apolônia Pinto".

Nos anos 50, ganhou uma casa de samba o "Nova Aurora" e os Cines "Edna" e o "Presidente" com a mostra do filme em cinemascope "Viva o Palhaço". Surgiram mais clubes recreativos e foram exibidos pela primeira vez na cidade um filme nacional em cinemascope, "O Capanga", o primeiro desenho animado brasileiro, "Sinfonia Amazônica", o primeiro filme nacional a cores, "O Destino em Apuros" e o primeiro filme em 3ª dimensão, "Metrópole", que exigia o uso de óculos bicolores. Foram trazidas as primeiras imagens de TV e as emissoras de rádio cariocas apresentaram o programa "Ondas Musicais" com concertos de Frutuoso Vianna. Itajubá, nesses anos dourados, recebeu a visita de vários cantores famosos, como: Linda Batista, Ângela Maria, Jorge Goulart e Nora Ney, Carlos Ramirez, Vicente Celestino, Cascatinha e Inhana, Gregório Barrios, Carlos Galhardo, a nudista Luz del Fuego, Herivelto Martins, o humorista Ankito, o mexicano Hugo Gabéria, a Orquestra do Cassino de Sevilha da Espanha, o Maestro Gabor Radics e sua Orquestra Cigana, o Coral "Canarinhos de Petrópolis", o político e jornalista Carlos Lacerda, o pianista italiano Arnaldo Marchesotti, o Conjunto Orquestral Copacabana e Luiz Gonzaga o Rei do Baião. Foi criada a Banda de Música "Lira São José" e a Cultura Artística de Itajubá - CAI, que proporcionou mais de vinte saraus de arte fina, com apresentações solistas, de cantores, diseuses e bailarinos trazidos de grandes centros artísticos do país. Itajubá também recebeu um departamento do Conservatório Brasileiro de Música e já nessa época tínhamos mais de dez jornais. É importante destacar que, a primeira Festa do Milho foi realizada nos anos 50, no Bairro da Capetinga.



Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Bairro Estiva - 37.500-279
Tel.: (35) 3692-1702 - www.itajuba.mg.gov.br
Fala Cidadão 0800 035 1788



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

Nos anos 60, Itajubá passou de 51.000 habitantes para aproximadamente 57.500, um crescimento de mais que 10% na sua população e já contava com uma intensa circulação de jornais, peças teatrais, mostras e exposições de arte. Recebeu a Banda dos Fuzileiros Navais do Rio de Janeiro, a Orquestra de Carlos Lombardi e as fanfarras das escolas estaduais e municipais faziam grande sucesso sendo que a do Colégio Itajubá foi campeã nacional. Foi inaugurada mais uma sala de cinema, o "Cine Alvorada" e fundada o Grupo Artístico Permanente - GAP, que abrangia os setores de orquestra, canto coral e teatro. Surgiram então o telefone automático, a Rádio Universitária da EFEI, a Academia Itajubense de Letras e tivemos a possibilidade de assistir Itajubá brilhar nas telas da TV Tupi em 1968, no programa Cidade X Cidade.

No fim dos anos 60 e início dos anos 70, o Brasil foi marcado pela censura e a repressão do governo militar. Itajubá como residência de uma unidade do Exército Brasileiro, sofreu o efeito direto em seu meio artístico e cultural. Apesar disso, a Lira São José apresentava na Praça Theodomiro Santiago, a "Hora da Boa Música" com o Coral Infantil da Capela São Benedito e o conjunto seresteiro "Serra da Mantiqueira".

Dos anos 80 em diante, com o fim da ditadura militar e abertura política, os grupos artísticos renasceram e novamente foi possível ver os nossos palcos cheios de jovens e artistas produzindo arte e disseminando suas idéias. Em 1982, Itajubá foi berço de um projeto que se transformou em uma das mais importantes oficinas de canto coral do país. Com regentes e cantores vindos de todas as partes do Brasil, nascia o Laboratório Coral de Itajubá sob a coordenação do Maestro Amaury Vieira. No ano de 2001, em visita a cidade, o então Secretário de Estado da Cultura, Ângelo Oswaldo, reconheceu Itajubá como Capital Mineira do Canto Coral. Muitos cinemas e salas de espetáculos fecharam com o surgimento das novas tecnologias de VHS, DVD, CD o que possibilitou assistir filmes em casa, a qualquer hora e com maior conforto. A cultura por sua vez deixou de ser realizada em salas fechadas para ser descoberta nas ruas, com grupos de capoeira, grafites, nas serestas e serenatas, nas festas religiosas e pagãs, uma mistura de tradição, modernidade e libertação. Muitos grupos de teatros se destacaram, tais como o Grupo Lama, Teatro Amador, Usina de Anjos, dentre outros. Peças dramáticas e comédias com mais de 20 anos em cartaz, como a comédia "Curso de Porte e Postura" de autoria do itajubense Marcelo Dalla abrilhantam até hoje nosso acervo cultural.



Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Bairro Estiva - 37.500-279
Tel.: (35) 3692-1702 - www.itajuba.mg.gov.br
Fala Cidadão 0800 035 1788



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

Sem falar em Ivan Vilela, professor doutor da Universidade de São Paulo é referência mundial como instrumentista e pesquisador da viola caipira. Nossos poetas e escritores, tais como Gildes Bezerra, nascido em Campina Grande mas itajubense desde os quatro anos, autor de inúmeros poemas e letras de músicas, inclusive a do hino de Itajubá com grande reconhecimento país afora.

Suas letras destacam o nosso jeito interiorano de ser, nossos valores, amores, nossa terra e o gosto simples de ser mineiro. Há a necessidade de destacar o grande carnaval que Itajubá tinha na década de 1980. Com bailes carnavalescos nos clubes XVI de Julho, Clube Itajubense, Nova Aurora, DAEFEI, ITC, onde a alegria e fantasias faziam realizar grande desfile de cores e criatividade. Os blocos e escolas de samba dos bairros do Cruzeiro, da Avenida, do Centro conhecido como "Bloco do Zé", da Varginha, dentre outros, desfilavam pela Avenida Coronel Carneiro Júnior trazendo grande público da cidade e região, às ruas com muita alegria e entretenimento.

A cultura então deixou de ser elitizada para ser de todos, com um foco maior na liberdade de expressão, na diversidade, na mistura de raças, na preservação do meio ambiente e no reconhecimento dos valores locais .

por Caroline de Miranda Borges

*A História de Itajubá e Efemérides Itajubenses
de Armelino Guimarães - 1988*



Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Bairro Estiva - 37.500-279
 Tel.: (35) 3692-1702 - www.itajuba.mg.gov.br
 Fala Cidadão 0800 035 1788



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

PRINCÍPIOS

- Os direitos culturais são parte indissociável dos direitos humanos;
- A liberdade cultural dos indivíduos é condição essencial para o exercício da democracia;
- A diversidade cultural é o principal patrimônio da humanidade;
- A cidadania cultural plural se efetiva por meio do diálogo entre diferentes identidades, indivíduos, coletividades e territórios;
- A democratização de cultura pressupõe o acesso ao conhecimento e à cultura universal e local;
- O desenvolvimento da cultura é transversal e necessita de esforços conjuntos de diferentes órgãos, setores e instâncias;
- A cultura é fator de desenvolvimento humano e de inclusão social;
- A cultura deve estar inserida no processo de desenvolvimento do município.

DIREITOS CULTURAIS

Direitos culturais elementares são entendidos como sendo o direito à identidade e à diversidade cultural, o direito à participação na vida cultural, o direito autoral e o direito/dever de cooperação cultural internacional, conforme os seguintes termos e declarações:

- O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais conforme Constituição Federal de 1988, artigo 215;
- Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948;
- Convenção Universal sobre o Direito de Autor de 1952;
- Pacto Internacional dos Direitos Civis e Políticos de 1966;
- Pacto Internacional Relativo aos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais de 1966;
- Convenção sobre a Proteção do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural de 1972;
- Recomendação sobre o Status do Artista de 1980;
- Declaração do México sobre as Políticas Públicas de 1982;
- Recomendação sobre a Salvaguarda da Cultura Tradicional e Popular de 1989;
- Declaração sobre os Direitos das Pessoas Pertencentes às Minorias Nacionais, Étnicas, Religiosas e Linguísticas de 1992;
- Carta da Terra de 2000;
- Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural de 2001;



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

- Agenda 21 da Cultura de 2004;
- Convenção para a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais de 2005;
- Declaração de Friburgo de 2007.

De acordo com as leis e acordos acima descritos, o acesso ao setor da cultura, aqui deve ser entendido em todas as possibilidades e sentidos que a acepção do termo oportuniza, como o fomento, preservação, criação, produção, formação, fruição, difusão, além da economia da cultura, que constitui o direito fundamental do ser humano. Além disto, o setor deve ser entendido, enquanto agente produtivo e atuante, como um vetor de desenvolvimento econômico e um dos elementos propiciadores de inclusão social.

No âmbito local, o assunto merece ser tratado como estratégico de desenvolvimento e sustentabilidade do município. Sendo assim, ao Estado não cabe a tarefa de dirigir ou interferir nos processos criativos dos diferentes grupos sociais, mas sim assumir suas responsabilidades de planejamento e fomento, de forma a atender e adequar o interesse público à diversidade local de forma a atender os fatores prioritários para o avanço do processo desencadeado pelo Plano Municipal de Cultura de Itajubá.

Itajubá, 28 de setembro de 2015.

CONSELHO MUNICIPAL DE POLÍTICA CULTURAL

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

1. INTRODUÇÃO

O Plano Municipal de Cultura - PMC foi elaborado e construído a partir de documentos gerados das propostas oriundas da Conferência Municipal de Cultura, realizada nos dias 19 e 20 de agosto de 2015 na Biblioteca Infanto-Juvenil Bernardo Guimarães, com a participação do Poder Público e sociedade civil. Tem por objetivo avançar junto às metas do Plano Nacional de Cultura e instituir as políticas de cultura no município de Itajubá. Políticas estas que têm o propósito de buscar a melhoria da qualidade de vida e o acesso de todos os cidadãos à construção de ações culturais que valorizem a arte e o desenvolvimento local e regional. Para tanto se faz necessária a elaboração e a institucionalização de programas e projetos estratégicos nas diversas áreas de atuação da sociedade, para o alcance de uma consciência cultural, a fim de concretizar a relação entre desenvolvimento e cultura.

O entendimento de cultura nesse contexto se define como um processo vivo e captador do desenvolvimento da sociedade; é a identidade de um povo, que mantém o seu processo de evolução exercendo através de seus membros, a cidadania. É um fator de importância histórica e econômica que gera vínculos, inclusão social e riquezas.

O município de Itajubá, através do Conselho Municipal de Política Cultural - CMPC, a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo - SMCT, a sociedade civil em conjunto com seus artistas definem através do Plano Municipal de Cultura a sua atuação a partir de estratégias norteadoras das Políticas Culturais nos seguintes eixos:

1. Produção e Gestão Cultural
2. Música e Canto Coral
3. Artes do Corpo: dança e teatro
4. Artes Visuais, Gráficas e Plásticas: artesanato, filmes, vídeos, design
5. Cultura Popular: danças típicas, bens imateriais, costumes e folclore
6. Associações, Coletivos e Instituições Culturais



Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Bairro Estiva - 37.500-279
Tel.: (35) 3692-1702 - www.itajuba.mg.gov.br
Fala Cidadão 0800 035 1788



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

2. DIAGNÓSTICO

A cultura tradicional de Itajubá está concentrada nas comunidades e associações de bairros onde se encontram as folias de reis, a dança da catira, a capoeira, o maracatu, a viola caipira, as congadas, as comidas típicas, artes visuais, dentre outras. Essas artes e culturas merecem um estudo mais aprofundado de documentação e registro permanente do patrimônio imaterial.

As associações necessitam de formalização e atualização profissional para melhor coordenar suas atividades na geração de renda e distribuição de produtos culturais por elas desenvolvidas.

A cidade recebe grande influência na sua economia e na sua cultura, de estudantes universitários que aqui procuram por curso superior. Em Itajubá estão instaladas várias faculdades com cursos de medicina, enfermagem, fisioterapia, educação física, administração, engenharias, dentre outras e possui uma Universidade Federal centenária que recebe cerca de 1000 alunos por ano. Esses jovens trazem um movimento especial à cidade e fomenta muitos pontos de cultura que disseminam grande diversidade.

Com essa realidade, a cidade necessita de um mapeamento dos locais e instrumentos culturais disponíveis para então fomentar a arte e melhorar a interação da sociedade com os jovens que aqui residem temporariamente. Nossos jovens anseiam cada vez mais por entretenimento e eventos culturais no município e necessitam de um planejamento que crie uma agenda cultural permanente. Para isso há a necessidade de formar e capacitar gestores, produtores e agentes culturais com conhecimentos que possibilitem criar projetos, gerir ações e produzir eventos.

A cultura em Itajubá acontece em praças públicas, salas de teatro, escolas, estádios esportivos, áreas de lazer mas que nem todos tem acesso. É necessária a criação de espaços públicos nos bairros que fomente a cultura e a arte, e um grupo específico de marketing que divulgue e dissemine todas as ações culturais do município em um local de fácil acesso tanto em portal digital como em editoriais e propagandas nos meios de mídia da cidade.



Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Bairro Estiva - 37.500-279
Tel.: (35) 3692-1702 - www.itajuba.mg.gov.br
Fala Cidadão 0800 035 1788



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

3. ESTRATÉGIAS

- 3.1 - Estimular a integração regional com políticas transversais entre as diferentes instâncias de poder municipal, estadual e federal, a iniciativa privada e a sociedade civil organizada.
- 3.2 - Ampliar e diversificar fontes e mecanismos de financiamento para a cultura do município.
- 3.3 - Estabelecer acordos e parcerias com empresas, organismos públicos, universidades, agências internacionais, organizações da sociedade civil, visando o desenvolvimento da economia da cultura.
- 3.4 - Fortalecer as instâncias de articulação, pactuação e deliberação das políticas para a cultura.
- 3.5 - Promover a criação de redes de comunicação para a divulgação de bens e produtos culturais, inclusive serviços técnicos ligados a produção de arte e cultura e seus agentes.
- 3.6 - Promover o intercâmbio cultural com os entes das entidades educacionais, faculdades, universidades, no âmbito estadual, federal e internacional.
- 3.7 - Estabelecer mecanismos de integração entre municípios da região Sul Mineira.

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

4. OBJETIVOS GERAIS E ESPECÍFICOS

OBJETIVO GERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<p>1 - Promover a institucionalização da cultura no município alinhada ao SNC em prol de maximizar a captação de recursos para a realização de projetos culturais locais.</p>	<p>1.1 - Fortalecer o órgão gestor e coordenador das políticas públicas para a cultura do município;</p> <p>1.2 - Re-estruturar e fortalecer o órgão executor dos programas, projetos e ações culturais do Plano Municipal de Cultura - PMC;</p> <p>1.3 - Promover a intersetorialidade e a transversalidade para efetivação dos programas, projetos e ações culturais;</p> <p>1.4 - Criar e valorizar quadro funcional do órgão gestor, coordenador e executor da cultura;</p> <p>1.5 - Aprimorar e democratizar o processo de planejamento, gestão e execução das políticas públicas para a cultura.</p>
<p>2 - Promover a gestão da Cultura com a participação da sociedade civil</p>	<p>2.1 - Promover a cooperação entre as instâncias de articulação, pactuação e deliberação com o CMPC, Conferências de Cultura, Comitês e as instâncias de gestão, coordenação e execução das políticas públicas.</p> <p>2.2 - Incentivar a participação social nos processos deliberativos para a definição e execução compartilhada das políticas públicas.</p>
<p>3 - Democratizar a comunicação e a informação da produção cultural local</p>	<p>3.1 - Estimular o uso das novas mídias de comunicação e informação.</p> <p>3.2 - Promover o cadastramento e regularização dos artistas, espaços e equipamentos.</p> <p>3.3 - Difundir amplamente a produção cultural local através de um portal digital online.</p> <p>3.4 - Democratizar o acesso à produção cultural.</p>

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

<p>4 - Ampliar, diversificar e descentralizar os espaços culturais</p>	<p>4.1 - Dotar unidades, equipamentos e espaços de formação cultural do município com infra-estrutura adequada e condições técnicas necessárias para seu pleno funcionamento.</p> <p>4.2 - Criar novas unidades, equipamentos e espaços de formação cultural dentro das associações de bairro.</p> <p>4.3 - Democratizar o acesso, o uso e a ocupação dos equipamentos e espaços de formação cultural do município.</p> <p>4.4 - Incentivar a realização de eventos permanentes de difusão cultural nos bairros.</p> <p>4.5 - Definir o calendário permanente do município com a participação de artes e artistas locais.</p>
<p>5 - Promover o desenvolvimento da Economia da Cultura</p>	<p>5.1 - Fomentar o Empreendedorismo Cultural.</p> <p>5.2 - Estimular a estruturação e profissionalização de artistas, grupos e produtores culturais.</p> <p>5.3 - Incentivar o uso, consumo e fruição dos produtos culturais locais.</p> <p>5.4 - Fomentar o Turismo Cultural.</p> <p>5.5 - Estimular a criação, a produção, a difusão e a circulação de bens e serviços culturais.</p> <p>5.6 - Estabelecer parcerias com outras instituições de promoção e desenvolvimento da economia criativa.</p>
<p>6 - Estabelecer e ampliar mecanismos de financiamento público para a cultura</p>	<p>6.1 - Fortalecer mecanismos de financiamento e fomento.</p> <p>6.2 - Criar a Lei Municipal de Incentivo à Cultura e o Fundo Municipal de Cultura.</p> <p>6.3 - Ampliar os investimentos públicos para a cultura.</p>

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

<p>7 - Valorizar e promover a diversidade cultural</p>	<p>7.1 - Fomentar a difusão das diferentes formas de manifestações culturais nas unidades, equipamentos, espaços de formação e espaços públicos do município.</p> <p>7.2 - Formar e capacitar lideranças dos movimentos representativos da diversidade cultural.</p> <p>7.3 - Promover as práticas, saberes e fazeres das culturas residuais, emergentes e tradicionais.</p> <p>7.4 - Promover o respeito pela diversidade cultural.</p>
<p>8 - Estimular a formação cultural</p>	<p>8.1 - Promover a formação continuada para gestores, administradores, técnicos e produtores culturais.</p> <p>8.2 - Criar pré-requisitos de formação para ocupação de cargos e responsabilidades de gestores culturais.</p> <p>8.3 - Incentivar a iniciação, a formação livre, técnica e acadêmica aos diversos setores culturais.</p> <p>8.4 - Fomentar a organização de eventos permanentes de capacitação.</p>
<p>9 - Projetar a cultura local no âmbito regional, nacional e internacional</p>	<p>9.1 - Realizar intercâmbios nacionais e internacionais.</p> <p>9.2 - Estabelecer acordos e parcerias institucionais.</p> <p>9.3 - Promover eventos de difusão cultural.</p> <p>9.4 - Estimular a participação de artistas locais em eventos nacionais e internacionais</p> <p>9.5 - Estimular a distribuição de bens e produtos culturais.</p>



Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Bairro Estiva - 37.500-279
 Tel.: (35) 3692-1702 - www.itajuba.mg.gov.br
 Fala Cidadão 0800 035 1788



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

5. DIRETRIZES E PRIORIDADES

- 5.1 - Mapear equipamentos e áreas culturais do município e disponibilizar para consulta popular.
- 5.2 - Cadastrar artistas, grupos e produtores do município e disponibilizar para consulta popular.
- 5.3 - Criar portal digital para divulgar e disponibilizar as informações sobre cadastros de artistas, equipamentos, áreas culturais, eventos e ações culturais.
- 5.4 - Criar cursos de capacitação para gestores, produtores e agentes culturais.
- 5.5 - Criar a agenda permanente de eventos culturais do município com projetos a serem financiados pelo Fundo Municipal de Cultura. Financiamento com acesso único através de editais semestrais emitidos pela SMCT e selecionados pela Conselho Municipal de Política Cultural.
- 5.6 - Pesquisar culturas tradicionais locais que possam ser registradas como patrimônio imaterial junto ao patrimônio histórico do município e garantir a sua perpetuação.
- 5.7 - Criar uma ciranda de eventos nos bairros de forma a intensificar a participação de jovens e crianças e motivar a disseminação entre culturas e artes.
- 5.8 - Criar capacitação para associações e cooperativas para efetiva regularização profissional das entidades e fomentar a criação de renda.
- 5.9 - Criar projetos entre entidades estudantis e o poder público para facilitar a interação entre os jovens universitários com a sociedade infanto-juvenil do município e intensificar a troca de conhecimentos e saberes.
- 5.10 - Criar projetos culturais que evidencie os valores da sociedade artística local em parceria com a iniciativa privada e o poder público, de forma a disseminar a cultura tradicional local.
- 5.11 - Criar projetos de manutenção dos espaços públicos que possam garantir o perfeito uso e ocupação com eventos culturais e oficinas.
- 5.12 - Criar uma fundação para gerenciar o teatro municipal de forma a captar recursos para a sua manutenção e conservação. Criação de auto-suficiência para receber eventos externos e internos sem prejuízos para o Fundo Municipal de Cultura.



Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Bairro Estiva - 37.500-279
Tel.: (35) 3692-1702 - www.itajuba.mg.gov.br
Fala Cidadão 0800 035 1788



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

6. DESAFIOS E OPORTUNIDADES

- 6.1 - Tornar o município de Itajubá referência cultural em âmbito nacional e internacional;
- 6.2 - Tornar o município de Itajubá referência nacional em formação de Sistemas Intermunicipais de rede de Cultura e Arte;
- 6.3 - Instituir o planejamento e a gestão da cultura com participação social;
- 6.4 - Fortalecer e valorizar a diversidade cultural local;
- 6.5 - Promover a cultura, fortalecendo a cidadania, a inclusão e o desenvolvimento humano;
- 6.6 - Formar públicos para a fruição dos bens, serviços e produtos culturais;
- 6.7 - Articular a integração e a cooperação entre os órgãos municipais, os territórios e os setores culturais, a iniciativa privada e os entes federados;
- 6.8 - Gerar novos registros de patrimônio imaterial do município;
- 6.9 - Gerar novos postos de trabalho no setor de arte e cultura;
- 6.10 - Intensificar a geração de renda nas cooperativas e associações;
- 6.11 - Aumentar o índice de profissionalização do setor de arte e cultura;
- 6.12 - Criar uma rede de informações culturais;
- 6.13 - Aumentar a participação dos artistas locais nos eventos culturais locais, regionais, nacionais e internacionais.



Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Bairro Estiva - 37.500-279
Tel.: (35) 3692-1702 - www.itajuba.mg.gov.br
Fala Cidadão 0800 035 1788



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

7. METAS E AÇÕES

A estratégia do Plano Municipal de Cultura será dividir as ações nos seguintes eixos:

- (1) Gerais: ações comuns a todos os eixos;
- (2) Música: orquestra, coral, banda, dupla, cantores e músicos;
- (3) Artes visuais: literatura, novas mídias, artesanato e áudio visual;
- (4) Artes do corpo: dança, artes cênicas, cultura religiosa, cultura popular, cultura afro brasileira, cultura indígena e étnica;
- (5) Espaços Culturais: Instituições culturais, Associações, juventude e coletivos culturais;
- (6) Gestão: gestores e produtores culturais.

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

OBJETIVO GERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<p>1 - Promover a institucionalização da cultura no município alinhada ao SNC em prol de maximizar a captação de recursos para a realização de projetos culturais locais.</p>	<p>1.1 - Fortalecer o órgão gestor e coordenador das políticas públicas para a cultura do município;</p> <p>1.2 - Re-estruturar e fortalecer o órgão executor dos programas, projetos e ações culturais do Plano Municipal de Cultura - PMC;</p> <p>1.3 - Promover a intersetorialidade e a transversalidade para efetivação dos programas, projetos e ações culturais;</p> <p>1.4 - Criar e valorizar quadro funcional do órgão gestor, coordenador e executor da cultura;</p> <p>1.5 - Aprimorar e democratizar o processo de planejamento, gestão e execução das políticas públicas para a cultura.</p>
PERFIL DA META 1	
<p>Sistema Municipal de Cultura de Itajubá institucionalizado e em funcionamento, integrado ao Sistema Nacional de Cultura até Dezembro de 2015.</p>	
<p>Contribui com a meta 1 do PNC</p>	
DESCRIÇÃO	
<p>Instituir no âmbito da administração municipal, articulado e em consonância com as demais instâncias federativas e da sociedade civil, as condições necessárias para o pleno funcionamento do SMC e contribuir na efetivação do SNC.</p>	
AÇÕES	
<p>1 - Criar os componentes do SMC de Itajubá em conformidade com o previsto neste PMC.</p> <p>2 - Aprovar o Plano Municipal de Cultura para entrar no PPA de 2016.</p> <p>3 - Abrir o Fundo Municipal de Cultura. até outubro de 2015.</p>	



Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Bairro Estiva - 37.500-279
 Tel.: (35) 3692-1702 - www.itajuba.mg.gov.br
 Fala Cidadão 0800 035 1788



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

SITUAÇÃO ATUAL
<ul style="list-style-type: none"> - Lei Municipal de Cultura - Lei Nº 3006/2013 - Conselho Municipal de Política Cultural - Decreto Nº 5669/2015 - Conferência Municipal de Cultura já realizada e os princípios, as diretrizes, metas e ações para a gestão da cultura em Itajubá foram sugeridas e corroboradas pelo Conselho Municipal de Política Cultural de Itajubá, componente paritário entre poder público e a sociedade civil.
RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS
<ul style="list-style-type: none"> - Institucionalizar e estruturar componentes, sistemas e subsistemas de cultura local; - Organizar e regulamentar outras instâncias de participação e controle social; - Garantir maior participação da sociedade e os artistas locais no planejamento da cultura do município.
INDICADORES DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Número de artistas cadastrados - Número de participações em eventos culturais promovidos pela SMC de artistas cadastrados - Número de projetos realizados nos espaços culturais do município - Custos de manutenção de equipamentos culturais ATUAL X REALIZADO
FONTES DE AFERIÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Relatório do Portal do Empreendedor referente ao número de empresas, micro-empresas e micro-empresas individuais criadas no setor de arte e cultura no município; - Relatório da Secretaria de Cultura e Turismo do Município referente a eventos e valores gastos com projetos no ano; - Atas e pareceres dos Fóruns, Câmaras Setoriais de Cultura e do CMPC; - Relatório das Conferências Municipais de Cultura.

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

PERFIL DA META 2
Sistema Municipal de Indicadores e Informações Culturais de Itajubá implementado e institucionalizado em funcionamento e integrado ao SNC até 2017.
Contribui com as metas 2,3, 22 e 41 do PNC
DESCRIÇÃO
Instituir no âmbito da administração municipal, de forma articulada e em consonância com as demais instâncias federativas e da sociedade civil, as condições necessárias para o pleno funcionamento do Sistema Municipal de Indicadores e Informações Culturais de Itajubá.
AÇÕES
4 - Criar uma plataforma tecnológica para a coleta de dados e formalização dos cadastros do SMC em conformidade com o previsto neste plano até julho de 2016; 5 - Difundir e integrar os cadastros ao SNC até dezembro de 2016.
SITUAÇÃO ATUAL
- Itajubá não possui uma plataforma digital para cadastro e mapeamento; - Os dados não estão atualizados e sistematizados; - Falta conhecimento de quais artes, artistas, espaços e equipamentos o município possui e quais são as suas especificidades.
RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS
- Com a base de dados coletada e integrada ao SNC será possível conhecer e reconhecer tanto a diversidade cultural local como a produção artística do município; - O mapeamento permite uma melhor reavaliação de diretrizes, metas e ações para a construção das políticas públicas.



Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Bairro Estiva - 37.500-279
 Tel.: (35) 3692-1702 - www.itajuba.mg.gov.br
 Fala Cidadão 0800 035 1788



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

INDICADORES DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO
- Número de acessos a plataforma digital; - Quantidade de dados coletados.
FONTES DE AFERIÇÃO
- Relatório anual do Sistema Nacional de Indicadores e Informações Culturais
PERFIL DA META 3
Sistema Municipal de Apoio, Fomento e Financiamento à Cultura de Itajubá institucionalizado, em funcionamento e integrado ao SNC até março de 2016.
Contribui com as metas 51, 52 do PNC
DESCRIÇÃO
- Instituir no âmbito da administração municipal, articulado e em consonância com as demais instâncias federativas e a sociedade civil, as condições necessárias para o pleno funcionamento do Sistema Municipal de Financiamento à Cultura - SMFC.
AÇÕES
6 - Criar a Lei do Fundo Municipal de Cultura até dezembro de 2015; 7 - Criar a Lei Municipal de Financiamento e Incentivo à Cultura até dezembro de 2015; 8 - Integrar o Sistema Nacional e Estadual de Financiamento à Cultura até março 2016.
SITUAÇÃO ATUAL
- Itajubá não possui a lei que regulamenta a gestão do Fundo Municipal de Cultura. - Itajubá não possui a Lei Municipal de Incentivo à Cultura.
RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS
- Institucionalizar os mecanismos de dotação de recursos destinados à cultura com distribuição democrática para o fomento de produção artístico-cultural no município. - Criação de novos fundos setoriais.



Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Bairro Estiva - 37.500-279
 Tel.: (35) 3692-1702 - www.itajuba.mg.gov.br
 Fala Cidadão 0800 035 1788



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

INDICADORES DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO

- Número de editais lançados pelo Fundo Municipal de Cultura.
- Número de projetos submetidos à Lei Municipal de Incentivo à Cultura
- Número de financiamentos conjuntos com os demais entes federados
- Quantidade de transferência de recursos fundo a fundo.

FONTES DE AFERIÇÃO

- Relatórios anuais de aplicação dos recursos do Fundo Municipal de Cultura.
- Relatórios anuais da Lei Municipal de Incentivo à Cultura.
- Relatórios anuais de transferência de recursos oriundos entre os Fundos estadual e federal.

PERFIL DA META 4

Sistema Municipal de Bibliotecas, Livros, Leitura e Literatura implementado e institucionalizado em funcionamento e integrado ao SNC até dezembro de 2016.

Contribui com a meta 41 do PNC

DESCRIÇÃO

Instituir no âmbito da administração municipal, articulado e em consonância com as demais instâncias federativas e sociedade civil as condições necessárias para o pleno funcionamento do Sistema Municipal de Bibliotecas Públicas.

AÇÕES

- 9 - Instituir o Sistema Municipal de Bibliotecas, Livro, Leitura e Literatura até dezembro de 2016.
- 10 - Integrar o Sistema Municipal ao Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas até dezembro 2017.



Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Bairro Estiva - 37.500-279
 Tel.: (35) 3692-1702 - www.itajuba.mg.gov.br
 Fala Cidadão 0800 035 1788



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

SITUAÇÃO ATUAL
<ul style="list-style-type: none"> - Não há política pública para Bibliotecas ou Livro, Literatura e Leitura no município. - A gestão das bibliotecas públicas é de responsabilidade da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo.
RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS
<ul style="list-style-type: none"> - Catalogação completa para inserção no Sistema com inclusão de todas as bibliotecas públicas do município. - Aprimoramento do acervo histórico. - Ampliação do acesso aos bens culturais com a integração aos demais sistemas.
INDICADORES DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Número de bibliotecas municipais e comunitárias integradas. - Número de acervos das bibliotecas municipais. - Número de acesso ao sistema.
FONTES DE AFERIÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Relatório sobre a movimentação do cadastro dos acervos. - Relatório de acessos ao sistema. - Relatórios anuais das Bibliotecas do Município vinculadas ao sistema.
PERFIL DA META 5
Sistema Municipal de Museus de Itajubá implementado e institucionalizado em funcionamento e integrado ao SNC até julho 2017.
Contribui com a meta 41 do PNC



Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Bairro Estiva - 37.500-279
 Tel.: (35) 3692-1702 - www.itajuba.mg.gov.br
 Fala Cidadão 0800 035 1788



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

DESCRIÇÃO
Instituir no âmbito da administração municipal, articulado e em consonância com as demais instâncias federativas e a sociedade civil, as condições necessárias para o pleno funcionamento do Sistema Municipal de Museus.
AÇÕES
11 - Criar o Sistema Municipal de Museus até 2017.
12 - Integrar ao Sistema Estadual e Nacional de Museus até 2018.
SITUAÇÃO ATUAL
- Não há política pública para gestão de museus.
RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS
- Universalizar o acesso aos museus de memória e arquivos integrados ao sistema.
INDICADORES DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO
- Número de museus, centros de memória e arquivos integrados ao sistema.
- Número de acessos ao sistema.
FONTES DE AFERIÇÃO
- Relatório sobre o movimento do cadastro de acervos.
- Relatório de acessos ao sistema.
- Relatórios anuais dos museus, centros de memória e arquivo.
PERFIL DA META 6
Sistema Municipal de Patrimônio Cultural de Itajubá implementado e institucionalizado em funcionamento e integrado ao SNC até julho de 2017.
Contribui com a meta 5 do PNC



Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Bairro Estiva - 37.500-279
 Tel.: (35) 3692-1702 - www.itajuba.mg.gov.br
 Fala Cidadão 0800 035 1788



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

DESCRIÇÃO
Instituir no âmbito da administração municipal, articulado e em consonância com as demais instâncias federativas e a sociedade civil, as condições necessárias para o pleno funcionamento do Sistema Municipal de Patrimônio Cultural.
AÇÕES
13 - Adequar o setor já existente ao Sistema Municipal de Patrimônio Cultural até dezembro de 2016.
14 - Integrar ao Sistema Nacional de Patrimônio Cultural até julho de 2017.
15 - Promover o mapeamento e registro do patrimônio Imaterial.
SITUAÇÃO ATUAL
- Existe um setor exclusivo do poder público do município que cuida do patrimônio histórico com Conselho deliberativo Patrimonial Histórico Artístico de Itajubá.
- Esse setor está dividido nas áreas de planejamento, urbanismo e gestão de patrimônio material e imaterial conforme Lei 2185/1998.
RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS
- Criação de um sistema unificado de gestão do patrimônio cultural.
- Articulação com o Sistema Nacional de Patrimônio Cultural com ações coordenadas com a esfera estadual e federal.
- Integração com as políticas estadual e federal de preservação de patrimônio.
- Cartografia do patrimônio imaterial do município.
INDICADORES DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO
- Número de atualizações do Sistema Municipal de Indicadores e Informações Culturais.
- Quantidade anual de inventários e registros patrimoniais realizados.

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

FONTES DE AFERIÇÃO

- Relatório das pesquisas realizadas para o mapeamento.
- Relatório anual sobre os inventários e registros patrimoniais realizados.

PERFIL DA META 7

Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Itajubá - órgão gestor e coordenador da Cultura de Itajubá e órgão executor das políticas culturais estruturado e institucionalizado até julho de 2016.

Contribui com as metas 1, 37 do PNC

DESCRIÇÃO

Constituir órgão gestor, coordenador e executor específico para a cultura do município estruturado e institucionalizado em conformidade com o SNC.

AÇÕES

- 16 - Adequar a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Itajubá, o órgão gestor e executor das políticas públicas do município, com a infra-estrutura (administrativa, recursos humanos, físicos e financeiros) necessária ao seu pleno funcionamento até março de 2016.
- 17 - Criar uma Fundação para gerir o Teatro Municipal enquanto órgão gestor e executor de projetos ali realizados até dezembro de 2015.
- 18 - Realizar concurso público para prover os cargos junto à Secretaria Municipal de Cultura de Itajubá e a Fundação do Teatro Municipal e espaços a ele vinculados até julho 2016.
- 19 - Criar Plano de Cargos e salários próprios para os setores até julho 2016.

SITUAÇÃO ATUAL

- A atual estrutura do órgão gestor e executor das políticas públicas para a cultura não tem cumprido com a grande parte das demandas propostas pelas instâncias de articulação, pactuação e deliberação constituídas.



Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Bairro Estiva - 37.500-279
 Tel.: (35) 3692-1702 - www.itajuba.mg.gov.br
 Fala Cidadão 0800 035 1788



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS
<ul style="list-style-type: none"> - Modelo de gestão de políticas para a cultura convergentes com os processos democráticos participativos e transparentes. - Quadro de funcionários efetivos na Secretaria Municipal de Cultura de Itajubá e na Fundação do Teatro Municipal valorizados e qualificados.
INDICADORES DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Quantidade de profissionais efetivados por concurso público na Secretaria Municipal de Cultura e Fundação do Teatro Municipal. - Número de projetos realizados pelo órgão executor. - Quantidade de convênios, acordos de cooperação e contratos realizados pelo órgão executor. - Quantidade de programas, projetos e ações propostas pela SMC.
FONTES DE AFERIÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Relatório anual da Secretaria Municipal de Cultura - Relatório anual da Fundação do Teatro Municipal - Relatório anual da Secretaria Municipal de Obras

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

OBJETIVO GERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
2 - Promover a gestão da Cultura com a participação da sociedade civil	<p>2.1 - Promover a cooperação entre as instâncias de articulação, pactuação e deliberação com o CMPC, Conferências de Cultura, Comitês e as instâncias de gestão, coordenação e execução das políticas públicas.</p> <p>2.2 - Incentivar a participação social nos processos deliberativos para a definição e execução compartilhada das políticas públicas.</p>
PERFIL DA META 8	
Incentivar a criação de colegiados setoriais na sociedade civil (teatro, dança, música, artesanato, literatura, cultura popular, cultura afro brasileira e indígena, cultura digital e áudio visual) organizados e regulamentados em funcionamento com os planos setoriais e Conselho Municipal de Políticas Públicas até dezembro de 2017.	
Contribui com as metas 46, 47 do PNC	
DESCRIÇÃO	
Incentivar a criação de colegiados com os setores da sociedade civil e com representação no Conselho Municipal de Política Cultural de Itajubá para elaboração dos planos setoriais.	
AÇÕES	
20 - Fomentar a organização e a regulamentação dos colegiados setoriais até dezembro de 2017.	
21 - Realizar oficinas para estruturação e regulamentação de colegiados setoriais até dezembro de 2016.	
22 - Realizar seminários para elaboração dos Planos Setoriais de Cultura até dezembro 2017.	
SITUAÇÃO ATUAL	
- Atualmente não existem fóruns setoriais na área de cultura	

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS
<ul style="list-style-type: none"> - Estabelecer uma dinâmica de diálogo da Secretaria com cada setor na elaboração dos planos setoriais. - Fortalecer as representações da sociedade civil de maneira a legitimar os processos decisórios das políticas públicas para a cultura em conformidade com a estrutura prevista pelo MINC.
INDICADORES DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Número de colegiados criados. - Número de plenárias realizadas pelos fóruns para a constituição dos colegiados. - Número de planos setoriais elaborados.
FONTES DE AFERIÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Atas de constituição e regimento interno dos Colegiados criados. - Relatórios anuais e pareceres dos participantes dos colegiados. - Relatórios anuais da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Itajubá. - Atas e pareceres do Conselho Municipal de Políticas Públicas. - Relatórios das Conferências.
PERFIL DA META 9
Conferências Municipais de Cultura com ampla participação da sociedade civil e dos segmentos culturais organizados nas até 2018.
Contribui com a meta 49 do PNC
DESCRIÇÃO
Garantir maior participação da sociedade civil e dos setores culturais na elaboração e avaliação das políticas públicas para a cultura do município junto as Conferências Municipais de Cultura de Itajubá.



Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Bairro Estiva - 37.500-279
 Tel.: (35) 3692-1702 - www.itajuba.mg.gov.br
 Fala Cidadão 0800 035 1788



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

AÇÕES
<p>23 - Realizar anualmente a Conferência Municipal de Cultura.</p> <p>24 - Participar da Conferência Regional de Cultura.</p> <p>25 - Participar periodicamente da Conferência Estadual de Cultura.</p> <p>26 - Participar periodicamente da Conferência Nacional de Cultura.</p> <p>27 - Eleger os representantes anualmente que irão participar das conferências estadual e nacional, da sociedade civil, Conselho e Secretaria Municipal de Cultura e Turismo na Conferência Municipal de Cultura de 2016.</p>
SITUAÇÃO ATUAL
<p>- Embora Itajubá já tenha realizado duas Conferências Municipais de Cultura - CMC, a primeira estava em desacordo com o Calendário Nacional e com as orientações do MINC, sobretudo em relação às recomendações feitas e temas a serem abordados ocasionando uma repetição contínua de temas e discussões que não colaboraram para o avanço do processo de instituição de um modelo participativo para a definição das políticas públicas para o setor.</p> <p>- As pré-conferências setoriais são peças importantes de proposição de indicativos para as CMC e de definição das representações da sociedade civil junto ao CMPC. Entretanto os processos até então realizados são iniciais e aguardam leis e decretos específicos para serem instituídos.</p>
RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS
<p>- Alinhamento ao calendário das Conferências Nacional e Estadual, bem como o cumprimento das sugestões das pautas de discussão propostas pelo MINC.</p> <p>- Fortalecer a representação da sociedade civil nos processos decisórios das políticas para a cultura.</p> <p>- Organizações das Pré-conferências setoriais de forma transparente e fortalecendo o avanço nos processos decisórios das políticas públicas para a cultura de Itajubá.</p>

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

INDICADORES DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Número de Conferências Municipais realizadas. - Número de participações e representações nas Conferências Municipais de Cultura. - Número de atualizações no Sistema Nacional Informações e Indicadores de Cultura. - Número de Pré-Conferências realizadas e periodicidade das mesmas em relação ao total previsto. - Número de participações e representações presentes nas Pré-Conferências Setoriais.
FONTES DE AFERIÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Relatórios anuais e pareceres do Sistema Nacional de Cultura. - Relatórios anuais e pareceres dos componentes do Sistema Municipal de Cultura. - Relatórios anuais do Sistema Nacional de Informações e Indicadores de Cultura. - Relatórios anuais do Sistema Municipal de Informações e Indicadores de Cultura. - Relatório anual da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Itajubá. - Atas e pareceres do Conselho Municipal de Política Cultural. - Relatórios das Conferências Municipal de Cultura.
PERFIL DA META 10
Realizar anualmente audiências públicas para apreciação e deliberação da aplicação dos recursos destinados para a cultura.
Contribui com as metas 51, 52, 53 do PNC
DESCRIÇÃO
Garantir a participação da sociedade na elaboração e avaliação dos recursos destinados a cultura.

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

AÇÕES
28 - Realizar 1 audiência pública por ano para apreciação e aprovação da Lei Orçamentária Anual - LOA para a Cultura até 2025.
SITUAÇÃO ATUAL
- A elaboração da LOA e do Plano Plurianual para a Cultura, peças importantíssimas para a efetivação das políticas públicas para a Cultura, tem sido realizadas sem o envolvimento das instâncias de articulação, pactuação e deliberação consolidadas. Como consequência disto, ao longo dos anos as demandas do setor, propostas pela sociedade civil não foram consideradas.
RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS
- Mudança de paradigma em relação a gestão cultural do município, de forma a contribuir para o fortalecimento do orçamento participativo na definição da distribuição e aplicação dos recursos públicos para a cultura local.
INDICADORES DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO
- Número de assembleias e audiências públicas realizadas.
FONTES DE AFERIÇÃO
- Relatórios anuais da Secretaria Municipal de Cultura. - Atas e pareceres do Conselho Municipal de Política Cultural. - Atas e pareceres de Fóruns e Câmaras Setoriais de Cultura. - Atas da Câmara Municipal de Itajubá. - Publicação no Diário Oficial do Município.

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

OBJETIVO GERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
3 - Democratizar a comunicação e a informação da produção cultural local	3.1 - Estimular o uso das novas mídias de comunicação e informação. 3.2 - Promover o cadastramento e regularização dos artistas, espaços e equipamentos. 3.3 - Difundir amplamente a produção cultural local através de um portal digital online. 3.4 - Democratizar o acesso à produção cultural.
PERFIL DA META 11	
Criação do Programa Municipal de Comunicação para a Cultura, institucionalizar e colocar em funcionamento até 2018.	
Contribui com as metas 3, 4, 40, 43, 44, 45 do PNC	
DESCRIÇÃO	
Promover a comunicação de eventos culturais com ações em meios midiáticos difundindo a produção dos saberes, fazeres e expressões culturais de Itajubá a fim de atender a Constituição Federal em seu artigo 221.	
AÇÕES	
29 - Criar dentro do portal digital local para a difusão de artistas e da produção de arte e cultura do município até dezembro 2016. 30 - Organizar até 2016, com base no SMIIC e em conformidade com os Planos Setoriais, o Calendário Cultural de Itajubá e organizar a disponibilização semestral de forma digital e impressa de todo o material informativo e documental, durante toda a vigência do PMC.	
SITUAÇÃO ATUAL	
- A Secretaria Municipal de Cultura tem uma participação no portal digital da prefeitura mas não está dedicado a divulgação de todos os eventos culturais da cidade, apenas os por ela patrocinados. - Não existe um mapeamento atualizado dos equipamentos e espaços culturais que envolvam tanto os espaços públicos como os privados e os de organizações do terceiro setor.	



Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Bairro Estiva - 37.500-279
 Tel.: (35) 3692-1702 - www.itajuba.mg.gov.br
 Fala Cidadão 0800 035 1788



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS
<ul style="list-style-type: none"> - Acervos públicos de bibliotecas, museus, centros de memória, arquivos e a produção cultural local certificada e divulgada pelos meios midiáticos. - Distribuição do Mapa Cultural de Itajubá a toda a população e visitantes. - Facilitar o acesso aos meios midiáticos com conteúdos da cultura local e garantir a universalização da informação. - Criação de um ponto de referência físico na cidade para informações sobre eventos culturais.
INDICADORES DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Número de acessos ao SNIIC e SMIIC - Número de atualizações do SNIIC e SMIIC - Número de publicações distribuídas
FONTES DE AFERIÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Relatórios anuais da SMC - Atas e pareceres do CMPC - Relatórios da Assessoria de Imprensa da Prefeitura Municipal de Itajubá

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

OBJETIVO GERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
4 - Ampliar, diversificar e descentralizar os espaços culturais	<p>4.1 - Dotar unidades, equipamentos e espaços de formação cultural do município com infra-estrutura adequada e condições técnicas necessárias para seu pleno funcionamento.</p> <p>4.2 - Criar novas unidades, equipamentos e espaços de formação cultural dentro das associações de bairro.</p> <p>4.3 - Democratizar o acesso, o uso e a ocupação dos equipamentos e espaços de formação cultural do município.</p> <p>4.4 - Incentivar a realização de eventos permanentes de difusão cultural nos bairros.</p> <p>4.5 - Definir o calendário permanente do município com a participação de artes e artistas locais.</p>
PERFIL DA META 12	
Criar 1 espaço público e 1 biblioteca pública em cada bairro do município até 2020.	
Contribui com as metas 20, 29, 31, 32, 33, 34 e 41 do PNC	
DESCRIÇÃO	
Ampliar o número e melhorar as instalações, equipamentos dos espaços culturais e acervos das Bibliotecas Públicas Municipais Comunitárias ativas e aumentar a média de livros que os municípios lêem por ano, fora da escola.	

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

AÇÕES

31 - Criar e equipar adequadamente as bibliotecas públicas existentes em todos os bairros do município.

32 - Modernizar, equipar adequadamente e garantir a acessibilidade a unidade, equipamentos e espaços de formação cultural.

33 - Criar 5 novos Pontos de Cultura e memória até 2020

34 - Realizar uma campanha anual para aquisição de acervos para as bibliotecas até 2020.

35 - Realizar anualmente nas Bibliotecas Públicas Municipais e comunitárias, em conformidade com os Planos Setoriais, eventos de capacitação de agentes culturais.

36 - Realizar anualmente nas Bibliotecas Públicas Municipais e comunitárias, em conformidade com os Planos Setoriais, eventos de incentivo a leitura e produção de textos.

SITUAÇÃO ATUAL

- O município possui 2 Bibliotecas Públicas com um acervo de 18.000 livros.

- O município possui 1 ponto de cultura individual registrado na rede Cultura Viva e 1 espaço de formação cultural a ser inaugurado 2015.

- Faltam bibliotecas em todos os bairros do município.

- O município não possui agentes culturais capacitados em todos os setores culturais.

RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS

- O Alcance da meta propõe a ampliação do número de Bibliotecas Públicas Municipais e de acervos certificados que sejam representativos da produção literária local, de âmbito nacional e universal.

- A ampliação do número de espaços culturais com a devida estruturação vem de encontro a facilitar a fruição e o acesso a uma parcela maior da população à cultura produzida no município e a possibilidade de criação de circuitos para a difusão da produção cultural local.

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

INDICADORES DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO

- Número de Bibliotecas Públicas Municipais criadas em relação ao previsto;
- Número de Equipamentos e Espaços de Formação Cultural criados;
- Número de Pontos de Cultura e memória criados;
- Número de Eventos de Capacitação realizados;
- Número de participantes nos eventos realizados;
- Número de acervos adquiridos por unidade;
- Perfil sócio-cultural dos participantes nos eventos realizados.

FONTES DE AFERIÇÃO

- Relatórios anuais da Secretaria Municipal de Cultura de Itajubá.
- Decretos e portarias do Poder Executivo.
- Publicações no Diário Oficial do Município.
- Relatórios anuais da Secretaria de Obras Públicas de Itajubá.
- Relatórios anuais das Bibliotecas Públicas Municipais.
- Atas e pareceres do Conselho Municipal de Políticas Públicas.

PERFIL DA META 13

Aumento de 60% no número de pessoas que frequentam unidades, equipamentos e espaços de formação até 2021.

Contribui com a meta 28 do PNC

DESCRIÇÃO

Aumentar o número de pessoas que frequentam os espaços expositivos, museus, centros culturais, cinemas, teatros, shows, mostras e espetáculos.

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

AÇÕES
<p>37 - Realizar festivais semestrais de estímulo à fruição artística cultural a partir de 2016.</p> <p>38 - Promover linhas de transporte público específica para horários e locais de realização de eventos culturais integrantes do Calendário Cultural Municipal a partir de 2016.</p> <p>39 - Realizar ações anuais de formação de público junto as escolas municipais em parceria com universidades e escolas privadas.</p>
SITUAÇÃO ATUAL
<p>Embora o município seja uma fonte de produção cultural e realiza eventos de difusão, capacitação e reflexão, os indicadores mostram que o público neles envolvidos ainda é restrito a um pequeno grupo de universitários, a uma pequena elite envolvida com a produção e os eventos de determinados setores. O grande público ainda não desenvolveu o hábito de frequentar espaços expositivos, centros culturais, museus, cinemas, bibliotecas e espetáculos.</p>
RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS
<ul style="list-style-type: none"> - Ampliação do número de frequentadores dos espaços e eventos culturais. - Formação de público e massa crítica focada na implantação de ações que estimulem crianças, jovens e adultos o hábito da fruição cultural.
INDICADORES DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Número de campanhas e ações realizadas anualmente. - Número do perfil sócio-cultural das pessoas envolvidas nas campanhas e ações propostas. - Número de linhas de transporte público disponibilizadas para o cumprimento da meta. - Número de pessoas que utilizam as linhas de transporte público disponibilizadas.
FONTES DE AFERIÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Relatórios anuais da SMC - Relatórios anuais do setor de transporte público municipal - Atas e Pareceres do CMPC

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

OBJETIVO GERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
5 - Promover o desenvolvimento da Economia da Cultura	5.1 - Fomentar o Empreendedorismo Cultural. 5.2 - Estimular a estruturação e profissionalização de artistas, grupos e produtores culturais. 5.3 - Incentivar o uso, consumo e fruição dos produtos culturais locais. 5.4 - Fomentar o Turismo Cultural. 5.5 - Estimular a criação, a produção, a difusão e a circulação de bens e serviços culturais. 5.6 - Estabelecer parcerias com outras instituições de promoção e desenvolvimento da economia criativa.
PERFIL DA META 14	
Aumento de 30% do impacto dos aspectos culturais e turísticos na economia do município até 2020.	
Contribui com as metas 10, 53 do PNC	
DESCRIÇÃO	
Ampliar a relevância do patrimônio histórico, natural, turístico na atividade cultural e consequentemente no desenvolvimento do município.	
AÇÕES	
40 - Apoiar a colocação e comercialização de produtos culturais certificados nos Centros de Informações Turísticas na região do Sul de Minas e do estado de Minas Gerais.	
41 - Integrar permanentemente ao guia turístico municipal e regional, os produtos e eventos do calendário cultural permanente, de forma a difundir o patrimônio histórico, a produção artística, a infra estrutura para a cultura, os eventos e serviços culturais a partir de 2016.	

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

SITUAÇÃO ATUAL
<ul style="list-style-type: none"> - As características culturais de Itajubá, pelo seu histórico, são fundamentais para o desenvolvimento do turismo, sendo cercada por uma geografia única e rica em diversidade tanto da flora como da fauna. - Com grandes possibilidades de exploração sustentável do turismo esportivo e rural. <p>Fazendo-se valer da proximidade com a Serra da Mantiqueira e do caminho da Estrada Real.</p>
RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS
<ul style="list-style-type: none"> - O Alcance da meta pretende ampliar o número de circulação turística na cidade. - Melhorar o acesso à produção cultural e aos produtos culturais. - Dar maior visibilidade aos locais de interesse histórico e esportivo. - Incrementar a circulação de produtos certificados - Aumentar a participação na cadeia produtiva da cultura na economia local.
INDICADORES DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Número de Centros de informações culturais e turísticas criados; - Número de Turistas atendidos anualmente nos centros de Informação; - Número de Guias Turísticos com informações culturais impressos e distribuídos; - Número de acessos ao portal digital da cultura e turismo. - Questionário de satisfação turística e cultural
FONTES DE AFERIÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Relatórios anuais da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Itajubá. - Relatório anual da Secretaria Estadual de Turismo de Minas Gerais. - Relatório anual do Ministério de Turismo do Governo Federal. - Atas e pareceres do Conselho Municipal de Políticas Públicas.

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

PERFIL DA META 15
Todos os bairros contendo grupos de arte, artesanato e cultura popular estruturados e em atividade até 2022.
Contribui com as metas 10, 53 do PNC
DESCRIÇÃO
Valorizar e proteger as manifestações e expressões culturais por meio da estruturação de grupos de arte, artesanato e cultura popular inclusive cultura afro brasileira e indígena.
AÇÕES
42 - Promover anualmente 2 eventos de capacitação de agentes culturais e oficinairos em bairros da periferia, através das respectivas associações em cultura popular, artes e artesanato.
43 - Realizar anualmente o Encontro Municipal de Arte e Cultura, evento em forma de festival, exposição, feira, mostra, festa popular com a presença de todas as associações e seus grupos culturais para difundir, fruir e comercializar produtos de arte.
SITUAÇÃO ATUAL
Os grupos folclóricos, associações culturais e de bairros, coletivos culturais são na sua maioria amadores e com incipiente organização administrativa e informais.
RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS
<ul style="list-style-type: none"> - Reduzir a informalidade do trabalho artístico-cultural. - Implementar políticas culturais para valorizar e divulgar a produção cultural do município. - Estruturar grupos e/ou coletivos de manifestações culturais, com reconhecimento e formalização.



Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Bairro Estiva - 37.500-279
 Tel.: (35) 3692-1702 - www.itajuba.mg.gov.br
 Fala Cidadão 0800 035 1788



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

INDICADORES DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Número de eventos de capacitação e debate para os grupos de arte, artesanato e cultura popular realizados. - Número de eventos de difusão realizados (festival, exposição, feira, mostra, festas populares e religiosas). - Número de grupos e/ou coletivos de manifestações criados e certificados. - Número de grupos e/ou coletivos de manifestações culturais reconhecidos e formalizados. - Número de formalizações de trabalhadores da cultura.
FONTES DE AFERIÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Relatórios anuais da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Itajubá. - Relatório anual da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. - Relatório anual do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - Relatório anual do Ministério da Fazenda - Relatório anual da Secretaria do Tesouro Nacional
PERFIL DA META 16
Formalização da economia da cultura mapeada e com indicadores de índice de participação do PIB do município até 2018.
Contribui com as metas 7, 8, 9, 11, 51, 53 do PNC
DESCRIÇÃO
Mapear as cadeias produtivas, territórios criativos e segmentos culturais incentivando a sustentabilidade econômica, a criação de empregos formais de forma a contribuir com o aumento da participação do setor cultural no PIB brasileiro.

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

AÇÕES
<p>44 - Promover anualmente parcerias com as faculdades e universidade para o desenvolvimento de um projeto orientado para a formação e estruturação de cooperativas culturais até 2025.</p> <p>45 - Realizar anualmente eventos de capacitação, reflexão e comercialização para empreendedores culturais (2 oficinas ou 1 seminário) voltadas à gestão sustentável, difusão, distribuição e comercialização de produtos e serviços culturais certificados até 2025.</p> <p>46 - Realizar anualmente uma campanha voltada à formalização do mercado de trabalho da cultura e conscientização dos agentes envolvidos para sua inclusão e das suas atividades no Código de Atividades Econômicas do Município até 2025.</p>
SITUAÇÃO ATUAL
<p>A economia da cultura ainda não está dimensionada como vetor de desenvolvimento sócio-econômico estratégico do município.</p>
RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS
<ul style="list-style-type: none"> - A Cultura ser considerada como estratégica para a economia e sustentabilidade da cadeia produtiva do município; - Produtores, artistas, pessoal técnico e gestores em geral capacitados para atuarem no novo universo da economia da cultura; - Intensificar parcerias entre municipalidade e demais entes da federação, inclusive a iniciativa privada e universidade para o fomento da economia da cultura; - Alçar Itajubá à condição de Cidade Criativa e de consumo de arte.
INDICADORES DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Número de parcerias realizadas com a Universidade; - Número de parcerias realizadas com a iniciativa privada; - Número de cooperativas criadas e em funcionamento; - Número de eventos para empreendedores culturais realizados; - Número de campanhas realizadas anualmente voltadas à formalização do mercado de trabalho da cultura em relação ao total previsto. - Número de cursos voltados a comercialização de produtos culturais realizados em relação ao total previsto.

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

FONTES DE AFERIÇÃO	
<ul style="list-style-type: none"> - Relatórios anuais da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Itajubá. - Relatório anual da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. - Relatório anual do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - Relatório anual do Ministério da Fazenda - Relatório anual da Secretaria do Tesouro Nacional - Atas e pareceres da CMPC 	
OBJETIVO GERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
6 - Estabelecer e ampliar mecanismos de financiamento público para a cultura	<ul style="list-style-type: none"> 6.1 - Fortalecer mecanismos de financiamento e fomento. 6.2 - Criar a Lei Municipal de Incentivo à Cultura e o Fundo Municipal de Cultura. 6.3 - Ampliar os investimentos públicos para a cultura.
PERFIL DA META 17	
Sistema de apoio, fomento e financiamento à Cultura com lei aprovada, institucionalizada e em funcionamento até março de 2016.	
Contribui com as metas 19, 24,51, 52 do PNC	
DESCRIÇÃO	
Reestruturar e revisar os mecanismos de apoio, fomento e financiamento à Cultura, bem como ampliar os recursos orçamentários municipais para a área por outros mecanismos de financiamento.	

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

AÇÕES
<p>47 - Ampliar anualmente o orçamento para a cultura atingindo até 2025 o valor de 3% do orçamento do município.</p> <p>48 - Ampliar a dotação orçamentária do FMC para o teto de 1,5% da previsão de receita anual do Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza - ISSQN</p> <p>49 - Promover anualmente campanhas voltadas ao incentivo de doações e contribuições para ampliação dos recursos do FMC junto a iniciativa privada até 2025.</p> <p>50 - Estabelecer parcerias com instituições financeiras para ampliação dos financiamentos para a cultura.</p>
SITUAÇÃO ATUAL
<ul style="list-style-type: none"> - O município não tem Lei de Incentivo Municipal à Cultura. - O Sistema Municipal de Cultura está sendo elaborado esse ano de 2015 e não existe ainda o Fundo Municipal de Cultura.
RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS
<ul style="list-style-type: none"> - Maior número de projetos culturais sendo realizados e patrocinados pelo FMC. - Maior participação dos artistas locais em eventos patrocinados pela SMC. - Maior número de postos de trabalho no setor de arte e cultura regularizados. - Maior participação do setor de Cultura na economia do município.
INDICADORES DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Número de novos registros de pequenas empresas, micro empresas e empresas individuais abertas anualmente. - Número de notas fiscais emitidas anualmente no setor de arte e cultura do município. - Número de eventos patrocinados pelo FMC - Número de eventos realizados no município com o apoio da SMC - Valores financeiros do setor de arte e cultura no PIB do município comparados com valores anteriores a implantação do FMC

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

FONTES DE AFERIÇÃO	
<ul style="list-style-type: none"> - Relatórios anuais da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Itajubá. - Relatório anual da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. - Relatório anual do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - Relatório anual do Ministério da Fazenda - Relatório anual da Secretaria do Tesouro Nacional - Atas e pareceres da CMPC 	
OBJETIVO GERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
7 - Valorizar e promover a diversidade cultural	<p>7.1 - Fomentar a difusão das diferentes formas de manifestações culturais nas unidades, equipamentos, espaços de formação e espaços públicos do município.</p> <p>7.2 - Formar e capacitar lideranças dos movimentos representativos da diversidade cultural.</p> <p>7.3 - Promover as práticas, saberes e fazeres das culturas residuais, emergentes e tradicionais.</p> <p>7.4 - Promover o respeito pela diversidade cultural.</p>
PERFIL DA META 18	
Itajubá reconhecido como um território multicultural até 2025.	
Contribui com as metas 4, 16, 18 e 31 do PNC	
DESCRIÇÃO	
Ações públicas voltadas à promoção da diversidade cultural atendendo ao maior número das manifestações culturais representativas de povos, territórios e comunidades culturais, com foco na formação de público para a promoção do respeito às diferenças.	

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

AÇÕES

51 - Produzir e fazer circular anualmente em espaços culturais eventos culturais com o intuito de difusão e reflexão a respeito do multiculturalismo e da diversidade cultural até 2025.

52 - Realizar anualmente 2 cursos de capacitação para artistas, produtores e gestores culturais voltados ao multiculturalismo, à diversidade cultural e ao respeito às diferenças até 2025.

53 - Promover anualmente 6 eventos de difusão cultural mostrando a diversidade da produção cultural local em espaços públicos de diferentes bairros até 2025.

54 - Criar um centro de valorização da cultura popular que promova a difusão das práticas e saberes e a comercialização de produtos certificados até 2017.

55 - Cadastrar e atualizar a diversidade da produção cultural local em parceria com a universidade até 2017.

SITUAÇÃO ATUAL

O município não tem ações continuadas de difusão, reflexão e capacitação focadas na valorização da diversidade cultural e no respeito pela diferenças, espaços de promoção e difusão dos bens e serviços das culturas populares, inclusive afro brasileiras e indígenas.

RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS

- Liderança de movimentos representativos da diversidade cultural capacitados.
- Espaços públicos voltados à valorização e comercialização da cultura popular e de seus bens e produtos certificados.
- Ampliar a visibilidade e avançar no processo de valorização e respeito pelas diferenças culturais.
- Criação de um parâmetro de medida de qualidade para certificação de produtos culturais locais.

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

INDICADORES DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Número de eventos realizados de difusão cultural e reflexão e capacitação realizados anualmente. - Número de eventos realizados no município com o apoio da SMC - Valores financeiros do setor de arte e cultura no PIB do município comparados com valores anteriores a implantação do FMC
FONTES DE AFERIÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Relatórios anuais da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Itajubá. - Relatórios anuais da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. - Relatórios anuais do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - Relatórios anuais do Ministério da Fazenda - Relatórios anuais da Secretaria do Tesouro Nacional - Atas e pareceres da CMPC

OBJETIVO GERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
8 - Estimular a formação cultural	<p>8.1 - Promover a formação continuada para gestores, administradores, técnicos e produtores culturais.</p> <p>8.2 - Criar pré-requisitos de formação para ocupação de cargos e responsabilidades de gestores culturais.</p> <p>8.3 - Incentivar a iniciação, a formação livre, técnica e acadêmica aos diversos setores culturais.</p> <p>8.4 - Fomentar a organização de eventos permanentes de capacitação.</p>
PERFIL DA META 19	
Todos os gestores, administradores, técnicos e produtores culturais atuantes na SMC, no Teatro, no CMPC e agentes culturais das Associações de Bairros, treinados até 2016.	

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

Contribui com as metas 11, 13,15, 16, 18, 19, 35 e 36 do PNC
DESCRIÇÃO
Programa de formação continuada na área da Cultura que inclua os diversos segmentos, profissionalizando e dando continuidade na formação específica conforme as demandas do setor cultural.
AÇÕES
56 - Promover anualmente ações de formação em Gestão e Produção Cultural voltada a gestores, técnicos e produtores culturais até 2025.
57 - Disponibilizar 70 vagas (5 vagas por cadeira do CMPC) anuais para os integrantes de grupos setoriais em ações de iniciação e formação nas linguagens artísticas.
58 - Capacitar com ações de formação continuada gestores, administradores, técnicos e produtores culturais locais.
59 - Capacitar em cursos certificados trabalhadores da cultura, em conformidade com os planos setoriais e com a legislação normativa de cada setor.
60 - Realizar a capacitação para conselheiros de cultura a cada nova gestão do CMPC.
61 - Realizar anualmente festivais de música, canto coral, dança, teatro e artes visuais para formação técnica prática de oficinairos e professores.
62 - Realizar eventos anuais de capacitação e reflexão na área da Cultura popular e patrimônio.
SITUAÇÃO ATUAL
O município tem uma variedade de produção e difusão cultural mas de forma independente realizada por grupos segregados. Entretanto os técnicos que atuam na área são poucos e atuam de forma amadora, sua expertise é baseada na experiência adquirida no exercício das suas funções.
Ressalta a necessidade normativa e legal, o que expõe a carência de formação continuada, qualificação e aperfeiçoamento técnico e artístico para os profissionais da área de cultura.

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

<p>RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fortalecimento da reflexão sobre cultura e inovação cultural; - Formação de gestores e artistas, técnicos e trabalhadores da Cultura; - Aperfeiçoamento de técnicas, e a profissionalização no setor cultural; - Aprimoramento dos serviços e dos bens culturais da cadeia produtiva; - Qualificação e aprimoramento dos gestores culturais do município; - Aprimoramento do conhecimento, da gestão e da comunicação cultural; - Aperfeiçoamento de professores das áreas de música, dança, teatro e artes visuais.
<p>INDICADORES DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Número de ações anuais de formação em Gestão e Produção cultural realizadas; - Número de vagas anuais em cursos e eventos de formação de iniciação e formação livre nas linguagens artísticas; - Número de trabalhadores da cultura em cursos certificados; - Número de ações anuais de capacitação para conselheiros culturais; - Número de conselheiros capacitados; - Número de ações anuais de capacitação e reflexão cultural realizados.
<p>FONTES DE AFERIÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relatórios anuais da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Itajubá; - Relatórios anuais da Secretaria Municipal de Educação; - Relatórios anuais das Instituições parceiras na efetivação do programa de capacitação; - Atas e pareceres da CMPC

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

OBJETIVO GERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
9 - Projetar a cultura local no âmbito regional, nacional e internacional	<p>9.1 - Realizar intercâmbios nacionais e internacionais.</p> <p>9.2 - Estabelecer acordos e parcerias institucionais.</p> <p>9.3 - Promover eventos de difusão cultural.</p> <p>9.4 - Estimular a participação de artistas locais em eventos nacionais e internacionais</p> <p>9.5 - Estimular a distribuição de bens e produtos culturais.</p>
PERFIL DA META 20	
1 Intercâmbio internacional e 1 nacional por ano até 2025 a partir da aprovação desse Plano.	
Contribui com as metas 19 e 24 do PNC	
DESCRIÇÃO	
Promover intercâmbios difundindo a cultura local em outras capitais brasileiras e em outros países.	
AÇÕES	
<p>63 - Realizar anualmente 2 participações nacionais em congressos, seminários, festivais e/ou mostras de projetos apresentados por artistas locais de cultura popular e artes visuais.</p> <p>64 - Realizar anualmente 1 participação internacional em congressos, seminários, festivais e/ou mostras de projetos apresentados por artistas locais de cultura popular e artes visuais.</p>	
SITUAÇÃO ATUAL	
O município tem uma variedade de produção e difusão cultural, reconhecida nacional e internacionalmente mas é realizada de forma independente por artistas individuais e grupos segregados. O artista local de cultura popular não vai muito além dos limites regionais e tampouco tem visibilidade nacional e internacional.	
RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS	
- Intercâmbio Cultural pretende estimular a troca de experiências e fomentar a circulação da produção cultural local com outros entes da federação e, também inseri-la no circuito internacional.	

Plano Municipal de Cultura de Itajubá

INDICADORES DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Número de intercâmbios realizados em âmbito nacional por ano; - Número de intercâmbios realizados em âmbito internacional por ano; - Número de participantes em cada intercâmbio; - Número de setores artísticos e culturais representados; - Perfil dos participantes nos intercâmbios.
FONTES DE AFERIÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Relatórios anuais da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Itajubá; - Relatórios anuais de prestação de contas das viagens dos grupos participantes dos intercâmbios; - Atas e pareceres da CMPC
PERFIL DA META 21
1 acordo de parcerias institucionais firmado por ano até 2025 a partir da aprovação desse Plano.
<i>Contribui com as metas 19 e 24 do PNC</i>
DESCRIÇÃO
Aperfeiçoar e qualificar artistas e profissionais da cultura fomentando a participação nacional e internacional.
AÇÕES
65 - Celebrar 10 acordos de cooperação nacionais e internacionais para intercâmbio de artistas até 2025.
66 - Concessão anual de ajuda de custo para participação de artistas e grupos locais em eventos nacionais e internacionais.
67 - seleção do projeto/artista a ser contemplado através de edital e analisada na Comissão Municipal de Cultura, órgão interno ao Conselho Municipal de Políticas Públicas.



Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Bairro Estiva - 37.500-279
 Tel.: (35) 3692-1702 - www.itajuba.mg.gov.br
 Fala Cidadão 0800 035 1788



Plano Municipal de Cultura de Itajubá

SITUAÇÃO ATUAL
A atuação do Poder Público no campo das relações internacionais é bastante tímida e não há mecanismos de intercâmbio, convênios ou bolsas realizados para a Cultura nessa área. Com relação a participação em eventos nacionais existem alguns incentivos mas ainda muito pequenos comparada com a demanda necessária.
RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS
<ul style="list-style-type: none"> - Qualificação dos artistas e profissionais da cultura; - Artistas e profissionais da cultura incluídos no circuito nacional e internacional; - Produtores culturais incentivados na atuação e formação nacional e internacional.
INDICADORES DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Número de acordos de cooperação realizados em âmbito nacional por ano; - Número de acordos de cooperação realizados em âmbito internacional por ano; - Número de editais de apoio lançados anualmente; - Número de participantes dos editais de apoio lançados anualmente; - Perfil dos aprovados nos editais de apoio aos intercâmbios.
FONTES DE AFERIÇÃO
<ul style="list-style-type: none"> - Relatórios anuais da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de Itajubá; - Relatórios anuais de instituições parceiras; - Relatórios anuais de prestação de contas das viagens dos grupos participantes dos intercâmbios; - Atas e pareceres da CMPC.

8 - CRONOGRAMA

ANEXO 1 - CRONOGRAMA PLANO MUNICIPAL DE CULTURA

ANEXO H - Lei Ordinária 3134/2015 - Aprovação do Plano Municipal de Cultura de Itajubá



PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAJUBÁ

Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Estivo
CEP 37500-279 - Itajubá - Minas Gerais

Lei nº 3134

RODRIGO IMAR MARTINEZ RIERA, Prefeito do Município de Itajubá, Estado de Minas Gerais, usando das atribuições que lhe são conferidas por Lei, faz saber que a Câmara Municipal aprovou e ele sanciona a seguinte Lei:



Aprova o Plano Municipal de Cultura de Itajubá - PMC e dá outras providências.

Art. 1º. Fica aprovado o Plano Municipal de Cultura de Itajubá - PMC, constante do Anexo Único da presente Lei, com vigência de 10 (dez) anos.

Parágrafo único. O Plano Municipal de Cultura de Itajubá - PMC é o instrumento de planejamento estratégico que organiza, regula e norteia a execução da Política Municipal de Cultura, com previsão de ações de curto, médio e longo prazos, previsto no art. 49 da Lei nº 3.006, de 4 de setembro de 2013, como elemento integrante do Sistema Municipal de Cultura - SMC.

Art. 2º. O Plano Municipal de Cultura de Itajubá - PMC, construído a partir de diretrizes definidas pela sociedade civil e pelos gestores públicos de Itajubá, participantes da Conferência Municipal de Cultura e validado pelo Conselho Municipal de Política Cultural, sob a responsabilidade da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo - SECUT, nos termos do art. 50, da Lei nº 3.006, de 4 de setembro de 2013, tem como objetivos e princípios norteadores aqueles constantes do Anexo Único desta Lei.

Art. 3º. Compete ao poder público municipal, nos termos desta Lei:

- I - instituir programas e projetos que conduzam à efetivação dos objetivos, diretrizes, ações, estratégias e metas do Plano Municipal de Cultura de Itajubá;
- II - assegurar a efetivação do Plano Municipal de Cultura de Itajubá e garantir sua avaliação e mensuração periódica pelos órgãos responsáveis;
- III - fomentar a cultura de forma ampla, por meio da promoção e difusão, da realização de editais e seleções públicas para o estímulo a projetos e processos culturais, da concessão de apoio financeiro e fiscal aos agentes culturais, da adoção de subsídios econômicos, entre outros incentivos, nos termos da lei;
- IV - proteger e promover a diversidade cultural, a criação artística e suas manifestações e as expressões culturais, individuais ou coletivas, de todos os grupos em suas derivações étnicas e sociais, reconhecendo a abrangência da noção de cultura e garantindo a multiplicidade de seus valores e formações;
- V - promover e estimular o empreendedorismo, a circulação e o intercâmbio de bens, serviços e conteúdos culturais, comprometidos com a fruição da arte e a cultura;
- VI - garantir a preservação do patrimônio cultural, resguardando os bens de natureza material e imaterial - documentos, acervos, coleções, paisagens urbanas e rurais, sítios arqueológicos e obras de arte - tomados individualmente ou em conjunto, portadores de



PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAJUBÁ

Av. Dr. Jerson Dias, 500 - Estiva
CEP 37500-279 - Itajubá - Minas Gerais

referência simbólica aos valores, identidades, ações e memórias dos diferentes grupos formadores da sociedade itajubense;

VII - coordenar o processo de elaboração das estratégias e metas do Plano Municipal de Cultura de Itajubá;

VIII - incentivar a adesão de organizações e instituições do setor privado e entidades da sociedade civil às diretrizes e metas do Plano Municipal de Cultura de Itajubá por meio de ações próprias, parcerias, participação em programas e integração aos sistemas setoriais do Sistema Municipal de Cultura;


IX - garantir o pleno funcionamento do Sistema Municipal de Cultura e de todas as suas instâncias, bem como a adesão e a participação ativa do Município ao Sistema Estadual de Cultura e ao Sistema Nacional de Cultura.

Art. 4º. Os Planos Plurianuais, as Leis de Diretrizes Orçamentárias e as Leis Orçamentárias do Município disporão sobre os recursos a serem destinados à execução das ações constantes do Plano Municipal de Cultura de Itajubá, Anexo Único desta Lei.


Art. 5º. O Plano Municipal de Cultura de Itajubá – PMC poderá ser objeto de atualização, a ser aprovado pela Câmara Municipal de Vereadores, após apreciação do Conselho Municipal de Política Cultural – CMPC e da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo – SECUT, precedida de consulta pública.

Art. 6º. Revogadas as disposições em contrário, esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Itajubá, 07 de dezembro de 2015.


RODRIGO IMAR MARTINEZ RIERA
Prefeito Municipal

REGISTRE-SE E PUBLIQUE-SE


ALFREDO VANSNI HONÓRIO
Secretário Municipal de Governo

ANEXO I - Abertura do Fundo Municipal de Cultura de Itajubá


CAIXA

Itajubá, 04 de novembro de 2015.

DECLARAÇÃO

Declaramos para os devidos fins que a conta de depósito à vista número: 0121.006.522-0 em nome da Prefeitura Municipal de Itajubá, foi aberta para recebimento de recursos provenientes da Secretária do Estado de Cultura.

Atenciosamente


Antônio Eduardo de Arruda e Silva
Gerente Geral

Antônio Eduardo de Arruda e Silva
GERENTE GERAL
MAT. 042.054-8

ANEXO J - Aprovação do Sistema Municipal de Cultura de Itajubá

Sistema Nacional de Cultura

MINISTÉRIO DA CULTURA

Sobre o SNC | Consultar Informações | Perguntas frequentes | Fale conosco

VOCE ESTÁ AQUI: HOME / CONSULTAR INFORMAÇÕES

Dados: Itajubá - MG

PREFEITURA

CNPJ:
18025940000109

Endereço:

Bairro:

CEP:

Telefone:

PREFEITO

Nome:

E-mail:

RESPONSÁVEL / DIRIGENTE CULTURAL

Nome:
Massoud Nassar Neto

Cargo:
Secretariode Cultura e Turismo

E-mail:
cultura@itajuba.mg.gov.br

Telefone:
(35)36921-778

INTERLOCUTOR / CADASTRADOR

Nome:
Massoud Nassar Neto

E-mail:
cultura@itajuba.mg.gov.br

Telefone:
(35)36921-778

CONSELHEIROS DE POLÍTICA CULTURAL

Conselheiro

Nome:
Massoud Nassar Neto

Setorial:
Secretaria de Cultura e Turismo

E-mail:
massoud.nassar@hotmail.com

Conselheiro

Nome:
Denise Maria Ferreira

Setorial:

**Situação do Acordo
Publicado no DOU
Data de publicação
3 de Dezembro de 2013**

**Agenda Cultural
Eventos**

Ver toda agenda

Mapa Cultural

**Plano de
trabalho**
Estruturação do SMC

- ✓ Lei do Sistema de Cultura
- ✓ Relatório de Atividades do Órgão Gestor
- ✓ Ata de Reunião de Criação do Conselho de Políticas Culturais
- ✓ Lei do Fundo de Cultura
- ✓ Lei do Plano de Cultura