

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ

MARCELO DE LIMA MORAIS

**AS LEIS MUNICIPAIS DE INCENTIVO À CULTURA E A POSSIBILIDADE DA
FORMATAÇÃO DE UMA NOVA VOCAÇÃO TURÍSTICA NO MUNICÍPIO DE
ITAJAÍ-SC**

Balneário Camboriú

2009

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

MARCELO DE LIMA MORAIS

**AS LEIS MUNICIPAIS DE INCENTIVO À CULTURA E A POSSIBILIDADE DA
FORMATÇÃO DE UMA NOVA VOCAÇÃO TURÍSTICA NO MUNICÍPIO DE
ITAJAÍ-SC**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí, Centro de Educação Balneário Camboriú.

Orientador: Dra. Yolanda Flores e Silva

Balneário Camboriú

2008

MARCELO DE LIMA MORAIS

**AS LEIS MUNICIPAIS DE INCENTIVO A CULTURA E A POSSIBILIDADE DA
FORMATÇÃO DE UMA NOVA VOCAÇÃO TURÍSTICA NO MUNICÍPIO DE
ITAJAÍ-SC**

Dissertação foi julgada adequada para a obtenção do grau de Mestre, no Programa de Mestrado Acadêmico, do Curso de Pós Graduação *Stricto Sensu* em Turismo e Hotelaria, da Universidade do Vale do Itajaí, Centro de Educação de Balneário Camboriú.

Área de Concentração: Planejamento e Gestão do Turismo e da Hotelaria

Prof. Dr^a Yolanda Flores e Silva

Prof. Dr. José Roberto Severino

Prof. Dr^a. Doris van de Meene Ruschmann

AGRADECIMENTOS

Antes de tudo preciso dizer que meus agradecimentos não são formais, é com esta pequena liberdade de escrita que finalmente me sinto a vontade para agradecer aqueles que se fizeram presentes, que se preocuparam (muitas vezes mais do que eu), que foram companheiros, que torceram por mim e aos que não torceram também, pois estes me deram o maior incentivo de todos, o de gozar no final.

Esta dissertação de mestrado foi construída a partir de fatores internos (científicos) e por fatores externos (emocionais e profissionais) e meus agradecimentos são a todas as pessoas inseridas nestes sistemas que muitas vezes não temos controle nenhum sobre o que nos é dado, conquistado e principalmente tirado.

Do agradecimento mais importante e também o mais difícil, a ti meu pai Arno Didero Morais (in Memoriam) que acompanhou o começo desta jornada e que me foi tirado antes de seu término. Agradeço os eternos e mais importantes ensinamentos e pelo amor incondicional.

As minhas mães Leni e Angélica por tudo que têm feito por mim; a vocês todas minhas palavras de gratidão e de reconhecimento. Sei que se orgulham por eu ter atingido esta etapa, mas este orgulho que sentem por mim, converto numa obrigação de a cada dia ser mais digno de fazer parte desta família. Pelos professores com quem tive aulas na graduação e pós-graduação (em especial a Dra. Yolanda, a luz que me faltava), pelos colegas de mestrado e de trabalho que me fizeram aprender com as discussões e principalmente com as conversas.

Com medo de cometer alguma injustiça quanto aos agradecimentos deixo aqui meu eterno carinho aos amigos que com certeza sabem o quanto me dediquei a este novo projeto; e eles sabem que serão recompensados com minha eterna dedicação e solidariedade quando for necessária e com o churrasco de conclusão.

A Chris que sacrificou momentos que poderíamos ter desfrutado juntos, obrigado por sua paciência, seu incentivo e seu apoio para que concluíssemos mais esta etapa de nossas vidas que vamos construindo juntos.

Apesar de dever muito a todas as pessoas mencionadas aqui, intelectual e emocionalmente me sinto satisfeito por ter nas artes do entretenimento o caminho profissional escolhido e por mim traçado.

O que sentimos ou o que somos é de todo mediado pelas dimensões da cultura – o como existimos é o reflexo de uma rede complexa de hábitos e de posturas, de crenças e de dúvidas, leituras de mundo e desejos. Quem, sendo o que somos, temos sido? Qual a fala que nos traduz e nos significa? Qual a direção em que construímos os nossos destinos? Questões que a cultura desperta, elabora e discute, com o filtro das artes e o olhar crítico sobre as realidades do mundo em que nos consumimos, agentes e objetos de uma vida que se aprofunda na circulação de saberes e na formação do que somos

RESUMO

O fenômeno do turismo vem sendo estudado e discutido do âmbito mundial ao municipal. Este setor é vislumbrado pelo poder público e privado como importante ferramenta por gerar novos empregos e dinamizar a economia. Com diversas tipologias, o turismo apresenta vários segmentos que podem ser explorados, entre eles o turismo cultural, considerado como uma das mega-tendências do setor pela Organização Mundial do Turismo e, por isso, o estudo desta tipologia é a proposta desta dissertação. O município de Itajaí apresenta potencial para o desenvolvimento do turismo cultural graças à diversidade de produções financiadas por lei de incentivo específica. Considerando tais pressupostos, esta pesquisa teve como objetivo fazer uma análise do Discurso do Sujeito Coletivo contido nas Leis nº 3.473 de janeiro de 2000, com alteração da Lei nº 4.467 de 28 de novembro de 2005, Decreto nº 8466, de 28 de dezembro de 2007 e a última Resolução/Ofício nº 001/2008 verificando os principais objetivos, os critérios usados para definir os projetos incentivados e as linguagens que receberam maiores incentivos na gestão pública de 2007. Para o seu desenvolvimento, buscou-se subsídios para esta discussão através de pesquisa qualitativa, documental e exploratória, constatando-se que os discursos contidos nos documentos analisados não revelam o uso das programações culturais incentivadas como produto turístico capaz de angariar novas divisas para o município através do segmento de turismo cultural. A difusão de bens e valores culturais que buscam garantir e preservar as heranças culturais e costumes da sociedade itajaiense é o principal objetivo desta lei que investe diretamente na preservação e ampliação do patrimônio cultural local. O patrimônio cultural de Itajaí pode configurar uma nova vocação turística à cidade, pois o modelo de “Sol e Praia” explorado por toda região litorânea do Vale do Itajaí ainda é o mais utilizado no município e que, de acordo com os números pesquisados, deixou evidente o equívoco desta estratégia para Itajaí. Nesse sentido, o turismo cultural seria uma estratégia diferenciada para angariar turistas para a cidade, valorizando o produto cultural local e criando uma nova vocação turística para a cidade através do turismo cultural.

Palavras Chaves: Cultura, Turismo Cultural, Leis de Incentivo a Cultura, Planejamento.

ABSTRACT

The phenomenon of tourism has been studied and discussed from the world scope to the municipal scope. This sector is seen by the public and private powers as an important tool to generate new jobs and motivate the economy. With diverse typologies, tourism presents several segments that can be explored, like cultural tourism, considered as one of the mega-tendencies in the sector by the World Tourism Organization, therefore, the study of this typology is the proposal of this dissertation. The town of Itajaí presents potential for the development of the cultural tourism due to the diversity of productions financed by specific incentive laws. Considering this supposition, the objective of this research was analyzing the "Discourse of Collective subject" contained in Law nº 3.473 of January 2000, with alterations in Law nº 4.467 of 28 November 2005, Decree nº 8466, of 28 December 2007 and Last Resolution nº 001/2008 verifying the main objectives, the criteria used to define the mobilized projects and the languages that received more incentives in the public administration of 200. For this development, subsidies were sought to this discussion by the means of qualitative, documented and exploratory research, noticing that the discourses contained in the analyzed documents don't reveal the use of cultural events with incentive as touristic products able to achieve Money to the municipality by the cultural tourism segment. The diffusion of cultural goods and values that seek to guarantee and preserve the cultural heritage and customs of the Itajaí society is the main objective of this law that invests directly on the preserving and enlarging of the local cultural heritage. The cultural heritage of Itajaí can configure a new tourist vocation for the city, therefore the model of "Sun and Beach" explored by the entire coastal region of the "Vale do Itajaí" still is the most utilized in town and that, according to the numbers researched, made evident the misconception of this strategy for Itajaí. In that sense, the cultural tourism would be a different strategy to attract tourists for the city, valuing the local cultural product and creating a new tourist vocation for the city through the cultural tourism.

Keywords: Culture, Cultural Tourism Cultural, Cultural Incentive Laws, Planning.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Esquema Metodológico	15
Figura 02: Apresentação Metodológica da Análise Realizada	17
Figura 03: Mapa geográfico do Brasil com destaque a região do Vale do Itajaí	23
Figura 04: Mapa de localização da Associação dos Municípios da Foz do Rio Itajaí	24

LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Movimento estimado de turistas nos anos 2007 e 2008	12
Quadro 02: Definições das unidades em que o termo turismo cultural se divide	34
Quadro 03: Expressões chave e idéias centrais sobre cultura da Lei 3.473	63
Quadro 04: Expressões chave e idéias centrais sobre produção cultural da Lei 3.473	63
Quadro 05: Expressões chave e idéias centrais sobre a Lei 3.473, de 11 de janeiro de 2000	63
Quadro 06: DSC da Lei 3.473, de 11 de janeiro de 2000	66
Quadro 07: Expressões Chave e Idéias Centrais da Lei nº 4467, de 28 de novembro de 2005, com suas principais alterações	67
Quadro 08: DSC da Lei 4467 de 28 de novembro de 2005	68
Quadro 09: Expressões chave e idéias centrais sobre cultura do Decreto nº 8466 ..	69
Quadro 10: Expressões chave e idéias centrais sobre produção cultural do Decreto nº 8466	69
Quadro 11: Expressões chave e idéias centrais sobre o Decreto nº 8466	70
Quadro 12: DSC do Decreto nº 8466, de 28 de dezembro de 2007	72
Quadro 13: Expressões chave e idéias centrais sobre produção cultural da Resolução nº 001/2008	74
Quadro 14: Expressões chave e idéias centrais da Resolução nº 001/2008	74
Quadro 15: DSC do Ofício nº 001/2008	75

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 Considerações sobre a temática	10
1.2 Procedimentos metodológicos	15
2 CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA	19
2.1 A formação do município de Itajaí	19
2.2 Itajaí no período da pesquisa	24
3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	29
3.1 Turismo: conceito e histórico	29
3. 2 Turismo cultural	32
3. 3 O Cenário do Turismo no Brasil	41
3.4 O cenário do turismo em Itajaí – SC	43
3.5 O poder público e o planejamento do turismo	45
3.6 As Leis de Incentivo a Cultura	50
3.7 Lei de Incentivo Federal (Lei Rouanet)	53
3.8 Lei Municipal de Incentivo a Cultura de Itajaí	55
3.9 O fomento a produção cultural e o turismo cultural em Itajaí	59
4 ANÁLISE DO DISCURSO DO SUJEITO COLETIVO	63
4.1 Lei nº 3.473, de 11 de janeiro de 2000	63
4.2 Lei nº 4467, de 28 de novembro de 2005, com suas alterações	67
4.3 Decreto nº 8466, de dezembro de 2007	70
4.4 Resolução nº 001/2008	74
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	78
6 REFERÊNCIAS	81
APÊNDICE	86
ANEXOS	93

1 INTRODUÇÃO

1.1 Considerações sobre a temática

O fenômeno do turismo ganha cada vez mais importância por gerar empregos e criar novas divisas. Por isso, vem recebendo nos últimos anos uma atenção especial de diversos autores que analisam este fenômeno, procurando maximizar os efeitos positivos e minimizar os negativos através do desenvolvimento de pesquisas e estudos de casos.

As modificações constantes no turismo, percebidas pela atenção dada ao setor nos últimos anos pelos governos, faz com que os diversos segmentos deste sejam analisados e estudados em nível nacional e internacional. O turismo cultural, definido como uma das megatendências do segmento pela Organização Mundial do Turismo (OMT) torna-se uma importante ferramenta, capaz de incrementar as opções turísticas de uma localidade, atraindo e/ou potencializando sua demanda turística.

De acordo com Hughes (2006) o turismo cultural inclui visitas a construções e objetos considerados patrimônio cultural da localidade (museus, catedrais e igrejas, castelos e casas históricas), a locais de exposição de artes visuais (galerias de arte) e apreciação de artes performáticas em teatros e salas de concerto. Esse tipo de arte inclui peças teatrais, musicais, ópera, balé e orquestras que, com frequência, são referidas apenas como *artes*.

Reis (2007) enfatiza que cada vez mais, a cultura é valorizada por sua capacidade de gerar empregos, agregar valor às mercadorias e contribuir para o incremento do turismo. Além de levarmos em consideração os benefícios econômicos produzidos pelo mercado cultural, é importante também ressaltar os benefícios sociais gerados pela valorização e manutenção das heranças culturais.

A fim de incrementar este segmento da economia, o turismo passou a ser planejado por um grande número de profissionais das mais diversas áreas. Esse fenômeno multidisciplinar traz em seu bojo ganhos financeiros que estimulam a circulação monetária e a geração de novos empregos, enquanto o poder público vislumbra para sua região novas divisas possibilitando seu crescimento econômico.

Por sua abrangência e complexidade que o turismo deve ter estratégias norteadas pelo poder público que gerencia interesses diversos em torno de um só objetivo. Esse gerenciamento necessita estar atento aos interesses e características de cada região, sendo flexível e dinâmico na formulação e implantação de suas políticas para que a população da região esteja inserida em todas as etapas de planejamento.

Beni (2003) salienta que conceber o turismo, e especificamente o turismo cultural, enquanto investimento estratégico para o desenvolvimento depende da interiorização, uma vez que a ação pública e a defesa do interesse público são questões interligadas e devem ser vistas, na atualidade, como indissociáveis, especialmente por conta diagnósticos sobre o estado do meio-ambiente no mundo.

Os estudos sobre o planejamento público no turismo, realizados no país nos últimos anos, encontram-se na sua maioria focados na esfera nacional, sendo que estudos no âmbito municipal ainda são poucos. Existe uma tendência em se incentivar o planejamento do turismo nos municípios através do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) que garante liberdade no desenvolvimento e gestão do turismo.

É com foco no planejamento do poder público municipal de Itajaí que esta pesquisa se desenvolverá, uma vez que analisará o produto cultural local fomentado pelas Leis de Incentivo a Cultura. Itajaí conta com mecanismos de discussão e fomento à cultura que podem alavancar o turismo cultural através dos incentivos fiscais cedidos pela Prefeitura Municipal.

Nesses parâmetros, a presente pesquisa tem como principal foco a Lei Municipal de Incentivo a Cultura, que financia a produção cultural de Itajaí, podendo criar um produto turístico capaz de atrair uma nova demanda para a cidade. Estes incentivos fazem parte da estrutura política das Leis dessa natureza.

Segundo dados fornecidos pelo Suplemento de Cultura da Pesquisa de Informações Básicas Municipais (2006) do total dos municípios brasileiros, 26,2% tem projeto de implementação de turismo cultural, sendo que em 19,8% estes projetos se encontram em implementação e em 6,4% se encontram em execução. Os projetos são executados em 18,1% do total dos municípios pelo órgão gestor de cultura (69,1% do total dos municípios que têm projeto) e, em 14,8% os projetos contam também com a execução do órgão gestor do turismo (56,5%). O projeto de implementação de turismo cultural inclui, em 23,5% um calendário de festividades

e/ou eventos (89,7% dos municípios com projetos). Já a formação de guias e roteiros abrange 15,2% dos municípios (58,2% do total que têm projeto). Interessante observar que a área da cultura parece mais interessada em estimular o turismo do que a área específica (MUNIC, 2006).

No site oficial do Ministério da Cultura (2008) encontramos a seguinte passagem sobre a importância das Leis de Incentivo à Cultura.

As manifestações culturais, sejam de preservação e de memória, sejam de criação artística – todas, formas de expressão de identidades – são importantes também porque geram empregos em vários setores – da mão-de-obra artesanal à tecnologia avançada de informatização. Além disso, ao crescer em qualidade e quantidade, o entretenimento cultural cria um mercado próprio, que se consolida como parte da estrutura do turismo e da indústria cultural do país. Por isso, o investimento privado em cultura é um poderoso parceiro do Estado no desenvolvimento econômico e social (MINC, 2008).

Ao incentivar a produção cultural, o município de Itajaí cria novas opções de lazer e entretenimento a seus residentes e visitantes. Barretto (2000) reforça esse ponto afirmando que estimular estes aspectos culturais dentro de uma localidade é o meio de fomentar recursos para atrair visitantes. Neste sentido, cabe ao poder público criar estratégias e ferramentas para impulsionar a produção cultural local incentivada, criando mecanismos de divulgação focados no segmento do turismo cultural.

O fenômeno do turismo, produto da sociedade capitalista industrial (RODRIGUES, 2002), vem ganhando destaque no cenário mundial por trazer novas divisas e por maximizar receitas. Assim o poder público não mede esforços para angariar o maior número possível de turistas valendo-se de estratégias que muitas vezes não trazem resultados positivos.

Itajaí (situando novamente a cidade como foco de análise) encontra-se geograficamente interligada a Balneário Camboriú, maior pólo de turismo receptivo de Santa Catarina segundo dados da SANTUR (2006). Balneário Camboriú conta com excelente infra-estrutura para receber turistas e investe suas ações de marketing turístico no modelo de “Sol e Praia”, que privilegia aspectos naturais como seu principal atrativo. Os números registrados de entrada de turistas em Balneário Camboriú e Itajaí comprovam a necessidade de Itajaí focar suas ações em produtos complementares aos já oferecidos em Balneário Camboriú.

Quadro 01: Movimento estimado de turistas nos anos 2007 e 2008

Movimento estimado de turistas nos anos 2004 e 2005		
	2007	2008
Balneário Camboriú	748.456	685.946
Itajaí	67.944	91.496

Fonte: SANTUR (2009)

Esses dados levantados evidenciam a necessidade de Itajaí focar suas ações no turismo cultural como atrativo complementar ao modelo de “Sol e Praia”, característico de Balneário Camboriú.

A produção cultural de Itajaí em suas diversas linguagens ganha volume pelos incentivos fiscais que empresas recebem ao apoiar a cultura. Os incentivos para as empresas recaem da transferência dos valores devidos ao município, referentes ao Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN), que a Prefeitura autoriza aos contribuintes a aplicarem em projetos culturais previamente aprovados. As empresas que pagam o ISSQN podem destinar até 30% do valor a cada mês para projetos culturais, que o município deduz da dívida do contribuinte.

Segundo informações da Fundação Cultural de Itajaí (2007), foram inscritos cento e cinquenta e sete projetos à Lei Municipal de Incentivo à Cultura no ano de 2007. Os recursos pleiteados chegaram a R\$ 4.672.496,88, mas a prefeitura abriu mão de arrecadar R\$ 800 mil; na gestão de 2004 o valor para uso na promoção cultural era de R\$ 400 mil, valores estes que foram deslocados aos projetos aprovados. As áreas de interesse com maior número de inscritos foram a música e a dança, com 72 projetos inscritos. Também foram protocolados 27 projetos na área de literatura, 22 sobre artes em geral, 12 para a área de teatro, 11 sobre cinema, fotografia e vídeo, 10 de artes plásticas e três sobre patrimônio. Estes números mostram a rica produção cultural de Itajaí em 2007.

A grande e diversificada produção cultural local, quando planejada e incentivada, pode vir a tornar-se um potencial atrativo turístico e angariar visitantes para a região que buscam vivenciar experiências e conhecer seus remanescentes culturais. O atrativo cultural motiva um segmento de turista diferente do turista de “Sol e Praia” que vislumbra os atrativos naturais em áreas litorâneas como principal motivação para escolha do destino.

Diferente desta percepção, as Leis de Incentivo a Cultura têm como principal objetivo valorizar e potencializar as manifestações culturais da cidade. São manifestações culturais como o canto, as danças, as artes-cênicas e plásticas, a

música, tanto erudita como popular e folclórica, suas indumentárias, o artesanato, a gastronomia típica e a arquitetura, seja esta antiga ou contemporânea. São estas manifestações, que passam a constituir os elementos culturais e podem influenciar no poder de atratividade, que motivam os turistas a visitarem determinadas regiões (BENI, 1998).

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (2003), aponta a identificação das possibilidades e do potencial da cultura como fatores estratégicos para o desenvolvimento social e econômico. O Município de Itajaí, ao incentivar a produção cultural local, potencializa o turismo pelo viés da cultura, inserindo-se no mercado com produtos turísticos que atualmente são tendências mundiais. Assim, o poder público tem em suas mãos uma importante ferramenta de marketing turístico ao financiar a produção local. Além de incentivar a cultura, pode também incrementar o turismo ao inseri-las em planos gestores para atrair e satisfazer o turista, que pode vivenciar uma experiência cultural original na cidade.

Outro aspecto importante que deve ser levado em consideração é o aumento das opções de entretenimento e lazer para os residentes que participam da programação cultural do município, oferecida com valores mais acessíveis que os usualmente adotados pelo mercado cultural.

Itajaí, por estar inserida no litoral catarinense e deter uma excelente estrutura portuária, tem focado suas ações de gestão pública nos recursos financeiros angariados pelo setor portuário e ao turismo de Sol e Praia. O turismo de Sol e Praia não trouxe resultados significativos para a cidade. Contando com um patrimônio cultural de grande expressividade, Itajaí pode valer-se do segmento de Turismo Cultural para arrecadar novas divisas ao município e valorizar o produto cultural local.

Assim, a Lei Municipal de Incentivo a Cultura, ao potencializar as manifestações culturais locais, cria novas opções de lazer e entretenimento para seus residentes. Em tais parâmetros, a presente pesquisa procura **compreender** (objetivo geral) as Políticas Públicas de Incentivo a cultura através da **análise** do Discurso do Sujeito Coletivo contido na Lei Municipal de Incentivo a Cultural com o propósito de **caracterizar** e **verificar** como funciona na prática este mecanismo de incentivo fiscal.

Como forma de alcançar os objetivos acima propostos, buscou-se subsídios através de pesquisa documental e bibliográfica aprofundando a discussão por meio das diretrizes norteadoras das ações culturais desenvolvidas no município, compondo os preceitos metodológicos desta pesquisa que se encontram nas páginas subsequentes.

1.2 Procedimentos metodológicos

O método científico é um conjunto de regras ou critérios que servem de referência no processo de busca da explicação ou da elaboração de previsões em relação a questões ou problemas específicos. O emprego do método faz com que o conhecimento seja considerado científico. Assim, é através de um método pré-estabelecido para esta pesquisa que desenvolveremos a análise do fenômeno turístico através do fomento de um turismo cultural apoiado pela Lei de Incentivo à Cultura de Itajaí. O fenômeno é estudado em realidades específicas e condicionado pelo momento histórico no qual se manifesta (DENCKER, 2007).

No Brasil o turismo vem se desenvolvendo de forma expressiva, sendo objeto de políticas públicas específicas por parte dos governos federal, estaduais e municipais, possuindo desde 2003 um ministério próprio.[...] A pesquisa é ferramenta fundamental para a gestão de qualquer atividade, pois permite prever os impactos tanto positivos quanto os negativos, norteando as ações e otimizando os investimentos (DENCKER, 2007, p.13-14).

Assim, com o propósito de caracterizar e verificar o mecanismo de incentivo fiscal criado para potencializar a produção cultural de Itajaí é que foi desenvolvida a presente pesquisa. Os procedimentos metodológicos utilizados foram a pesquisa bibliográfica e documental, bem como a Análise do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) da Lei Municipal de Incentivo a Cultura e suas alterações.

A análise foi realizada nos textos das Leis nº 3.473 de janeiro de 2000, com alteração da Lei nº 4.467 de 28 de novembro de 2005, Decreto nº 8466 de 28 de dezembro de 2007 e a última Resolução/Ofício nº 001/2008 verificando os principais objetivos, os critérios usados para definir os projetos incentivados e as linguagens que receberam maiores incentivos na gestão pública de 2007.

Para alcançar os objetivos propostos foram estabelecidas as seguintes etapas de coleta e análise dos dados:

1. Etapa de Coleta Documental e bibliográfica: com os documentos referentes à história local de Itajaí, de conceitos e teorias referentes ao tema e na Lei Municipal de Incentivo a Cultura e suas modificações até 2008.
2. Etapa de análise metodológica e teórica: análise nos discursos contidos nos documentos pesquisados (Lei Municipal de Incentivo a Cultura) promovendo um debate reflexivo através do método de análise de Lefèvre e Lefèvre (2005) chamado de Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) valendo-se das seguintes figuras metodológicas: Idéia Central (IC), Expressões-chave (ECH), Ancoragem (AC), Discurso Individual (DI) e Discurso do Sujeito Coletivo (DSC).

Esquema Metodológico:

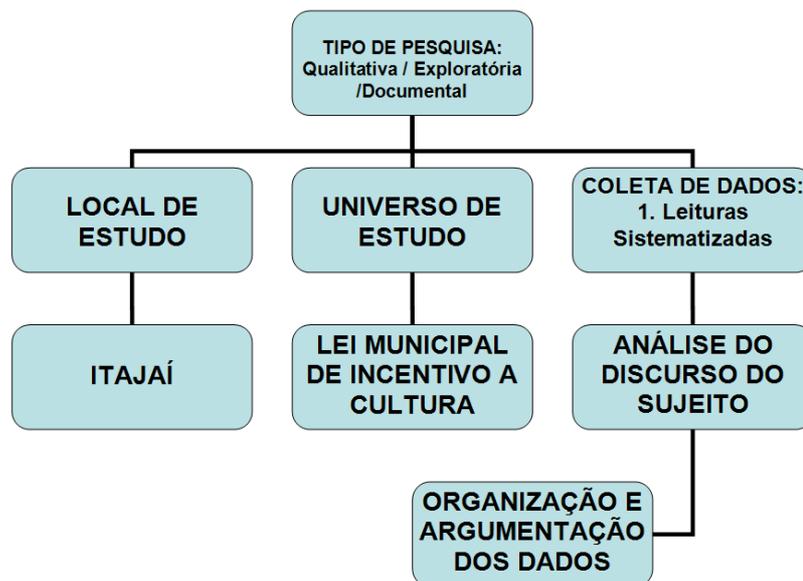


Figura 01: Esquema Metodológico

Fonte: Elaborado pelo autor (2008)

Neste processo de investigação, esta pesquisa foi considerada como empírica e é caracterizada como exploratória e descritiva, visto que “explora, descreve, explica e formula predições sobre os acontecimentos do mundo que nos rodeia. Suas preposições serão confrontadas com os fatos e só terão validade se verificadas experimentalmente” (DENCKER, 2007, p.49-50)

A pesquisa é de caráter qualitativo, pois se lançará à compreensão e observação das atividades e ao desenvolvimento da Lei Municipal de Incentivo a Cultura. A Lei Municipal de Incentivo a Cultura de Itajaí segue as normas representadas pela Lei n 3.473 de janeiro de 2000, com alteração da Lei número 4467 de 28 de novembro de 2005, Decreto nº 8466 de 28 de dezembro de 2007 e o Ofício nº 001/2008 são documentos formadores e normalizadores das atividades culturais incentivadas; regendo os projetos culturais, os agentes culturais e todo mecanismo de incentivo fiscal, percebendo-se a importância e necessidade de realizar uma análise destas através da Análise do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) para verificar seus principais objetivos e as relações entre a prática e o discurso nas leis.

Após leituras sistematizadas da lei e suas alterações, seguiu-se o modelo de análise do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) que é composto por algumas figuras metodológicas, tais como as expressões chaves (ECH), as idéias centrais (IC) e a ancoragem (LEFÉVRE; LEFÉVRE, 2005). É através destas figuras que os discursos se organizam, facilitando sínteses para discussão denominadas pelos autores de Discurso do Sujeito Coletivo (DSC).

Segundo Lefèvre (2005) as expressões-chave (ECH) são pedaços, trechos ou transcrições literais do discurso que revelam a essência do depoimento ou do conteúdo discursivo dos segmentos que se divide o depoimento. O mesmo autor trata a idéia central (IC) como sendo o nome ou expressão lingüística que descreve e revela, de forma mais sintética e precisa, o sentido de cada um dos discursos analisados e de cada conjunto homogêneo, das expressões-chave que vai dar origem ao Discurso do Sujeito Coletivo (DSC).

“A ancoragem (AC) é a manifestação lingüística explícita de uma dada teoria, ou ideologia, ou crença que o autor do discurso professa e que na qualidade de afirmação genérica, está sendo usada pelo anunciador para ‘enquadrar’ uma situação específica” (LEFÉVRE; LEFÉVRE, 2005, p. 17). É através da ancoragem (AC) que reconhecemos o conjunto de conceitos e/ou teorias que estão representados no Discurso do Sujeito Coletivo (DSC).

O Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) proporciona um discurso que resume o exposto nas várias expressões-chave, tomando por base as idéias centrais ou as ancoragens que são comuns a um determinado discurso, unindo os discursos semelhantes e complementares dos sujeitos em um único discurso. Este representa

a manifestação do pensamento do grupo em relação a um tema específico, mesmo que possam ocorrer discursos visivelmente diferentes ou antagônicos, sendo estes separados e apresentados (ARNT, 2006).

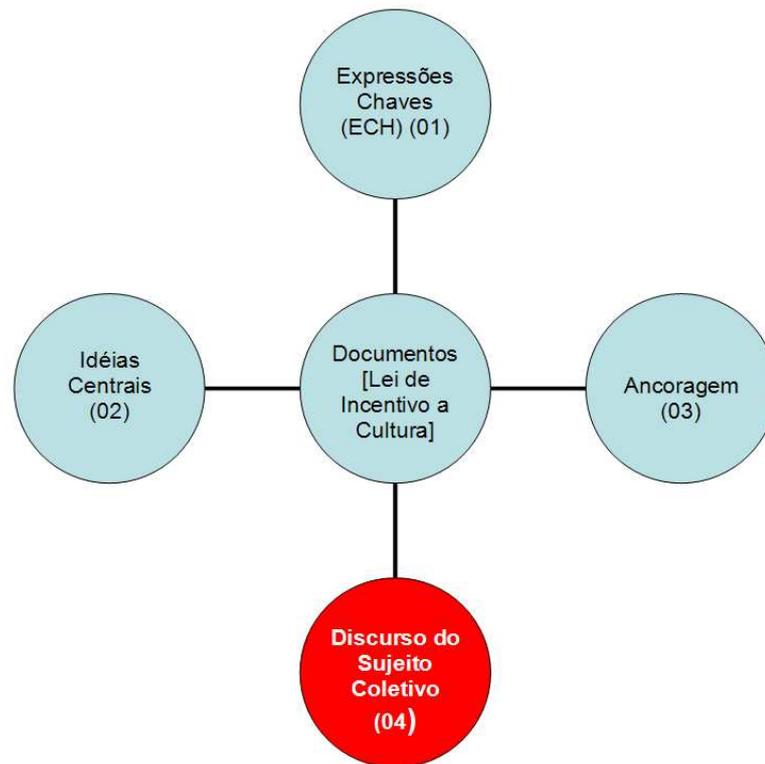


Figura 02: Apresentação Metodológica da Análise Realizada

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Lefèvre e Lefèvre (2005)

2 CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA

2.1 A formação do município de Itajaí

O reconhecimento do litoral catarinense tem início, segundo Piazza (1987), pela expedição de Sebastião Caboto que chegou esta região por volta de 1526 nomeando a Ilha de Santa Catarina de “porto dos Patos”. Mas o nome de Santa Catarina só aparece pela primeira vez em 1529 no mapa-mundi de Diego Ribeiro.

Segundo o mesmo autor, no momento da descoberta do Brasil era bastante expressivo o número de indígenas que habitavam Santa Catarina. No litoral catarinense situavam-se os da grande nação tupi-guarani, de língua “geral” e que, regionalmente, vão ser denominados de “carijós”.

A região do Vale do Itajaí-Açú, até a chegada dos portugueses, era habitada pelos índios Carijós e Botocudos, que viviam em grupos e possuíam organização cultural e social semelhantes. De acordo com Piazza (1987), o homem pré-histórico apresentava-se em vários estágios civilizatórios, registrando os povos coletores do litoral que viviam da pesca, coleta de moluscos e formaram os sambaquis.

Com a chegada dos portugueses na região, as tribos indígenas foram sendo capturadas e transformadas em mão de obra escrava. Paulistas e vicentinos também migraram para Santa Catarina em busca de escravos, minerais e pedras preciosas, dando origem ao que podemos chamar de primeiros povoamentos do litoral sul.

A fundação das povoações “vicentistas” no litoral catarinense não fortaleceu o surto demográfico em toda sua extensão, mas tão somente criou três núcleos isolados como o caso de São Francisco, Desterro e Laguna (PIAZZA, 1987).

O avanço vicentino pelo litoral Sul do Estado de Santa Catarina, na segunda metade do século XVII, resultou na presença dos três pequenos núcleos costeiros, sendo eles, as vilas de Nossa Senhora do Rio de São Francisco (atual São Francisco do Sul), cujo assentamento data de 1658 (MOREIRA, 1995; PREFEITURA DE ITAJAÍ, 2007; LENZI, 2002).

Nesse mesmo ano João Dias Arzão, recebeu uma sesmaria em frente à foz do Rio Itajaí-Mirim, em terras do atual município de Navegantes. Apesar de que Arzão não ter meios para criar um povoado, nasce Nossa Senhora do Desterro na

Ilha de Santa Catarina, onde Francisco Dias Velho se estabelece com familiares e agregados em 1678; e ainda a vila de Santo Antônio dos Anjos de Laguna, fundada em 1688 (MOREIRA, 1995; PREFEITURA DE ITAJAÍ, 2007; LENZI, 2002).

Localizada na região sul do Brasil, no litoral norte do Estado de Santa Catarina, Itajaí recebeu esse nome graças ao rio Itajaí-açú que banha o município. Foram os índios tupy-guarani que assim o chamaram. A forma de escrever este nome teve diversas variações: “Táa-hy”, “Tajay”, “Tajahug” e “Itajaí”.

Graças a sua localização geográfica, a região se transformou em uma das

[...] portas de entrada para o interior do Vale, através do Rio Itajaí-açú que era navegável até Blumenau servindo como uma das principais entradas para as demais colônias do interior. Assim Itajaí transformou-se em um entreposto comercial que atraiu novos imigrantes, principalmente os açorianos (SEVERINO, 1999, p.32)

Os açorianos passaram a ser considerados os principais responsáveis pela colonização de boa parte do litoral Estado. Estes colonizadores se estabeleceram a partir de 1748, e tiveram como objetivo ocupar espaços considerados vazios pela Coroa Portuguesa que existiam no território catarinense (SEVERINO, 1999).

Segundo Lenzi (2002, p.22) “no ano de 1748, chegou a Ilha de Santa Catarina a primeira leva de povoadores, somava-se em 5.000 o número de pessoas transladadas do arquipélago dos Açores para Santa Catarina”.

O desejo de açorianos, como também de madeirenses, de transferirem-se para o Brasil coincide com os interesses da Coroa Portuguesa. É a atividade povoadora dando cobertura aos objetivos políticos, ou seja, a ocupação dos territórios fronteiros despovoados, a fim de evitar qualquer reclamação futura por parte da Espanha (PIAZZA, 1987).

Aproximadamente em 1850 o Estado recebe os imigrantes alemães e italianos, que vão se estabelecer em sua maioria na colônia do Dr. Blumenau. Os que ficaram em Itajaí dedicaram-se à pesca, a carpintaria e a agricultura. O caminho aberto de Itajaí para a Colônia de Blumenau, posteriormente, resultou como passagem para escoamento de produtos desembarcados no Porto de Itajaí, intensificando mais a economia local e, conseqüentemente, abrindo novos espaços para moradias e comércios (D’ÁVILA, 1982; D’ÁVILA 1993).

No final do século XVIII, as terras da bacia do rio Itajaí apresentam indícios de povoamento, pois, conforme Lenzi (2002, p.30) ”no início do século XIX, as terras do

atual município de Itajaí, no seu perímetro urbano, já eram efetivamente ocupadas por particulares, tendo nelas moradas e plantações”, devido a presença de pequenos lavradores e pescadores oriundos de Paranaguá, São Francisco do Sul, Armação do Itapocorói, Porto Belo e Desterro.

As primeiras atividades econômicas desenvolvida em Itajaí

[...] foram a madeira, agricultura e a pesca. Foi destaque a extração de madeira que influenciou a afluência de moradores açorianos para a região, que encontravam nesta região uma abundância de árvores, terras férteis e facilidade na pesca (LENZI, 2002, p. 31).

Ainda na fase da navegação fluvial, o Porto de Itajaí desenvolveu-se, inicialmente, como praça exportadora de madeira e importadora de produtos industrializados. O porto cresceu devido ao fato de servir de escoadouro da produção das coloniais localizadas no Vale do Itajaí. Severino (1999, p. 82) descreve que “essas atividades fundamentaram o fortalecimento de firmas portuárias de importação e exportação, como também o nascimento de uma acumulação de capital na cidade portuária”.

Itajaí tem sido a porta de entrada e saída de pessoas e mercadorias. Durante o povoamento e a colonização do Vale do Itajaí, aportaram e se estabeleceram nesta região os desbravadores, sesmeiros e imigrantes. Ao longo do século XIX, constituíram vilas e colônias, tornando-se, mais tarde, grandes cidades do Vale (LENZI, 2002, p.45).

Itajaí se expande, na segunda metade do século XIX, a partir da circulação de imigrantes que utilizavam o porto como entrada para as colônias, o que possibilitou a criação de uma estrutura, a princípio, para alojar e receber estes visitantes temporários. Assim, algumas famílias de alemães e italianos aproveitavam o momento para abrir suas casas comerciais.

Após a tentativa de Antônio Menezes de Vasconcellos Drummond de estabelecer uma colônia em terras da região do Vale do Itajaí, o comerciante Agostinho Alves Ramos, adquiriu de José Coelho da Rocha, antigo morador da praia de Itajaí, um terreno situado na margem direita do rio, próximo ao lugar onde eram reparadas as embarcações, também conhecido como Estaleiro. O comerciante edificou um sobrado que passou a ter função comercial e residencial (D'ÁVILA, 1993).

Em 13 de agosto de 1833, Agostinho Alves Ramos solicitou a elevação do Curato do Santíssimo Sacramento para Freguesia criando também um distrito policial para a segurança do povoado. Conforme Lenzi (2002, p.41) “[...] neste momento Itajaí, que já fora dependente de São Francisco, passou para o domínio judicial da Vila de Porto Belo”.

No período, o maior núcleo de povoamento ficava na região entre São Miguel e São Francisco, o Conselho Geral da província deu foro de vilarejo aos habitantes de Garoupas, ao decretar a edificação em Vila, com a denominação de Porto Belo, sendo o primeiro município a se originar de São Francisco na primeira metade do século XIX (KOHL, 2001; CRUZ, 2002).

O município abrangia pelo norte o Rio Gravatá (atual limite de Penha), fazendo divisa com o município de São Francisco, pelo sul o Rio Tijucas Grande, divisa com o município de São Miguel, ao leste o Oceano Atlântico e a Oeste a Serra Geral, com o município de Lages. Sendo as vilas de Camboriú, Tijucas, Perequê, Araçá, Zimbros, Tapera (Itapema), Encantado, Itajaí, Bobos, Bombas e Ponta da Enseada, pertencentes à Vila de Porto Belo. Posteriormente as antigas vilas de Itajaí e Tijucas são desmembradas do município de Porto Belo.

A Freguesia do Santíssimo Sacramento foi aumentando com as novas colônias formadas rio acima.

[...] foram criadas as colônias Itajaí [...], Colônia Belga, na atual Ilhota e a Colônia Blumenau, 1850. Assim a relação entre as colônias e a Freguesia do Santíssimo Sacramento influiu na concentração da maior parte do comércio da região, trazendo conseqüentemente, um aumento do território da Freguesia, bem como de sua população e de seu desenvolvimento econômico (LENZI, 2002, p.47).

Com a fixação de Agostinho Alves Ramos, em 1823, o povoado começa a dar início à formação do aglomerado urbano de Itajaí. Em 31 de março de 1824 o comerciante estabeleceu o Curato do Santíssimo Sacramento de Itajahy. A então Vila do Santíssimo Sacramento de Itajahy, ao se desmembrar da Vila de Porto Belo, levou o Distrito de Penha a fazer parte do novo município. A ocupação de Santa Catarina ocorreu a partir do litoral em direção ao interior, com a chegada dos açorianos e a criação de Lages no século XVIII, continuando com a formação das colônias de imigrantes italianos e alemães no século XIX, originando várias cidades, dentre elas Blumenau (BITTENCOURT, 2000).

Lenzi (2002, p.161) ainda destaca que “no período compreendido como a década de 1920 do século passado (XX) é muito rico e variado”. O autor complementa

[...] o que possibilita a cidade de Itajaí uma certa característica singular de cidade com uma pré-disposição à modernidade é o fato do processo de ocupação do interior do Estado aliado à questão de que, durante o processo de transição do Brasil Império para o Brasil República, o então estudante de engenharia da escola militar, Lauro Müller, de Itajaí, ter sido nomeado o primeiro Governador do estado de Santa Catarina (LENZI, 2002, p. 187)

Itajaí não passou por um processo de planejamento urbano. Habitavam na vila, de acordo com Lenzi (2002), 200 famílias. O mesmo autor descreve que

[...] os aglomerados urbanos ao longo do litoral catarinense não passavam de um centro com poucas ruas, uma capela, um cemitério e umas poucas casas de negócio sem que tivessem alinhamento ou que fossem organizadas (LENZI, 2002, p. 48).

Assim, só prosperavam as cidades que estavam inseridas em boas áreas geográficas como o caso de Itajaí que era banhada pelo Rio Itajaí-Açú.

Segundo Lenzi (2002) a instalação do município de Itajaí ocorreu no dia 15 de junho de 1860. O novo município englobava a região que vai ao Norte pelo Rio Itapocu (região hoje de Penha), ao sul o Morro do Boi (Camboriú) e a oeste Blumenau. Após a Lei Provincial Nº 819, de 1º de maio de 1876, a Vila de Itajaí passa à categoria de cidade.

O crescimento econômico de Itajaí continuou mesmo depois das emancipações de Blumenau, Brusque e demais cidades, uma vez que o escoamento da produção econômica destas cidades passava pelo porto de Itajaí.

Quanto às características urbanas de Itajaí

[...] o núcleo urbano do município concentrava-se numa pequena área, formada primeiramente por casas cobertas por palhas e alinhadas pela orla. Mais tarde tornaram-se ruas centrais, propícias ao comércio e, por isso mesmo, mais densamente ocupada e valorizada. Na singela “Belle Époque” de Itajaí, empresas de navegação ligaram a cidade aos principais portos do país (SEVERINO, 1999, p. 202).

De acordo com Severino (1999) a geografia da Foz do Itajaí é resultado de complexas combinações entre a geografia física que marca nossa paisagem e a história da sociedade que aqui se implantou. No aspecto físico, a área abrangia a

Ponta das Cabeçadas no Município de Itajaí e a Ponta Negra no Município de Penha, no litoral Catarinense. Este pequeno espaço que abarca um pouco mais de 30 quilômetros tem uma formação histórica complexa, que extrapola as delimitações do meio físico que a contém.

Ao longo do século XX, o município foi cada vez mais se interligando umbilicalmente ao porto. Como gerador de um mercado, ele imputava novas exigências estruturais na medida em que cresciam os investimentos (SEVERINO, 1999). A cidade se tornou “maior”, transformando-se no mais importante entreposto e escoadouro do Vale do Itajaí.

A contextualização histórica utilizada nesta dissertação é linear e sem aprofundamento histórico, pois o município de Itajaí contou com um povoamento multi-étnico e com formação pluri-cultural como demonstraremos no decorrer dos estudos. Os autores utilizados nesta contextualização histórica não interferem nos objetivos e nos resultados alcançados pelo estudo e serviram para uma abordagem unidimensional.

2.2 Itajaí no período da pesquisa

Conforme os objetivos propostos por esta pesquisa, escolheu-se como recorte geográfico a cidade de Itajaí, localizada no Estado de Santa Catarina, cuja localização pode ser visualizada por meio da figura abaixo :

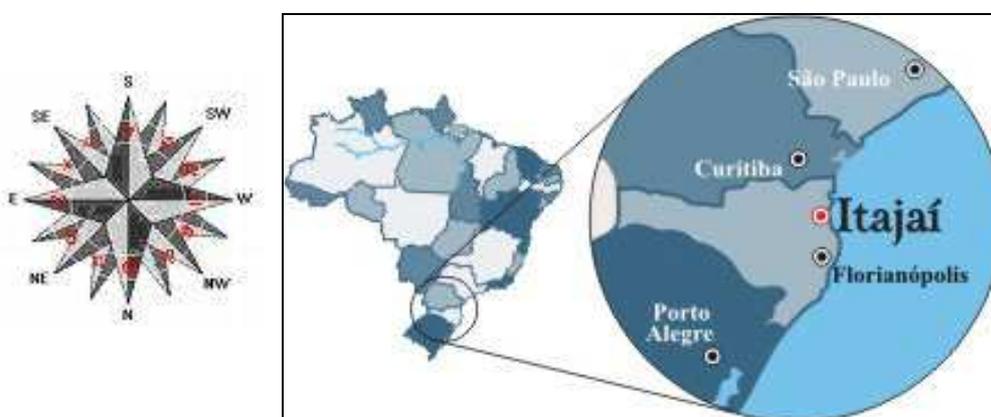


Figura 03: Mapa geográfico do Brasil com destaque a região do Vale do Itajaí

Fonte: <http://www.itajai.sc.gov.br/a_cidade_lst.php>

O território catarinense situa-se na Região Sul do Brasil, correspondendo a 1,12 % do território brasileiro e 16,57% da área da Região Sul. Ao norte, Santa Catarina faz fronteira de 750 km com o Estado do Paraná. Ao sul, limita-se com o Estado do Rio Grande do Sul, por 1.014 km e a oeste, com a República Argentina por 211 km. A linha litorânea, a leste, mede 561,4 km, correspondendo a 7% da costa brasileira (GOVERNO DE SANTA CATARINA, 2008).

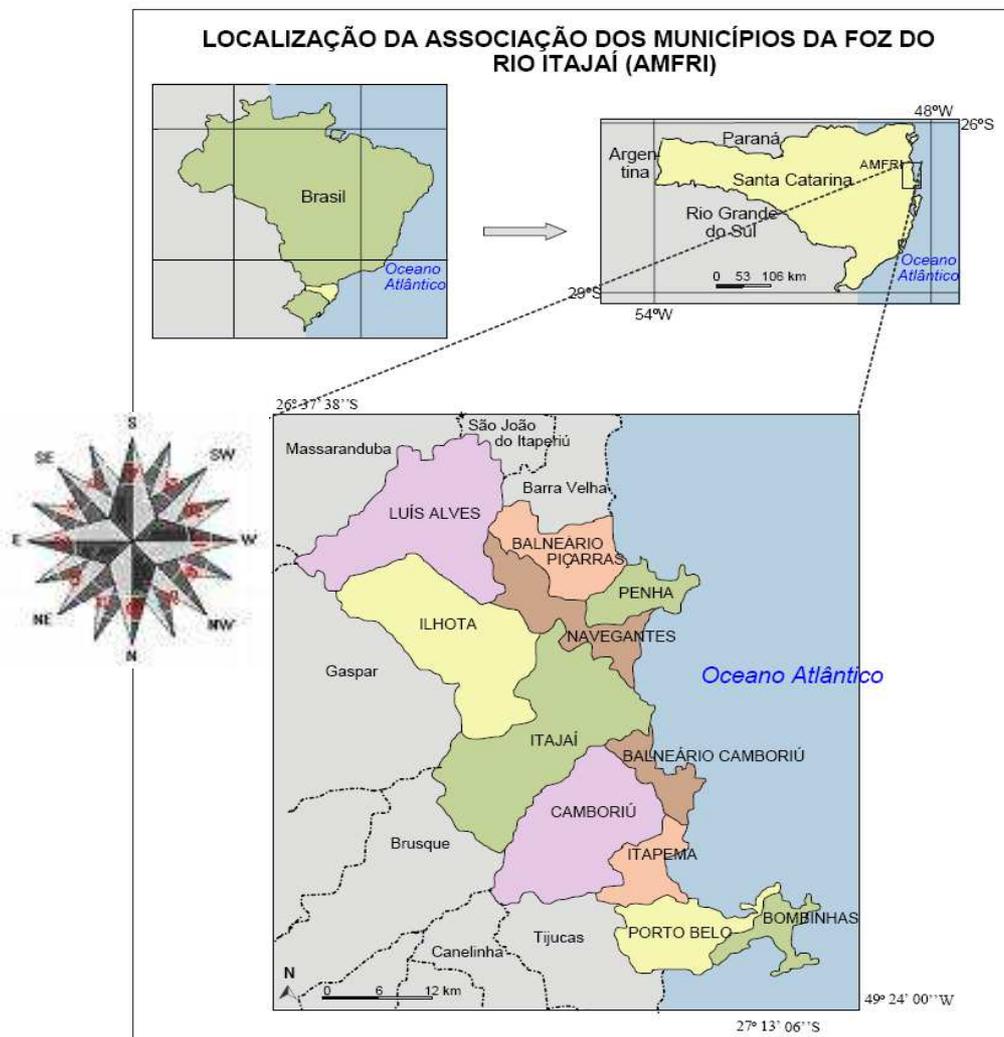


Figura 04: Mapa de localização da Associação dos Municípios da Foz do Rio Itajaí

Fonte: AMFRI (2007).

Segundo dados do Plano Diretor do Município de Itajaí (2006), a cidade está localizada no litoral centro-norte catarinense, entre a capital do Estado, Florianópolis (distante 91 km ao sul) e a cidade mais populosa do estado, Joinville (a 84 km ao norte). Especificamente na foz do rio Itajaí-Açu, Itajaí tem seus limites territoriais com

06 municípios: ao norte com Navegantes, ao sul com Balneário Camboriú e Camboriú, ao leste com o Oceano Atlântico e ao oeste com Ilhota, Gaspar e Brusque. No que se refere ao transporte terrestre, a BR-101 (duplicada) é a rodovia que lhe dá acesso. Além disso, a rodovia SC 412 interliga os Municípios de Itapema, Balneário Camboriú, Itajaí, Balneário de Piçarras e Porto Belo (AMFRI, 2007)

A cidade localiza-se ao nível do mar e sua vegetação nativa já foi retirada devido às atividades comerciais e a expansão urbana. O município é sede do maior porto pesqueiro do país e da segunda maior universidade do estado.

A posição geográfica da foz do Itajaí-Açu possibilitou a existência do porto, sendo Itajaí atualmente conhecida como uma das cidades portuárias mais importantes do país, o que possibilitou o crescimento e o desenvolvimento do parque industrial (AMFRI, 2007).

Com o surgimento e crescimento do porto, Itajaí teve seu sítio urbano ajustado à margem direita da foz do Rio Itajaí-Açu, tomando o próprio rio como elemento gerador urbano (PLANO DIRETOR DE ITAJAÍ, 2006). Conforme dados do Plano Diretor de Itajaí (2006), o porto é o maior em desembarque de pescados do Brasil sendo considerado também o principal porto catarinense de exportação. Localizado à margem direita do rio Itajaí-Açú, a 3,2 km da barra, no Estado de Santa Catarina, o porto é servido pela malha rodoviária que faz ligação com Florianópolis, Região Sul do Estado e Rio Grande do Sul, e ao norte, comunica-se com Joinville, o Norte do Estado e Curitiba.

O Produto Interno Bruto - PIB é um indicador que aponta as riquezas geradas por um município, estado ou país ao longo de um ano. No que se refere ao PIB dos municípios de Santa Catarina a preço de mercado corrente, nos anos de 2000 e 2003 (em milhões de R\$), segundo dados da AMFRI (2007), foi observado que o PIB total do ano de 2003, dos Municípios da AMFRI, correspondem a 5,63% e 0,22% do PIB de Santa Catarina e do Brasil, respectivamente no período. O Município de Itajaí se destaca na formação do PIB estadual, por corresponder a 3% do total deste; e também por responder por mais de 53% do PIB da AMFRI (PLANO DIRETOR DE ITAJAÍ, 2006).

O comércio atacadista de combustíveis também aparece como um gênero de grande expressão. Com uma população absoluta de 147.494 habitantes, o município

apresenta parte da população de 141.950 habitantes (96,24%) vivendo na cidade e 5.544 habitantes (3,75%) no campo (Perfil de Itajaí 2006 - IBGE).

Mesmo com a dependência econômica que o município tem em relação ao porto, o mesmo passou por crises no setor pesqueiro que segundo Severino (1999, p.70), “[...] acabaram por redimensionar a economia local, cada vez mais próximo do turismo”.

[...] o potencial turístico de Itajaí era explorado como atividade periférica, sem muitas responsabilidades de concorrer com Balneário Camboriú ou outras tantas praias da redondeza. Constantemente discutia-se o que se tem feito pelo turismo na cidade. (SEVERINO 1999, p.71)

A cidade apresenta uma formação de várias etnias, onde a base dos moradores do início do século XIX era luso-açoriana (LENZI, 2002). É graças a esta mistura luso-açoriana com alemães, italianos, afro-descendentes, poloneses e outros que criaram o atual cenário cultural de Itajaí. O município também registra durante o século XX a chegada de angolanos, nordestinos, paulistas, gaúchos, paranaenses, catarinenses da região e, principalmente, do interior que formam um grande mosaico de influências culturais.

Graças ao grande número de manifestações da cultura popular trazidas por estas diversas etnias, o município também apresenta um grande número de manifestações na literatura, dança, teatro, artes plásticas e música, destacando o município de Itajaí como grande pólo cultural. Somado a estas práticas culturais encontramos em Itajaí uma produção cultural rica e variada em diferentes linguagens como literatura, artes plásticas, cinema, teatro e principalmente música.

Anualmente é realizado na cidade um dos maiores festivais de música do Brasil intitulado de Festival de Música de Itajaí que em 2007 apresentou-se em sua 10ª edição. Outros eventos e projetos culturais também são destaques no cenário nacional, como o Festival Nacional de Teatro, a Marejada, o Salão de Artes de Itajaí, entre outros, impulsionam o turismo e as práticas culturais no município.

Estas práticas culturais podem ser consideradas como patrimônio imaterial que, somado ao patrimônio material preservado do município, cria um ambiente propício para o desenvolvimento do turismo cultural.

[...] os bens materiais, que recebem o nome de Patrimônio Histórico-Cultural, destacam-se no município A casa Almeida & Voight, A Casa Burghard, A Casa Konder, A Casa da Cultura, a Casa Lins, a Fábrica de Tecidos Renaux, o Palácio Marcos Konder, o Hotel Brazil, o Mercado

Público, a Igreja Matriz do Santíssimo Sacramento, a Igreja Imaculada Conceição e outros (SEVERINO, 1999, p.161).

O conjunto arquitetônico de Itajaí, por si só, forma um interessante roteiro turístico histórico-cultural, pois algumas dessas construções abrigam importantes órgãos públicos abertos à visitação. Entre eles podemos citar a Casa de Cultura Dide Brandão, o Arquivo Histórico, a Fundação Cultural de Itajaí, a Biblioteca Pública e o Museu Histórico de Itajaí, entre outros. Existem situações em que as manifestações culturais tornam-se recursos para a complementação de atrativos para o turismo e, em outros casos, tornam-se o próprio atrativo (SEVERINO, 1999).

É valorizando a diversidade cultural, tanto material como imaterial, dos diversos grupos étnicos que fomentaram a herança cultural na região, somado a constante produção cultural potencializada pela Lei de Incentivo à Cultura de Itajaí, que a cidade pode apostar no segmento do turismo cultural para atrair um maior número de visitantes e trazer novas divisas ao município.

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 Turismo: conceito e histórico

O fenômeno turístico consolidou-se no século XX, após a Segunda Guerra Mundial, em decorrência da convergência de fatores como aumento da produtividade empresarial, o surgimento do período de férias (com a consolidação das leis trabalhistas), o desenvolvimento tecnológico, o surgimento dos meios de transporte de massa mais velozes, a formação de uma classe social remunerada e consumidora, etc. (RUSCHMANN, 1997). Dencker (2007, p.13) complementa “[...] o turismo faz parte da vida moderna, que se caracteriza pela alta mobilidade proporcionada aos seres humanos pelos avanços da tecnologia nos mais diversos setores”.

No Brasil, o setor de turismo encontrava-se inserido e/ou diluído em outras secretarias, tratado como um setor econômico periférico até a criação de um ministério específico para o segmento. Com o aumento dos estudos sobre este fenômeno e as divisas geradas, o turismo em nível nacional passou de secretaria a Ministério, funcionando a partir do dia 1º de janeiro de 2003, recebendo recursos financeiros e apoio à pesquisa para seu fomento. Outros países como a Espanha, serviram de exemplo por terem transformado o turismo em um dos principais setores de sua economia.

A atividade turística no Brasil, segundo dados do Ministério do Turismo (2007), ocupou a quinta posição na pauta de exportação em 2005, gerando um resultado de U\$ 3.861 bilhões no ingresso de divisas. Este número foi 19.83% acima do resultado do ano anterior que alcançou U\$ 3.222 bilhões. Já em 2006, o Brasil alcançou a receita cambial turística de US\$ 4.320 bilhões, superior em 11,78% ao ano de 2005.

O turismo está intrinsecamente relacionado com o lazer.

o lazer não é um produto secundário, mas prioritário da civilização contemporânea. Com a elevação da renda individual talvez o tempo livre venha a ser a perspectiva essencial para a maior parte da humanidade. O trabalho não mais será vivido como um fim, mas como um meio (DUMAZEDIER, 2001, p.269-270).

O lazer está ligado às necessidades do indivíduo que busca alternativas para desfrutar do espaço em que ele vive. Como consequência surge a indústria cultural, que foi criada com finalidade de sustentar uma economia em torno do ócio. Esse fato também evidencia o que foi estabelecido para os empregados como tempo livre, compreendido por lazer, deixando claro que o lazer foi pensado como uma das várias maneiras em que o trabalhador iria gastar o que foi acumulado com o seu trabalho (ADORNO, 2004).

Assim, o turismo passou a ser considerado como atividade pertencente ao terceiro setor das atividades de produtividade e destaca-se por criar novas divisas econômicas. O setor de serviços nos países industrializados foi o que obteve maior expansão nas últimas décadas, sendo um de seus maiores segmentos e mais diversificada o de viagens e turismo (THEOBALD, 2002).

Na contemporaneidade, o turismo é apontado como principal atividade econômica do novo século (MOESCH, 2002). Esta atividade mobiliza, atualmente, um contingente significativo da população e é uma atividade socioeconômica que tem gerado vários bens e serviços para a sociedade. O fenômeno traz consigo diversas necessidades, que vão do planejamento à implementação de ações relacionadas ao turismo tanto quanto para o turista. Ambos criam novas demandas que geralmente são entendidas como algo natural e não como produto de relações sociais que privilegiam o lucro.

É importante salientar que algumas atividades promovidas pelo turismo atentem para aspectos como a preservação do meio ambiente e o cunho cultural da atividade turística; formatando um turismo relacionado à busca e produção de novos conhecimentos que se contrapõe àquele turismo contemplativo que vigorava no passado e que ainda é explorado por regiões que apostam no turismo de “Sol e Praia”. Algumas práticas turísticas à beira-mar ou no campo podem reduzir ou destruir o ambiente em que acontece. Discussão sobre a exploração de um turismo organizado de forma sustentável pode ser encontrado em Ruschmann (1997).

Apostar no consumo não prejudicial do turismo através de outras formas de turismo, como o de cunho cultural faz com que o fenômeno traga incentivo e renda para proteger nosso patrimônio imaterial e material, e ajude a manter a cultura e a diversidade local.

No mundo ocidental, o patrimônio durante muito tempo, foi associado a coisas corpóreas. Com a expansão cronológica, tipológica e geográfica que o campo do

patrimônio sofreu após a segunda Guerra Mundial, é que processos e práticas culturais começaram lentamente, a ser vistos como bens patrimoniais em si, sem necessidade da mediação de objetos, isto é, sem que objetos fossem chamados a representá-los. O patrimônio em grande parte; é constituído de criações populares anônimas, não importando pela sua materialidade, mas pelo fato de serem expressões de conhecimento, práticas e processos culturais, em como um modo específico de relacionamento com o meio ambiente (ABREU; CHAGAS, 2003).

No Brasil,

[...] a idéia de que patrimônio não se compõe apenas de edifícios e obras de artes eruditas, estando também presente no produto da alma popular, se encontrava no projeto do poeta modernista Mario de Andrade que foi elaborado para o Serviço do Patrimônio Artístico Nacional, em 1936. Infelizmente o projeto que procurava valorizar o folclore, os sambaquis, os contos, lendas, medicina, culinário e etc. não foi aprovado naquela época e nem chegou a ser codificado em termos legais (ABREU; CHAGAS, 2003, p.51).

O Estado brasileiro tem uma longa tradição de zelar pelos bens edificados que compõem o patrimônio material. Esses bens, por serem vistos como depositários de uma memória que aponta para a identidade nacional, precisam ser defendidos pelos órgãos e conselhos responsáveis pelos tombamentos e manutenção destas edificações. Assim, faz-se necessário a criação de leis capazes de incentivar, identificar e proteger o patrimônio imaterial (ABREU; CHAGAS, 2003).

A legislação sobre patrimônio cultural é da década de 1930, quando o país passou por um processo de integração nacional, com o aprofundamento da construção da “brasilidade”. Após a proposta de Mario de Andrade, o então Ministro da Educação e Cultura, Gustavo Capanema, durante a gestão de Getúlio Vargas; optaram pelo patrimônio edificado, com o conseqüente tombamento de igrejas barrocas, casas-grandes e outras formas de pedra e cal. É a partir desta data que o patrimônio material ou edificado é considerado mais importante para esta gestão do que o patrimônio imaterial, o que provocou o deslocamento de verbas e da atenção de produtores culturais à criação de projetos e leis que privilegiaram o patrimônio material.

Foi só na Constituição Federal de 1988, em seu artigo 216, que se ampliou a definição de Patrimônio Cultural Brasileiro. Com um conceito mais abrangente abriu-se caminho para expressões da cultura popular, mas também para os “bens

imateriais”, que formam o patrimônio intangível. O Decreto 3.551, de 4 de agosto de 2000, também possui essa finalidade “Institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial, que constituem patrimônio cultural brasileiro, cria o Programa Nacional de Patrimônio Imaterial e dá outras providências” (ABREU; CHAGAS, 2003).

Inserido neste novo contexto o município de Itajaí conta a Lei de Incentivo à Cultura nº 3473, de 11 de janeiro de 2000, e vem desenvolvendo ações, através de projetos culturais, que incentivam o patrimônio imaterial e material da cidade formatando um produto cultural capaz de angariar novas divisas alicerçadas em um modelo dessa forma de turismo. Cabe a Fundação Cultural de Itajaí e a Secretaria de Turismo de Itajaí prospectar ações estratégicas que possam incentivar o turismo para a região e preservar a memória de fatos, pessoas ou idéias, por meio de construtos.

É importante ressaltar que o turismo, devido à sua complexidade enquanto campo de estudo e atuação, bem como sua multidisciplinaridade, necessita ser pensado e planejado, principalmente, pelo poder público que tem o dever de nortear os interesses diversos em torno de um só objetivo.

[...] o governo ainda detém a responsabilidade pela aceitação completa dos serviços do turismo que desenvolve, assim como a responsabilidade total, coletiva de assegurar que os benefícios auferidos do turismo, até mesmo os financeiros, sejam obtidos mediante a satisfação, em primeiro lugar, das necessidades sociais, culturais e ambientais (BENI, 2003, p. 83).

O poder público de Itajaí pode apropriar-se do turismo criando uma nova estrutura, formatando um novo modelo de turismo chamado de “Turismo Cultural”, onde os patrimônios materiais e imateriais formam um produto. Nesses parâmetros, ressalta-se novamente que este estudo tem como foco a produção cultural sustentada pela Lei Municipal de Incentivo a Cultura, analisando a gestão destes recursos por parte Fundação Cultural de Itajaí.

3. 2 Turismo cultural

Antes do século XX, as viagens eram empreendidas com o objetivo de comércio, guerra, governo, adoração, etc. e não apresentavam o caráter não instrumental e a busca do prazer, principal motivo das viagens na atualidade.

Algumas das primeiras viagens, no entanto, estavam associadas às artes. Na Grécia Antiga, festivais religiosos atraíram grande número de viajantes. Além do sacrifício e da oração, os festivais incluíam jogos atléticos nas oferendas feitas aos deuses (CASSON, 1974 *apud* HUGUES, 2006).

Viagens de cunho cultural são uma realidade muito antiga, não sendo um privilégio da sociedade atual. Membros do povo romano percorreram a Grécia com o intuito de se enriquecer culturalmente. Durante o século XVIII ocorreram as viagens chamadas de *Grand Tour*, realizadas pelos jovens da nobreza inglesa que viajavam pela Itália e Grécia com o objetivo de conhecer a história e a cultura da Antiguidade. No Brasil a atividade turística oficialmente aconteceu acerca de três décadas atrás, sendo o sol e o mar os principais motivos de deslocamento de turistas. O turismo cultural no Brasil é recente e percebe-se que há muito para se fazer (MOLETTA, 1998).

Das diversas tipologias em que o fenômeno do turismo se apresenta, o turismo cultural vem ganhando espaço graças à diversificada produção cultural brasileira. A OMT (1999) destaca o desenvolvimento deste segmento como uma das doze megatendências turísticas para o período entre 1995 e 2020.

Segundo estudo do Instituto de Pesquisa Aplicada (IPEA), a cada R\$ 1 milhão investidos em cultura geram-se 160 empregos. Na indústria, para gerar a mesma quantia de postos de trabalho são necessários R\$ 7 milhões em investimento (IPEA, 2006). O Cadastro Geral de Empresas do IBGE (2006) registra quase 270 mil empresas voltadas para o Setor de Cultura, representando 5,2% das empresas com existência formal. A cultura ocupa cerca de 1,43 milhões de trabalhadores, o que corresponde a 4% da mão de obra ativa do País. Se levarmos em consideração o setor informal este número aumenta para 3,7 milhões de pessoas.

É neste contexto que o poder estatal exerce papel vital no fortalecimento da economia da cultura, seja no planejamento das ações, na mediação dos interesses dos agentes econômicos e dos interesses da sociedade, no fomento direto, seja no levantamento do potencial, assim como na fiscalização das atividades.

Os benefícios da política cultural também se mostram através do turismo, criando efeitos na economia a partir de uma injeção de capital externo. As artes atraem turistas, direta e indiretamente, influenciando na imagem da localidade. O turismo é dependente de uma boa imagem e isso é ajudado por uma boa oferta de

artes. As atividades artísticas e culturais de um lugar afetam a imagem e a percepção daquele lugar por aqueles que estão fora dele.

Itajaí conta com uma lei específica de incentivo e fomento as produções culturais no município, oferecendo entretenimento cultural para seus residentes e visitantes, valorizando e resgatando a memória, a identidade e as manifestações culturais da sua comunidade criando uma imagem positiva para seus residentes e visitantes podendo aumentar o número de visitantes ao município.

Voasse (*apud* HUGUES, 2006) acredita que o turismo deveria estar em primeiro plano na gestão de políticas públicas, pois investimentos neste setor trariam números significativos de visitantes que ao encontrarem manifestações culturais na localidade criariam uma percepção positiva quanto à imagem da cidade. Como complemento a Voasse, Weunei (*apud* HUGUES, 2006) cita que as artes também melhoram o perfil de um lugar, o que leva indiretamente ao turismo. As artes influenciam a imagem e definem um lugar, que pode, por sua vez, atrair turistas.

Assim, as atividades culturais dentro da sociedade contemporânea ganham cada vez mais importância em estilos e qualidade de vida, o que reflete diretamente nas atividades econômicas em geral, ao gerar empregos e renda, produção e demanda, promovendo arrecadação de impostos e incremento do Produto Interno Bruto. Contudo, não deve ser analisada apenas como setor produtor de riquezas e sim pela singularidade de seu conteúdo simbólico, responsável pela formação das identidades dos indivíduos e dos povos.

As atividades turísticas que promovem as trocas culturais, pouco a pouco, estão sendo cada vez mais valorizadas pela sociedade, propiciando que o indivíduo valorize a sua cultura e a cultura do outro, fazendo do turismo cultural uma excelente ferramenta e modelo para atrair turistas para a região. Este segmento de turismo é que permite a aproximação entre o visitante e a cultura local, possibilitando desse modo também um aprendizado dos valores culturais do visitante com a população autóctone e vice-versa.

Pode-se dizer que o turismo cultural é baseado em três fatores que dão suporte para criação de um produto cultural turístico, são estes: o patrimônio material, o patrimônio imaterial e as políticas públicas preservacionistas. Quanto ao termo turismo cultural, este contempla várias atividades diferentes (embora relacionadas) como Turismo Cultural “universal”, Turismo Cultural “variado”, Turismo Cultural “limitado” e Turismo Cultural “setorizado”, conforme quadro abaixo:

Quadro 02: Definições das unidades em que o termo turismo cultural se divide

Tipologia	Características conceituais
Turismo Cultural “universal”	A própria palavra “cultura” tem significados distintos. Em sentido mais amplo, é “um complexo de valores, idéias e atitudes e outros símbolos importantes” que une as pessoas que confere caráter ao grupo, resultando em um modo de vida distinto, uma cultura diferente, como alemã, inglesa ou a mexicana (WILLIAMS, 1998 <i>apud</i> HUGUES, 2006). Neste sentido, grande parte do turismo internacional é “cultural”, porque envolve certa exposição a aspectos de outras culturas. Mesmo os turistas que não buscam, de modo deliberado, experimentar outras culturas serão expostos, até certo ponto, à cultura dos destinos. Seria ilusão classificar esse tipo de turismo como “turismo cultural”, já que não é realizado com propósito cultural.
Turismo Cultural “variado”	Turismo Cultural “variado”. Alguns turistas viajam com o propósito de experimentar uma cultura diferente, no sentido mais amplo possível, em um destino visitado: artes, artesanato, trabalho, religião, idioma, tradições, comida e vestuário. Essas viagens em geral são feitas a sociedade que não foram afetadas por valores comerciais ou da industrialização ocidentais e que podem representar um “estilo de vida em extinção” (WALLE, 1998 <i>apud</i> HUGUES, 2006). O autor usa o termo turismo cultural para se referir somente à cultura de “grupos étnicos e habitantes de regiões distantes”, que costumam viver em sociedades pequenas e permanecem relativamente intocadas pelos valores ocidentais.
Turismo Cultural “limitado”	Turismo Cultural “limitado”. “Turismo cultural” é um termo amplamente usado, porém, com sentido limitado, que inclui visitas cujo objetivo é apreciar as “atividades artísticas e intelectuais” de uma sociedade (WILLIAMS, 1988 <i>apud</i> HUGUES, 2006) em vez do modo de vida diferenciado de uma sociedade. Em geral isso se aplica apenas às atividades superiores de alguma forma e que são reflexo da “melhor” criatividade existente. Isso inclui visitas a: 1) edifícios e locais históricos; 2) museus e galeria de arte; 3) teatro.
Turismo Cultural “setorizado”	Turismo Cultural “setorizado”. Os componentes do turismo cultural identificados nos três itens anteriores podem ser separados de modo que visitas do tipo (a) e (b) podem ser classificados como turismo histórico ou de patrimônio, enquanto visitas do tipo (c) podem ser classificadas como turismo de artes, embora isso seja arbitrário; haverá elementos de “história” em (c) e de artes em (a) e, em particular, em (b). Boa parte do acervo das galerias de arte é composta obras de “grandes mestres”. (HUGUES, 2006, p.55-56).

Fonte: Adaptado de Hugues (2006)

Dos conceitos expostos por Hugues (2006), o presente trabalho pretende utilizar o de Turismo Limitado a fim de referendar o produto cultural incentivado pela Lei Municipal de Incentivo a Cultura de Itajaí, onde as artes performáticas podem criar uma demanda turística ou complementar a demanda já existente.

Segundo Hugues (2006, p.138) existe otimismo em relação ao turismo cultural especialmente porque ele é considerado como:

- Um mercado adicional: ele é “novo” e complementa (ou substitui) outras formas de turismo, uma vez que atende necessidades não satisfeitas pelo turismo sol e praia. A demanda para tal forma de turismo é grande e possui espaço para a criação de oportunidades para a exploração comercial.
- Um mercado em crescimento: não só existe a demanda como também a perspectiva de que o turismo ligado a cultura de maneira geral e às artes em particular continuará em expansão.
- Um mercado “de alto nível” que pode ser mais lucrativo que o mercado de pacotes com pequena margem de lucro para destinos massificados de sol e praia.

O desenvolvimento do turismo cultural em uma região é sustentado por recursos turísticos culturais criados ou disponibilizados para seus residentes e visitantes. Em 1992, a EMBRATUR elaborou pela primeira vez a definição de recurso turístico cultural e de turismo cultural. Como recurso turístico cultural, segundo Azevedo (2002) foi considerado o patrimônio cultural como aquele composto pela arte, folclore, artesanato, música, religião, crenças, usos e costumes. Já o turismo cultural é “aquele que se pratica para satisfazer o desejo de emoções artísticas e informação cultural, visando à visita a monumentos históricos, obras de arte, relíquias, antiguidades, concertos, musicais, museus, pinacotecas” (AZEVEDO, 2002, p.65).

Conforme Sartori (2004), em 1994 houveram três importantes ações voltadas ao fomento do turismo cultural

[...] a criação da Comissão Interministerial Permente para instauração e coordenação do Programa Nacional de Turismo Histórico-Cultural dos Fortes e Fortalezas (CINAFOR), por meio de um decreto, assim como o estabelecimento do Programa Nacional de Turismo Cultural, elaborada por um parceria do Ministério da Cultura e da EMBRATUR e o Programa Monumenta (SARTORI, 2004, p.42).

O Programa Nacional de Turismo Cultural

[...] foi elaborado pelo Ministério da Cultura e pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), apoiada pela Organização das Nações Unidas para Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) e pretende o resgate e a eficiente conservação sustentável e permanente do patrimônio histórico-cultural-monumental do país, restritos aos conjuntos patrimoniais urbanos, através da implementação de uma política (BENI, 2003, p.51).

Entre as atribuições do CINAFOR, Azevedo (2002, p. 65-66) destacou a de “[...] estimular o turismo cultural, integrando-o com outros segmentos do turismo, como forma de preservação e divulgação desse patrimônio”.

A oferta em turismo pode ser concebida como um conjunto de recursos naturais e culturais que, em sua essência, são matérias-primas da atividade turística porque, na realidade, são esses recursos que provocam a afluência dos turistas. A esse conjunto agregam-se as instalações e os serviços produzidos para dar consistência ao seu consumo, os quais compõem os elementos que integram a oferta no seu sentido amplo, em uma estrutura de mercado (BENI, 2006).

A oferta em turismo desperta uma necessidade do homem de deslocar para conhecer e vivenciar novos lugares e diferentes culturas, gerando um fluxo que deve ser suportado por uma infra-estrutura capaz de atender adequadamente as necessidades do turista.

A utilização do fenômeno do turismo é representada pela oferta turística, formada por recursos naturais e/ou culturais que, quando planejados, podem gerar um fluxo de visitantes interessados no produto turístico ofertado.

Moletta (1998) acrescenta que, quando o produto turístico cultural é planejado, o mesmo pode atrair um fluxo bom e contínuo de visitantes, trazendo investimentos para a região, bem como uma série de vantagens: preservação do patrimônio cultural, valorização da cultura e melhoria na infra-estrutura local, proporcionando uma melhor qualidade de vida aos seus moradores, bem como uma nova oportunidade de empregos na área cultural.

Quando o turista tem oportunidade de sentir a sensação de bem-estar, proporcionado pela contemplação de uma obra artística, ou a aquisição de um artesanato ou uma simples manifestação cultural proveniente do campo da música, dança, teatro, ou ainda a visita aos locais considerados patrimônio cultural, como edificações históricas, sítios arqueológicos e monumentos, este turista está potencializando sua capacidade de percepção, diferenciando-se daquele turista de massa. É o turista intelectual que prioriza a compreensão da cultura, através do turismo histórico, artístico e cultural. Este tipo de turista não depende da sua

situação sócio-econômica, mas sim de sua formação, de sua escolaridade e de seu histórico cultural (MOLETTA, 1998).

A valorização das culturas pela sociedade, segundo Camargo (2002), tem propiciado o reconhecimento das identidades locais e a respectiva divulgação de seus elementos culturais.

[...] o turismo cultural proporciona o acesso ao patrimônio cultural, ou seja, à história, à cultura e ao modo de viver de uma comunidade. Sendo assim o turismo cultural não busca somente o lazer, repouso e boa vida. Caracteriza, também, pela motivação do turista em conhecer regiões onde seu alicerce esta baseado na história de um determinado povo, nas suas tradições e manifestações culturais, históricas e religiosas (MOLETTA, 1998, p.9-10).

Complementando as reflexões de Moletta (1998)

[...] o turismo cultural cobre todos os aspectos através dos quais as pessoas apreendem sobre as formas de vida e pensamento umas das outras. O turismo, assim, é um importante meio para promover relações culturais e cooperação intercultural. Por outro lado, o desenvolvimento de fatores culturais dentro de uma nação é um meio de aprimorar os recursos para atrair visitantes. Em muitos países, o turismo pode ser vinculado a uma política de relações culturais. Ele é utilizado para promover não apenas o conhecimento e o entendimento, mas também uma imagem favorável de uma nação entre os estrangeiros no mercado turístico (GOELDNER; RITCHIE; MCINTOSH, 2002, p.191-192).

O reconhecimento dos valores culturais e do patrimônio cultural por uma sociedade, segundo Goulart e Santos (1998), constitui um valor indispensável e atualmente um grave problema ao desenvolvimento do turismo cultural, sendo que a sua reversão prescinde do despertar e da sensibilização da comunidade, por meio do estímulo a conscientização sobre sua identidade e sobre o potencial que esta pode vir a representar no fomento do turismo cultural.

Assim, como os efeitos de um sobre o outro, artes e turismo têm um efeito conjunto, que é o efeito do turismo de artes na regeneração urbana. Hugues (2006, p.180) cita que “a conexão entre artes e turismo é reforçada pelo fato que ambos são vistos como colaboradores da regeneração econômica”.

Na sua maioria, a literatura sobre turismo cultural tem se focado no patrimônio, dessa forma, os deslocamentos motivados pelas demais linguagens como artes plásticas, literatura, cinema, teatro, música e artesanato são pouco estudados e citados como atrativos turísticos capazes de angariar visitantes atraídos por estas temáticas. Sob tal aspecto, a presente dissertação tem como foco as artes

incentivadas pela Lei Municipal de Incentivo a Cultura de Itajaí como atrativo turístico cultural.

Acredita-se que o turismo ligado a espetáculos seja um mercado novo e em expansão, composto por consumidores de classe alta, com gastos elevados. O mercado do turismo está se tornando menos massificado e mais segmentado. Segundo Jansen-Verbeke (*apud* HUGUES, 2006) “turismo ligado a espetáculos é parte da diferenciação do produto, e se encaixa nesta segmentação, com novas demandas por turismo com mais significado”.

Se o que provoca o deslocamento das pessoas são suas necessidades e interesses, destaca-se que:

[...] quanto ao critério da motivação, aparece quase uma infinita variedade de possibilidades, que podem ser agrupadas em duas grandes divisões, o turismo motivado pela busca de atrativos naturais e o turismo motivado pela busca de atrativos culturais. Assim entende-se por turismo cultural todo o turismo em que o principal atrativo não seja a natureza, mas algum aspecto da cultura humana. Esse aspecto pode ser a história, o cotidiano, o artesanato ou qualquer outro dos inúmeros aspectos que o conceito da cultura abrange. (BARRETTO, 2000, p.19).

Pode-se relacionar como os principais elementos culturais que motivam os turistas a visitar determinadas regiões:

[...] artesanato; idioma; tradição; gastronomia; artes – cênicas e plásticas; música – erudita e popular; a história regional – inclusive as relíquias; os tipos de trabalho e as técnicas utilizadas; arquitetura – antiga ou moderna; as manifestações religiosas; sistemas educacionais; atividades de lazer (MATHIESON; WALL *apud* RUSCHMANN, 1997, p.51).

Quanto à atratividade dos produtos culturais:

[...] as artes performáticas e os aspectos de entretenimento são relativamente negligenciados, o que é uma pena, já que o entretenimento atinge número maior de turistas, e é visto por eles. Apesar da negligência, as questões originadas nas artes performáticas e no entretenimento podem ser tão significativas quanto as associadas ao patrimônio (HUGUES, 2006, p. 7).

Andrade (2002), afirma que o turismo cultural abrange “[...] atividades que se efetuam através de deslocamentos para satisfação de objetivos de encontro com emoções artísticas”.

Tais performances artísticas abordadas por Hugues (2006) poderiam ser consideradas no Brasil, como os espetáculos de música, dança e teatro, configurando eventos culturais. De acordo com o mesmo autor (2006, p.135) “muitos envolvidos no segmento do turismo vêem valor nas artes como forma de estimular turistas. As artes são consideradas atrações do destino”.

Segundo Hugues (2006), os turistas que decidiram viajar para assistir a uma performance artística foram motivados por:

- a) Essas performances não estão disponíveis em todos os lugares, concentram-se nas grandes cidades. Para acessá-las, é preciso viajar;
- b) Determinados artistas ou produções somente se apresentam em determinados locais. O turista que reside em uma cidade com grande oferta cultural, poderá, mesmo assim, não ter ao seu dispor certa produção;
- c) Deslocar-se a outras cidades pela escolha por produções ou teatros melhores ou ainda pela oportunidade de realizar outras atividades como comprar ou jantar fora.

Independente da tipologia de turista que a cidade deseja atrair, fica clara a necessidade de um planejamento atento aos produtos culturais locais e o desenvolvimento de estratégias para potencializar os mesmos.

De acordo com Richards (*apud* HUGUES, 2006, p.73) “o desenvolvimento de políticas de turismo cultural tem sido orientada pela oferta, pouca atenção é dispensada à motivação dos turistas”.

Mesmo assim, o turismo cultural ainda é pouco abordado e conhecido como produto capaz de gerar uma demanda turística pois o planejamento e a gestão dessa atividade ainda estão pouco amparados e estudados no Brasil. Barretto (2000), acredita que a busca dos elementos característicos e diferenciados de cada cultura aparece como uma necessidade de mercado. A cultura autóctone é a matéria-prima para a criação de um atrativo turístico comercializável e competitivo internacionalmente, criando um cenário favorável ao turismo e potencializando novas demandas.

Segundo Beni (1998), atrativo turístico ou recursos turísticos são elementos capazes de provocar deslocamento de pessoas, definindo recursos turístico-culturais como os produtos diretos das manifestações culturais. Não existe uma cultura

apenas – já que cultura pode ser entendida como conjunto de crenças, valores e técnicas para lidar com o meio ambiente, compartilhando entre os contemporâneos e transmitidos de geração a geração.

O gerenciamento dos produtos culturais incentivados se em sinergia com a uma proposta de turismo cultural vai criar um novo atrativo turístico capaz de angariar uma nova demanda de visitantes para a cidade.

3.3 O Cenário do Turismo no Brasil

O Brasil começou a pensar estrategicamente seus primeiros passos para a construção de uma Política Nacional de Turismo a partir do Decreto-lei nº 55, de 18 de novembro de 1966.

[...] foi a partir deste decreto-lei que é criada uma estrutura federal para a administração do turismo: EMBRATUR e CNTUR – Conselho Nacional de Turismo. Nesse decreto, em seu art.1º, é definida a Política Nacional de Turismo. (...), objetivos e atribuições dos operadores do setor no país. (...) Ambos estavam vinculados ao então Ministério da Agricultura e Comércio (BENI, 2003, p.23).

Este mesmo autor criou um sistema cronológico a fim de entendermos como foi se dando a organização das políticas voltadas ao turismo. Estas políticas podem ser sistematizadas a partir dos tópicos abaixo:

- **Década de 1980** – Processo de redemocratização do regime político ditatorial. Foi um período de transição, principalmente por conta da nova Constituição, aprovada em 1988, que propiciou um momento de ampla discussão nacional. Até o final dessa década acreditava-se que a melhor forma de organizar a política de turismo no Brasil seria por meio do estabelecimento de um colegiado do setor, o Sistema Nacional de turismo, composto pela EMBRATUR, CNTUR e Ministério da Indústria e Comércio (BENI, 2006, p.25).
- **Década de 1990** - Nesse período é criado o Plano Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), com o objetivo de melhorar o produto turístico brasileiro por meio da conscientização dos municípios, e de seus habitantes, sobre os benefícios econômicos que o turismo poderia aportar, bem como da descentralização das atividades de planejamento. (Beni, 2006 p.26). Também

neste período foram criados os programas de pólos turísticos, turismo interno, formação de recursos humanos, produtividade e qualidade no setor turístico, ecoturismo, Mercosul e marketing internacional. Cria-se o Ministério do Turismo (MinTur) e pela primeira vez o setor conta com uma pasta própria, além de estrutura e orçamento específicos, não mais dividindo com outros setores de atividades a condução dos interesses particulares do turismo em nível nacional (BENI, 2006, p. 27).

Cronologicamente, Beni (2006, p.27) segue seu raciocínio histórico, com a criação da Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, que elaborou a Política Nacional da área e desenvolveu seu instrumento de execução, além do Programa de Regionalização do Turismo, articulando organismos e instancias nacionais e regionais, promovendo a cooperação e a interação com os órgãos de administração federal, estadual e municipal.

Com a criação do CNTUR - Conselho Nacional de Turismo, a EMBRATUR passou a cuidar exclusivamente da promoção do país exterior e a centralizar a elaboração de estudos e pesquisas para orientar os processos de tomada de decisão, avaliando o impacto da atividade turística na economia nacional e formatando novos produtos e roteiros turísticos. Outros fóruns e programas foram dando sustentação para um melhor planejamento estratégico das ações do governo no território nacional (BENI, 2006).

O cenário consolida-se com a criação de outros programas que incentivam investimentos e estudos voltados à identificação, criação e planejamento de produtos turísticos capazes de atrair visitantes para o país, estado, cidade e região.

Entre as oportunidades de renovação de produtos turísticos atualmente comercializados, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (2003), aponta a identificação das possibilidades e do potencial da cultura enquanto atrativo turístico e de sua consideração como fator estratégico para o desenvolvimento social e econômico.

[...] os governos locais assumem, assim, um papel de coordenação e de liderança, mobilizando atores governamentais e não governamentais e procurando estabelecer um processo de “concertação” de diversos interesses e de diferentes recursos em torno de objetivos comuns. Através dos novos arranjos institucionais assim constituídos, tende a crescer, a perspectiva de sustentabilidade de políticas públicas que, de outra forma,

poderiam sofrer a solução de continuidade a cada mudança de governo. O enraizamento das políticas em um espaço público que transcende a esfera estatal reforçando a possibilidade de políticas de longo prazo, com repercussão sobre a eficiência e a efetividade das políticas implantadas (FARAH, 2003, p. 142).

Mesmo tendo potencial para o desenvolvimento do turismo cultural, o poder público negligência um planejamento estratégico em espaços e manifestações destinadas ao turismo cultural. As políticas públicas que trabalham para o fortalecimento e a manutenção do patrimônio deveriam definir estratégias abordadas junto ao planejamento turístico, como forma de apoiar as culturas locais e evidenciar a oferta do destino.

O Brasil, por sua vez, vive um momento singular, visto que aumenta cada vez mais a demanda por turistas interessados, não apenas em conhecer novos destinos, mas vivenciar experiências distintas e originais. O potencial e a diversidade cultural brasileiras propiciam um cenário ideal para investimentos no segmento de turismo cultural para atrair e manter uma nova demanda turística para o país.

3.4 O cenário do turismo em Itajaí - SC

Itajaí localiza-se em uma região litorânea e tem como principal vizinho o Município de Balneário Camboriú que, segundo dados da SANTUR (2006), foi o destino que recebeu o maior número de turistas do estado. Com as atenções da mídia voltadas para o vizinho, que investe pesado no marketing do destino, é que Itajaí deve se posicionar para receber uma boa fatia das divisas oriundas dos processos do turismo.

Balneário Camboriú aposta no modelo de “Sol e Praia” como principal elemento formador do produto turístico local. Itajaí também acredita no sucesso deste modelo apesar dos investimentos tímidos para se colocar no exigente mercado do turismo de “Sol e Praia”.

Sedimentar um turismo cultural calcado na produção local incentivada, pode ser uma estratégia para o município que, com um produto diferenciado ao oferecido pelo município de Balneário Camboriú, cria um novo cenário turístico para que Itajaí ganhe fôlego na tentativa angariar visitantes.

Os números deixam claro o distanciamento entre cidades tão próximas geograficamente quanto às divisas geradas pelo turismo. Balneário Camboriú recebeu no ano de 2006 670.465 turistas nacionais e 102.419 estrangeiros que

gastaram U\$ 208.929.375,55. A ocupação na rede hoteleira foi de 84,5% e a permanência média de 7,5 dias. Enquanto isso, no mesmo período, Itajaí recebeu 89.644 turistas nacionais e 1.578 estrangeiros que gastaram U\$ 18.134.741,41 tendo uma ocupação na rede hoteleira de 56.70% e permanência média de 2,7 dias. (SECRETARIA DE TURISMO DE BALNEÁRIO CAMBORIÚ, 2008).

Com o objetivo de complementar os produtos já explorados e ofertados pela cidade vizinha, as artes podem ser consideradas mercadorias de apoio em razão de sua capacidade de atrair turistas, de criar postos de trabalho e de ajudar na balança de pagamentos. No tocante as áreas turísticas e, em especial, às cidades litorâneas, os governos locais estão dispostos a apoiar as artes como uma forma de “investimento”.

As linguagens culturais de teatro, música, cinema, literatura e artes plásticas criam novas opções de entretenimento, cumprindo seu papel no que diz respeito à atração de turistas. Portanto, é importante que estejam disponíveis para os mesmos. O argumento é de que o aumento do fluxo de turista gera renda em toda cidade, o que faz com que os custos do governo local tenham retorno (HUGUES, 2006).

o turismo pode se beneficiar de um aspecto das relações públicas. A contribuição para a sobrevivência das artes pode se usada para apoiar o turismo e neutralizar qualquer publicidade negativa, como aquela associada aos piores excessos do turismo de massa e aos impactos ambientais (HUGUES, 2006, p.173).

O turismo cultural traz em seu bojo características distintas das de outros segmentos do turismo que deixam heranças negativas como as do turismo massivo de “Sol e Praia”, que comprometem as relações com o meio ambiente físico, natural e social. Já o turismo cultural é marcado por características comportamentais do turista, responsável por esse segmento, que proporcionam melhores resultados tanto para os ambientes físicos, naturais e sociais.

Ao despontar como megatendência, segundo Organização Mundial de Turismo (2003), as dinâmicas culturais formadas pelas suas diversas linguagens são capazes de remodelar as práticas sociais ao criarem novas opções de entretenimento. Assim, as artes e o patrimônio cultural de um destino podem receber um olhar estratégico de seus gestores, a fim de vislumbrar o desenvolvimento de programações de cunho cultural identificadas com as características de sua comunidade. Oportunizar aos visitantes a possibilidade de vivenciar a produção

cultural local é um atrativo diferenciado e uma importante ferramenta de marketing turístico. Segundo Zeppel e Hall (1992, p.49), “[...] no século XX, cada vez mais pessoas têm participado das formas de turismo cultural, cujas bases são as artes e o patrimônio”.

A escolha das artes performáticas reflete os fatos de que os estudos sobre o assunto enfatizam os elementos do patrimônio e de que já existe volume considerável de trabalhos que examinam a relação turismo-patrimônio.

3.5 O poder público e o planejamento do turismo

A política é um curso de ação calculado para alcançar objetivos, ou seja, direções gerais para o planejamento e a gestão do turismo baseadas em necessidades, identificadas dentro de restrições de mercado e de recursos. Políticas são orientações específicas para a gestão diária do turismo, abrangendo os muitos aspectos operacionais da atividade. Numa abordagem bem simplista, elas procuram maximizar os benefícios e minimizar possíveis efeitos adversos e, como tal, fazem parte do desenvolvimento planejado de uma região ou país, em que é necessário criar, desenvolver, conservar e proteger recursos turísticos (BENI, 2006).

Sendo a política uma gama de considerações que devem ser pensadas e discutidas sobre diversos prismas, cabe ao poder público reunir as melhores estratégias objetivando metas que podem ser alcançadas através de um planejamento público que potencialize os recursos disponíveis a cada gestão.

Já planejamento público

[...] pode ser definido como um processo racionalizador e indispensável, realizado pela administração pública para organizar e coordenar os recursos disponíveis, com vistas a conquistar o bem estar e a satisfação das necessidades dos cidadãos e o progresso da coletividade. É através desse processo racionalizador que o estado prevê, promove e orienta instrumentalmente o melhoramento cultural, político, econômico e social ao qual tende o desenvolvimento integral dos povos (ACERENZA, 2002, p.154).

Sob a ótica do setor público, Beni (2001; 2003, p.110) infere que o processo de planejamento do turismo “[...] estabelece objetivos, define linhas de ação e planos detalhados para atingi-los, e determina os recursos necessários à sua consecução”. O autor acrescenta que o ato de planejar significa raciocinar sobre as questões específicas do fenômeno turístico (alicerces desta atividade), as formas como este

atingirá o lugar que a administração pública deseja e como minimizar os efeitos negativos, maximizado os positivos, por exemplo, aproveitando vantagens previstas.

Cabe ao poder público criar estratégias e planejar ações objetivando angariar novas divisas com o fenômeno do turismo. É através de uma política consistente de turismo que permitirá uma leitura sustentável deste fenômeno.

A política pública de turismo pode ser entendida como:

[...] o conjunto de fatores condicionantes e de diretrizes básicas que expressam os caminhos para atingir os objetivos globais para o turismo do país; determinam as prioridades da ação executiva, supletiva ou assistencial do Estado, facilitam o planejamento das empresas do setor quanto aos empreendimentos e às atividades mais suscetíveis de receber apoio estatal. Ela deverá nortear-se por três grandes condicionamentos – o cultural, o social e o econômico – por mais simples ou ambiciosos que sejam as áreas geográficas em que devam ocorrer; quaisquer que sejam suas motivações principais ou os setores econômicos aos quais possam interessar [...]. A política pode ser definida com um curso de ação calculado para alcançar objetivos (BENI, 2003, p.101-109).

O caminho referido por Beni (2003) expressa a necessidade de uma direção para a definição das estratégias e os instrumentos que serão usados para sua implementação. Hall (2001) complementa que a função de planejamento constitui um processo contínuo, dinâmico e permanente, voltado para o futuro, que se desenvolve de forma seqüencial e simultaneamente ao processo de formulação e implementação da política pública, representando uma parte do amplo processo de planejamento – decisão – ação.

De acordo com Salvati (2004), é o setor público, ou seja, o Estado, que tem a prerrogativa de impor políticas orientadas ao planejamento e gestão das diferentes atividades e setores econômicos, inclusive o turismo, nas diversas instâncias de governo (nacional, estadual e/ou municipal). Contudo, salienta-se que as políticas precisam ser definidas conjuntamente pelo setor público, pelas ONG's, pela iniciativa privada, pelas entidades de classe, pela sociedade civil etc., pois, além de cada um desses grupos de atores sociais possuírem papéis específicos a serem desempenhados na sociedade, estes são indispensáveis à implementação das políticas e à sensibilização de todos, para que haja respeito em relação aos instrumentos políticos (Medidas Provisórias, Legislações, Decretos Legislativos) promulgados ou deliberados.

As políticas de turismo estão intimamente relacionadas com os valores culturais e ideológicos, ambiente político, as estruturas institucionais e refletem as tendências e preocupações do momento de sua elaboração (HALL, 2001).

A gestão da cultural no País ainda não detém, junto às administrações municipais, a centralidade desejada. São poucas ainda as prefeituras que possuem secretarias municipais exclusivas (4,2%), ou fundações (2,6%) que se dedicam estritamente ao setor. Predomina no País a gestão cultural conjunta com outros temas (72,0%), como a educação, o esporte e o turismo. Quando a cultura tem a sua gestão através de secretaria exclusiva ou de fundações, o que acontece com maior incidência nos municípios mais populosos e regiões mais desenvolvidas, observa-se a maior utilização de recursos específicos, como a realização de despesas na função, a existência de legislação específica para a cultura, Fundo Municipal e Conselho Municipal (MUNIC, 2006).

O enfoque nos processos de produção cultural, através de incentivos fiscais, dados pelo poder de Itajaí, permite com que o município crie um cenário promissor para implementar uma política voltada para o turismo cultural.

Segundo estudo do Suplemento de Cultura da Pesquisa de Informações Básicas Municipais (2006), foram feitas 3 categorias de análise das vertentes que as Leis de Incentivo a Cultura abordam, sendo a primeira categoria chamada de “apoio à produção, difusão e circulação da produção cultural”, com uma nítida ênfase no patrimônio cultural local: onde a “Manutenção de calendário de festas tradicionais populares” aparece com 49,4% de citações e somada às seguintes, “Resgate das tradições culturais” (43,5%), “Apoio a grupos étnicos” (19,2%), “Incentivo à formação e manutenção de grupos tradicionais” (32,2%), “Promoção de feiras e mostras da produção artística e de artesanato local” (41,7%), “Promoção de festivais, concursos, encontros de grupos culturais” (39,8%), “Divulgação da produção cultural local” (34,8%) e “Estímulo à circulação da produção cultural” (20,3%), configuram um painel de ações em torno das tradições e da produção cultural local. Embora em pequena porcentagem, é significativo o investimento em “Formação de guias e roteiros para o turismo cultural” (9,2%), nova configuração que vem sendo dada ao turismo, agregando-o a valores culturais e ambientais (MUNIC, 2006).

Stewart (1998) e Stiglitz (2003) constataram que a cultura representa atualmente um dos setores de mais rápido crescimento nas economias pós-

industriais, posição alcançada pela valorização da informação e do capital intelectual.

O planejamento de um turismo calcado na produção cultural do município, além de promover a diversidade cultural e a manutenção de suas características, cria um diferencial nos produtos oferecidos no mercado turístico atual, originando uma imagem positiva da região para seus visitantes. O uso da produção cultural como estratégia pode ser um importante aliado do poder público para atrair e manter uma nova demanda turística para o município ou uma demanda turística complementar a já existente na região.

A estratégia para as regiões, nesses parâmetros, poderia:

[...] ofertar produtos turísticos que, além dos destinos de sol e praia, incluam produtos diferenciais, como o ecoturismo, o turismo rural, o turismo cultural e outros. Esta oferta do produto turístico diferencial tem por objetivo principal viabilizar o aumento do fluxo regional, aumentar a taxa de permanência e os gastos dos turistas, atrair novos investimentos privados em infra-estrutura e, mais do que isso, através do incremento do turismo regional, pretende-se contribuir para a melhoria da qualidade de vida das pessoas que vivem nesta região (SILVEIRA, 2002, p.49-50).

Conforme a necessidade de cada local e respeitando os atores envolvidos, a política de turismo deve focar seu planejamento de forma harmoniosa controlando e fiscalizando as ações implementadas, ao mesmo tempo em que necessita serem observadas algumas recomendações:

- Atuar no nível macro e no longo prazo;
- Reconhecer a natureza intelectual do processo de formulação de políticas;
- Estimular a criatividade organizada;
- Permitir e facilitar um processo social dinâmico e contínuo;
- Romper as barreiras tradicionais entre segmentos do setor turístico;
- Relacionar políticas do subsistema turístico com aquelas do sistema sócio econômico;
- Reconhecer os papéis que a concorrência e a cooperação cumprem na destinação (GOLDNER; RITCHIE; MCINTOSH, 2002, p.299).

Tais considerações norteiam o planejamento e o delineamento das estratégias do poder público para a política de turismo que, quando associada a indicadores pré-estabelecidos pelo poder público, permitem o monitoramento dos instrumentos utilizados e sua eficácia. A falta destes indicadores pode onerar os cofres públicos e causar graves seqüelas na comunidade receptora.

Estes instrumentos podem ser divididos em quatro partes:

- De encorajamento - produzido através de ações que promovem a educação, disponibilizando a informação tanto para a comunidade local, quanto para os investidores e para os próprios turistas. Algumas vezes, utiliza-se do efeito demonstração, quando o poder público deixa claro seu comprometimento com o desenvolvimento da atividade turística;
- De incentivos financeiros – refere-se ao estímulo de novos investimentos e, também, à promoção do desenvolvimento e da competitividade da destinação;
- De investimentos públicos – referem-se às ações de criação de infraestrutura básica, principalmente, de acesso e, em alguns casos, até de infraestrutura turística;
- De regulamentação – referem-se ao estabelecimento de regras, com punições ou estímulos para que a operação do setor se desenvolva de forma aceitável (BRAMWELL, 2001, p.378).

Quando se fala em incentivos, encontramos em Wanhil *apud* Jenkins (1998), a análise das vantagens e desvantagens de sua utilização e destacam resumidamente os principais instrumentos de pesquisa:

- **Incentivos financeiros:** objetiva melhorar os retornos de capital, assegurando que o potencial de mercado, atrativo aos promotores e investidores, possa transformar-se em projetos financeiros fortes. Os governos tentam fazer isso fomentando bancos de investimento, arranjando facilidades de crédito especial, ou constituindo corporações de desenvolvimento de turismo. Em países menos desenvolvidos, o financiamento pode ser obtido, em termos favoráveis, de bancos e agências de ajuda internacionais.
- **Redução nos custos de capital:** pode incluir subvenção de capital, empréstimos com baixa taxa de juros, envolvimento do setor públicos em investimentos comerciais, suprimento de infra-estrutura, concessão de terra, isenção de tarifas sobre materiais de construção;
- **Redução nos custos operacionais:** isenções diretas ou indiretas de taxas;
- **Proteção do investimento:** oferece garantias contra a nacionalização, disponibiliza equipes treinadas e assistência técnica, possibilita a repatriação do capital investido, lucros dividendos, juros e fornece permissões de trabalho afim de conquistar a segurança do investidor.

Pelo incentivo financeiro citado nas linhas acima que destacamos a Lei de Incentivo à Cultura Municipal, responsável pelo investimento de R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais) no fomento da produção cultural local e suas diversas

linguagens. Assim, os produtos culturais incentivados podem angariar turistas para o município criando um diferencial no mercado turístico em relação ao modelo “sol e praia” explorado na região.

Dessa forma, o governo quase sempre estará diretamente envolvido com a oferta ou financiamento das artes e do entretenimento. As artes podem ser consideradas como uma força especial do destino em termos de turismo potencial (como em muitas cidades). Em outros casos, como nas cidades turísticas litorâneas, podem ser consideradas como um complemento necessário para outros pontos fortes (HUGUES, 2006).

Em Itajaí, a grande oferta de produtos de cunho cultural (patrimônio imaterial), bem como a infra-estrutura e os serviços prestados para atender esta demanda, podem alavancar o segmento de turismo cultural no município. Estes, somados ao patrimônio material e aos recursos captados pela Fundação Cultural de Itajaí, Fundação de Turismo de Itajaí e Fundação Genésio Miranda Lins (que em 2007 captaram mais de 7 milhões), formatam um produto turístico diferenciado ao explorado no litoral norte catarinense. Este diferencial é potencializado pelas Leis de Incentivo a Cultura de Itajaí que permitem o financiamento das diversas linguagens culturais desenvolvidas na cidade.

3.6 As Leis de Incentivo à Cultura

A primeira vez em que se estabeleceram diretrizes para a área da cultura foi durante o governo Geisel, com o Plano Nacional de Cultura, finalizado e implantado pelo então Ministro de Educação Ney Braga. A distribuição do apoio financeiro aconteceu sem planos de fomento, em longo prazo, ou mesmo sem a definição de critérios objetivos e transparentes do grupo e da atividade que deveriam ser beneficiados. Como resultado, tivemos uma política que se pulverizou em uma série de ações distintas e isoladas, originadas pela pressão de seus “clientes” e com vida perene, já que não se relacionavam como ação, entre si, nem sequer mantinham um vínculo de critérios com o Estado (HUGUES, 2006).

Nas décadas de 1970 e 1980 a cultura fazia parte do Ministério da Educação. Nem todos os órgãos culturais estavam vinculados à Secretaria de Cultura e o orçamento destinado à área era bastante restrito. Não existiam definições e diretrizes das formas e dos limites de intervenção do Estado na cultura do país. Em

1985 foi criado o Ministério da Cultura, tendo como primeiro titular o Ministro José Aparecido de Oliveira que, embora tenha sido um dos grandes articuladores de sua criação, abandonou o cargo após três meses para assumir o governo do Distrito Federal. O desprestígio do novo Ministério tornou-se mais evidente com a dificuldade do preenchimento do cargo e com a sucessão de cinco Ministros em quatro anos. Na verdade, de 1985 a 1993 foram nomeados nove ministros para o cargo, correspondendo a um ministro por ano (HUGUES, 2006).

De acordo com o mesmo autor, em março de 1990, o então Presidente Fernando Collor de Melo extinguiu todas as instituições culturais vinculadas ao Governo Federal e transformou o Ministério da Cultura em Secretaria diretamente vinculada à Presidência da República, situação que foi revertida ainda em seu governo, no final de 1992.

Nos anos de 1990, com a criação das leis de incentivo fiscal à cultura, o Estado iniciou um modelo de política cultural que pretende a parceria com a empresa privada para viabilização dos projetos culturais e que reduz a participação do Estado no fomento. O Estado brasileiro passou a atuar apenas como facilitador (HUGUES, 2006).

Através da Lei Rouanet, que implantou duas modalidades de financiamento da cultura – mecenato e Fundo Nacional de Cultura (FNC) - foi estabelecida uma política cultural com gestão da distribuição das verbas, repassando à iniciativa particular a escolha dos projetos que serão viabilizados pelo mecenato.

As leis de incentivo tanto em nível federal e estadual servem para que, através da renúncia fiscal, pessoas físicas, pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos, de natureza cultural ou entidades públicas da Administração indireta, como Fundações, Autarquias e Institutos, desde que de natureza cultural, possam vir a beneficiar seus projetos culturais, estabelecidos dentro dos segmentos que a lei oferece, tais como: artes cênicas; livros de valor artístico, literário ou humanístico; música erudita ou instrumental; circulação de exposições de artes visuais; doações de acervo para bibliotecas públicas e cinematecas, bem como treinamento de pessoal e aquisição de equipamentos para a manutenção desses acervos; produção de obras cinematográficas e videográficas de curtas e média metragem e preservação e difusão do acervo audiovisual, ou de preservação cultural material e imaterial (HUGUES, 2006).

O uso de incentivos fiscais voltados à cultura é prática comum em vários países. Nos Estados Unidos, desde 1936, as empresas beneficiam-se de deduções fiscais de verbas destinadas a organizações sem fins lucrativos (inclusive culturais). Segundo dados do *National Endowment for the Arts*, ao longo dos anos 1990, cerca de 47% das empresas do país foram ressarcidas em 28 a 40 centavos por dólar (REIS, 2007).

As estatísticas mostram que existem cerca de 290 mil empresas culturais no Brasil, responsáveis por uma massa salarial de R\$ 17,8 bilhões e que os empregados da área cultural no país recebem, em média, 5,1 salários mínimos, enquanto a média dos demais setores corresponde a 3 salários (MUNIC, 2006).

Em termos de abrangência e visibilidade, porém, é inegável a supremacia das duas leis federais de incentivo à cultura. A Lei do Audiovisual, como o próprio nome indica, é voltada especificamente ao fomento da atividade audiovisual. Mais abrangente, a Lei Rouanet, criada em 1991, destina-se a pessoas físicas e jurídicas que desejem apoiar projetos culturais por meio de mecenato, doações ao Fundo Nacional de Cultura (FNC) ou ações de patrocínio. Os limites de dedução e os percentuais de abatimento variam entre pessoas físicas e jurídicas para a aplicação em alguns setores culturais, mas equiparam-se (com abatimento de até 100%) no caso de outros.

Após a implantação de leis e incentivos federais, estaduais e municipais, estes mecanismos basearam-se na “[...] regra de parceria, na qual as empresas e o mercado desempenham um papel crescente” (WEFFORT, 1996). Tais leis concedem isenção de impostos como o Imposto Predial Urbano (IPTU), Imposto sobre Serviços (ISS) ou Imposto de Renda a produtores e a instituições que investirem e proporem projetos culturais, descontos estes que propiciam renúncia fiscal autorizada pelo governo.

Um dos principais objetivos destas leis é minimizar os impactos sobre as culturas dos povos que sofrem com a mercantilização de sua produção cultural agravada pelos efeitos da globalização. De acordo com Barretto (2000), estas leis acabam não permitindo que as manifestações culturais sejam manipuladas de acordo com os interesses da lógica de mercado e descartadas quando não mais houver interesse econômico por determinada destinação, protegendo e mantendo a tradição cultural de um povo.

Desta forma as leis são um meio facilitador e motivador aos investimentos em ações culturais, entre o proponente, as leis, seu público e, principalmente, a cultura local. O governo brasileiro vem aumentando gradativamente os benefícios da Lei Rouanet, desde seu surgimento, para as empresas investidoras, podendo o desconto chegar até 100% do investido.

No intuito de facilitar o financiamento e o crescimento do setor cultural, o governo federal criou um sistema financeiro da cultura, baseando-se no aprimoramento destas leis potencializando o marketing cultural nas empresas. Assim se insere o município de Itajaí que conta com mecanismos de discussão e incentivo às atividades culturais como poucas cidades do país, tornando-se referência no que tange as suas políticas públicas para a cultura.

3.7 Lei de Incentivo Federal (Lei Rouanet)

A Lei nº 7.505, de 02 de julho de 1986, popularmente conhecida como Lei Sarney, pois sua promulgação se deu no governo do Presidente José Sarney, foi criada com a intenção de disponibilizar mais verbas para custeio das produções culturais, permitindo que o próprio mercado realizasse a escolha da atividade cultural que seria patrocinada. Ela previa a concessão de benefícios fiscais federais para as empresas que investissem em cultura, numa modalidade que foi denominada mecenato.

A Lei Sarney vigorou pelo período de 1986 a 1990, tendo sido revogada quando da posse do governo Collor (março de 1990) juntamente com todos os demais incentivos fiscais federais existentes.

As Leis de Incentivo à Cultura, tanto federal, estadual e municipal, servem para que, pessoas físicas ou jurídicas, com ou sem fins lucrativos de natureza cultural, ou entidades públicas de natureza indireta, possam vir beneficiar seus projetos culturais, estabelecidos dentro dos segmentos que a lei oferece (citados na página 50). Assim as leis agem como facilitadores e motivadores de investimentos em cultura por parte do setor público e privado.

A Lei Rouanet, tem esse nome graças ao Ministro Rouanet que norteou as ações reeditaram a antiga Lei Sarney de incentivo a cultura, a mesma está em vigor há 11 anos, quando em 23 de dezembro de 1991 foi reeditada.

A Lei Rouanet foi inspirada na Lei Mendonça, lei de incentivo fiscal da cidade de São Paulo, que deu início ao modelo de concessão de incentivos à cultura da forma em vigor em diversos municípios e Estados do Brasil.

A Lei Rouanet instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), o qual implementou a concessão de incentivo fiscal a contribuintes de Imposto de Renda que custeiam projetos culturais, através do patrocínio ou doação (mecenato), bem como criou o Fundo Nacional de Cultura (FNC) que disponibiliza verba governamental diretamente para os beneficiários.

Ademais, a análise pode ser ampla considerando que a Lei Rouanet é composta não só do incentivo fiscal, que pretende a captação de recursos privados para a cultura, mas também pelo FNC, gerido diretamente pelo Ministério da Cultura e que pode, idealmente, estabelecer critérios diversos da lógica de mercado do mecenato para distribuição de recursos.

Os investimentos em cultura, potencializados por leis, proporcionam às pessoas uma percepção mais apurada em relação à imagem da localidade, estimulando estes aspectos culturais dentro de uma localidade como meio de fomentar recursos para atrair visitantes. O poder público, ao investir em cultura através destas leis, faz com que os promotores e agentes culturais dialoguem com a iniciativa privada em prol da manutenção das heranças culturais brasileiras.

As leis de incentivo à cultura têm como objetivo captar e canalizar recursos para o setor cultural, incentivando as atividades culturais, facultando as pessoas físicas ou jurídicas a opção de aplicação de parcelas do imposto de renda, à título de doação ou patrocínios, implementando-se através do Fundo Nacional da Cultura (FNC) e do incentivo de projetos culturais, conhecida como Lei do Mecenato, Lei Rouanet ou Lei do Audiovisual, permitindo que os projetos culturais, depois que aprovados pelo Ministério da Cultura, recebam a concessão destes incentivos.

As discussões relativas às leis de incentivo a cultura geraram um debate benéfico acerca da complementaridade dos papéis do Estado, do setor privado e do terceiro setor – conduzindo, em última instância, à conclusão de que quanto mais unidos esses parceiros estiverem, maiores serão os benefícios para cada um deles e para a produção cultural no país (REIS, 2007).

Costa (2004) cita a Lei Rouanet e as possibilidades de envolvimento na produção cultural: o mecenato, a doação e o patrocínio ao afirmar que o mecenato se desenvolve a partir do estímulo de incentivadores da cultura e da arte. A doação

não possui fins lucrativos, mas tem como contrapartida um retorno promocional ao investidor.

Entretanto, se a parte financeira fica a cargo do governo, a definição dos projetos financiados fica a cargo das empresas. Este fato torna-se crítico na medida em que, após a ampliação dos benefícios das leis, a maior parte do orçamento federal da cultura passou a ser representada pelos valores captados pelas leis de incentivo.

Segundo relatórios do MinC - Ministério da Cultura, entre os anos 1996 a 2001, os recursos da renúncia fiscal nunca estiveram abaixo de 55% do orçamento total anual. Em 1998, estes recursos chegaram a representar 73% do dinheiro federal empregado na área. Isto significa que o destino de 73% do orçamento da cultura foi definido pelos departamentos de marketing de empresas privadas. Assim, o próprio Estado entrega recursos públicos ao mercado para que ele priorize o que fazer, subordinando-os à lógica das vantagens empresariais. Se o alvo é dar autonomia para as produções culturais ao aproximá-las do mercado, este objetivo foi atingido, mas à custa da privatização da política pública, sentido inverso do que seria a democratização da cultura (REIS, 2007).

O investimento nas atividades culturais dentro da sociedade contemporânea ganha cada vez mais importância em estilos e qualidade de vida, o que reflete diretamente nas atividades econômicas em geral, ao gerar empregos e renda, produção e demanda, promovendo arrecadação de impostos e incremento do Produto interno bruto. Diversos autores tratam da importância da cultura não só como um setor produtor de riqueza material, mas também pela singularidade de seu conteúdo simbólico, responsável pela formação das identidades dos indivíduos e dos povos (REIS, 2007).

Assim, os produtos formatados por estas leis criam novas opções de entretenimento baseado nas heranças e tradições do povo brasileiro, bem como financia novas pesquisas nas diversas linguagens que a cultura e o edital contemplam.

3.8 Lei Municipal de Incentivo a Cultura de Itajaí

Criada em 2000, passando por modificações em 2005 e, principalmente, em 2007, esta lei tem como objetivo incentivar a produção e divulgação de produtos

culturais do município, através de transferência fiscal. As áreas e/ou linguagens que podem ser beneficiadas são: música, dança, teatro, circo, audiovisual, artes visuais, literatura, patrimônio material e imaterial, museus, bibliotecas, centros culturais e arte popular. No ano de 2006 e 2007 foram liberados R\$ 800.000,00 para captação em empresas do município que contribuem com o ISSQN.

Os projetos que pretendem receber incentivo fiscal para seu financiamento passam pelo crivo da Comissão Itajaiense de Avaliação de Projetos Culturais (CITAC) que aprova, controla e fiscaliza a execução dos projetos aprovados para receber o incentivo. Os membros do CITAC são escolhidos por votação, onde a classe artística de Itajaí elege seus representantes que, junto a membros do governo formaram a CITAC. Foi através da Lei Nº 4256, de 07 de março, de 2005 que o CITAC passou de órgão consultivo a deliberativo marcando uma nova fase no processo de incentivo a cultura.

Segundo o artigo 3º da Lei Nº 4256, de 07 de março, de 2005, o Conselho Municipal de Cultura é composto de 16 (dezesesseis) membros, e seus respectivos suplentes, dentre nomes apresentados em lista única ao Prefeito Municipal, sendo:

- I - 01 (um) representante da Superintendência da Fundação Cultural de Itajaí;
- II - 01 (um) representante do Conselho Municipal de Patrimônio Cultural;
- III - 01 (um) representante da Secretaria Municipal de Educação;
- IV - 01 (um) representante da Academia Itajaiense de Letras;
- V - 01 (um) representante da Associação de Companhias Teatrais;
- VI - 01 (um) representante da Associação de Artistas Plásticos;
- VII - 01 (um) representante do Departamento de Cultura da Univali;
- VIII - 02 (dois) representante de Escolas de Canto e Música;
- IX - 01 (um) representante da Associação Itajaiense de Dança;
- X - 01 (um) representante da Associação dos Artesãos;
- XI - 01 (um) representante da Fundação Genésio Miranda Lins;
- XII - 02 (dois) representante de entidades étnicas e do folclore;
- XIII - 01 (um) representante da Associação para o Desenvolvimento Cultural e Ocupacional do Portador de Necessidades Especiais - ADACO; e
- XIV - 01 (um) representante da União das Associações de Moradores de Itajaí.

Segundo dados Suplemento de Cultura da Pesquisa de Informações Básicas Municipais:

Os Conselhos Municipais de Cultura no Brasil começam a ser constituídos na década de 1950 e têm um impulso na década posterior, período em que também foram criados os Conselhos Municipais de Preservação do Patrimônio Cultural. Tais órgãos colegiados dialogavam com o Conselho Nacional de Cultura, responsável pela elaboração da política cultural em âmbito federal. Em 1966, o Conselho Nacional de Cultura foi transformado em Conselho Federal de Cultura. O novo órgão passou a incentivar a criação de conselhos municipais homólogos (MUNIC, 2006 p.57).

Podem apresentar projetos, pessoas físicas ou jurídicas, que comprovem a atuação no setor cultural. Os interessados devem apresentar comprovante de residência no município de Itajaí do ano de apresentação do Projeto e de dois anos anteriores. Para se inscrever, o proponente precisa ter concluído e prestado contas de projetos anteriormente aprovados. Somente pode ser inscrito um projeto por proponente e o valor máximo solicitado no orçamento de cada projeto não pode ultrapassar a 10% do total disponível.

O dinheiro da Lei de Incentivo à Cultura é proveniente da transferência dos valores devidos ao município, referentes ao Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza - ISSQN, que a Prefeitura autoriza aos contribuintes aplicarem em projetos culturais. Os contribuintes do ISSQN podem destinar até 30% do valor devido a cada mês para projetos culturais e o município deduz da dívida do contribuinte o montante aplicado.

No ano de 2007 foram protocolados 178 projetos, que totalizaram R\$ 4.601.369,63 de solicitação de incentivo, a Prefeitura Municipal de Itajaí liberou o montante de R\$ 800.000,00 que serviu como um incremento na produção e difusão artística nas áreas de música, literatura, arte popular, dança, artes visuais, teatro, audiovisual e museu. Foram aprovados 73 projetos nas seguintes áreas: 27 músicas (36,98%), 14 literatura (19,18%), 09 arte popular (12,32%), 08 teatro (10,95%), 07 artes visuais (9,58%), 04 dança (5,48%), 03 audiovisual (4,10%) e 01 museu (1,41%).

No Brasil, segundo dados do Suplemento de Cultura da Pesquisa de Informações Básicas Municipais (2006), as atividades culturais nos municípios, a despeito da atenção recebida pelo poder público local, mostram a sua riqueza e diversidade, constituindo um perfil para o Brasil e suas regiões. Os grupos de

artesanato, dentre as atividades artísticas e culturais, são as mais presentes, atingindo 64,3% dos municípios. Atividades ligadas à música como dança (56,1%), banda (53,2%), grupos musicais (47,2%) e corais (44,9%), mostram que o País efetivamente caracteriza-se pela força de suas manifestações musicais. A presença, nos municípios, de capoeira (48,8%), manifestações tradicionais populares (47,2%) e blocos carnavalescos (34,2%) têm um vínculo com a produção musical, o que torna ainda mais forte este traço da cultura brasileira (MUNIC, 2006).

As diferenças notadas no confronto entre as duas pesquisas devem-se a gestão pública, aos gestores culturais e propõem seus projetos e as diferentes manifestações culturais de cada região.

A cultura tem sido reconhecida com estratégia para a Organização das Nações Unidas, a Ciência e a Cultura (2003) no desenvolvimento social, instigando os Estados e as nações a perceber o significado econômico da cultura.

A existência de uma política cultural no município é um dos principais indicadores da importância que o setor tem do ponto de vista da gestão. Segundo dados do Suplemento de Cultura da Pesquisa de Informações Básicas Municipais:

[...] 42,1% dos municípios brasileiros não têm uma política cultural formulada, o que significa dizer que a cultura ainda não está incluída na agenda das políticas públicas de uma alta porcentagem dos governos municipais. Os 57,9% de municípios que afirmam ter uma política cultural revelam, pelo menos, a compreensão de que o setor não se reduz à promoção de eventos... do total dos municípios brasileiros, 5,6% declararam possuir legislação de incentivo à cultura (MUNIC, 2006 p.42).

O uso da cultura e do patrimônio de um país ou região como atrativo turístico reforça a identidade local e cria um produto turístico singular, maximizando o fluxo turístico. Em Itajaí, a produção cultural e a conservação do patrimônio material e imaterial são potencializadas pelas Leis de Incentivo à Cultura, que valorizam e financiam o uso desta, criando caminhos para a implementação de um tipo de turismo que, quando norteado por princípios da sustentabilidade e do lazer, valorizam a produção cultural local e auto-estima dos atores sociais.

As Leis de Incentivo a Cultura, ao maximizar as produções culturais de Itajaí, ainda criam diferentes funções sociais que, segundo Reichert (2001), dinamizam os processos de recuperação das memórias e das identidades dos diversos lugares. Isto permitiria às comunidades a reconstrução da importância do papel que suas cidades têm para si, bem como ações mais efetivas de conservação da cultura e do

patrimônio cultural, desde que o exercício dessa função social fosse pelos princípios éticos.

A recuperação da identidade cultural de uma cidade registra e conserva elementos do passado, e que através dos tempos fazem parte dos valores materiais e imateriais que precisam ser cultivados entre gerações. É através de um processo dinâmico de crescimento e desenvolvimento que a história da cidade é registrada e perpetuada, uma vez que cada ato realizado no presente será a herança das gerações futuras.

Laraia (2000, p. 46), acredita que “[...] uma manipulação adequada e criativa desse patrimônio cultural” é ponto fulcral a impedir a perda de bens de real valor cultural a transmitir-se às futuras gerações.

Para o turismo cultural, as artes são de fundamental importância, sejam elas artes do movimento como: o teatro, a música, a dança, a poesia; ou as artes do repouso conforme classifica Alain *apud* Pinho (1989), as artes plásticas (a arquitetura, a escultura e a pintura), possam ser agentes propulsores de comportamentos sociais e venham ampliar as opções de lazer.

Para a construção da identidade local torna-se imperativo o desenvolvimento de leis com ações de resgate da memória cultural da cidade potencializando ganhos socioculturais, como é o caso da Lei Municipal de Incentivo à Cultura.

3.9 O fomento a produção cultural e o turismo cultural em Itajaí

O turismo cultural é uma atividade que, embora tenha uma importância significativa no que tange à promoção da diversidade cultural e diferenciação de destinos turísticos, ainda é pouco conhecida no que se refere às suas especificidades e ao potencial de mercado. A grande diversidade cultural em Itajaí e dos produtos que dela engendram pode criar uma nova escala econômica onde o turismo cultural pode ser a fonte de novas divisas.

O turismo cultural move-se pela busca da diversidade cultural, pelo diferente, mas essa diversidade não está presente somente no patrimônio cultural reconhecido ou nas ditas culturas populares ou nas “culturas exóticas”. Os eventos culturais oferecem ao espectador experiências não só estéticas e contemplativas como de entretenimento, permitindo o posicionamento dos eventos culturais, dos festivais de arte e cultura, como produtos do turismo cultural.

As artes performáticas potencializadas pelos investimentos cedidos pela Prefeitura Municipal através da Lei Municipal de Incentivo à Cultura podem tornar-se atrativos para novas demandas de turistas e/ou como atividade complementar ao turismo de “Sol e Praia” explorados pela região litorânea do Vale do Itajaí.

A atratividade de um destino pode, frequentemente, ser uma atmosfera e ambiente que têm mais significado que as atividades e construções existentes. As performances em teatros, salas de concerto e em outros lugares (como a rua) podem contribuir consideravelmente para essa atmosfera, como fazem os café, restaurantes, bares e clubes (HUGUES, 2006).

As estruturas que formam o turismo cultural acontecem das interrelações entre o patrimônio material e Imaterial, amparadas pelas Políticas públicas que darão suporte a uma estrutura do processo de construção do produto turístico cultural. Portanto, artes e entretenimento podem ser caracterizados como recursos turísticos em vários sentidos, como destaca Hugues (2006, p.137) “[...] qualquer destino turístico (atual ou potencial) deve garantir a oferta de artes e entretenimento na qualidade, quantidade e forma apropriada se quer ter êxito como destino”.

O entretenimento nas atividades de turismo cultural, não pode admitir a perda do significado da experiência cultural: acredita-se que o entretenimento pode proporcionar aprendizado, fruição, além de estimular o interesse pelas artes, contribuindo para o aumento do fluxo de turistas interessados em turismo cultural.

A produção cultural, contudo, nem sempre consegue obedecer a esta lógica de produção de lucros, não alcançando sequer, por vezes, o ressarcimento dos recursos humanos e materiais envolvidos na produção. Apenas parte das produções atinge a auto-sustentabilidade e uma parcela pequena consegue gerar lucros para os produtores e artistas. Desta forma, como puro investimento, inserido dentro das regras de mercado, a produção artística torna-se pouco atrativa e apresenta alto risco financeiro para os envolvidos, deixando evidente a necessidade de investimentos públicos na cultura como acontece em Itajaí através da Lei Municipal de Incentivo à Cultura.

Percebe-se que a dimensão do potencial dos eventos culturais, bem como o conhecimento das motivações do turista em relação à cultura sejam pesquisados e analisados, caso a caso, visando a formulação de políticas para a área, especialmente no que tange à estruturação, ordenamento, promoção e comercialização do segmento.

Assim através de um planejamento público estratégico a produção cultural pode criar uma interface com o turismo e tornar-se sustentável a partir do incentivo à construção de atrativos turísticos culturais, angariando novas divisas para o município e para sua sustentabilidade.

Os gestores públicos devem considerar, sob um ponto de vista macro, os valores econômico e cultural dos bens e serviços culturais públicos, e o interesse em mantê-los ou formatá-los para sua utilização como produto turístico, devendo assim unir os interesses dos produtores culturais com os interesses dos turistas do segmento de turismo e cultura.

O turismo pode subestimar o potencial para sua ligação a espetáculos e carecer de entendimento da lógica e dos métodos de operação das artes. Da mesma maneira, pessoas das artes podem ter dúvidas quanto ao turismo ser algo que comprometerá seus padrões e criatividade, podendo-se gerar avaliações limitadas em relação à forma que o segmento do turismo trabalha. Há uma visão de que, dentro do turismo, há pouco interesse nas artes e, por conseqüência, se subestima o potencial para o turismo ligado a estas. Portanto, há uma necessidade de “educar” o segmento do turismo para as artes (LEADER-ELLIOTT *apud* HUGUES, 2006). À parte o fato de os conselhos de turismo criarem oportunidades para diálogo e cooperação, também deve haver oportunidade para as artes influenciarem suas estratégias promocionais, assegurando o significado adequado para o marketing do destino.

Hugues (2006, p.139) acredita que “[...] os conselhos de turismo dão assistência ao segmento das artes estimulando-o a explorar as vantagens percebidas através do desenvolvimento ou marketing do produto”.

A Lei Municipal de Incentivo à Cultura foi criada em 2000 e passou por modificações em 2005 e principalmente em 2007. A Lei foi criada como um mecanismo de discussão e fomento a cultura, objetivando incentivar a produção e divulgação de produtos culturais do município. Estes incentivos fazem parte da estrutura política das Leis de Incentivo a Cultura. Através desta, a produção cultural de Itajaí em suas diversas linguagens ganhou volume pelos incentivos fiscais que empresas recebem ao apoiar a cultura. A presente dissertação contou com leituras sistematizadas da Lei de Incentivo à Cultura e suas modificações. Iniciou-se a análise na Lei n 3.473 de janeiro de 2000, com a retirada das expressões chaves e

em seguida fez-se a retirada das idéias centrais do documento buscando entender a construção do discurso contido na lei por meio do discurso do sujeito coletivo (DSC).

4 ANÁLISE DO DISCURSO DO SUJEITO COLETIVO

A análise do Discurso do Sujeito Coletivo, em detrimento ao objetivo proposto por esta pesquisa e sua metodologia, deteve-se no aprofundamento dos seguintes documentos: Lei nº 3.473, de 11 de janeiro de 2000, Lei nº 4.467 de 28 de novembro de 2005 (que promoveu alterações na Lei nº 3.473), Decreto nº 8.466, de 28 de dezembro de 2007 e o Ofício nº 001/2008.

Nos quadros abaixo a visualização dos dados iniciais que foi categorizado em Cultura, Produção Cultural e Lei. Para proporcionar um melhor entendimento, cada documento elencado foi analisado separadamente, compondo-se para tanto quadros contendo expressões chave e idéias centrais deste.

Observando os termos contidos nesses documentos, optou-se, em um primeiro momento, pela seleção de expressões chaves relacionadas à cultura, produção cultural e lei. Percebendo-se vocábulos ligados ao conceito amplo de cultura, optou-se por esta primeira subdivisão para a composição posterior do Discurso do Sujeito Coletivo das leis, decreto e ofício. Como produção cultural, foram ligados os aspectos voltados aos trâmites de sua produção, ou seja, mecanismos utilizados na transformação de arte em projeto executável. Finalmente, na lei propriamente dita, os temos legisladores e condicionantes à execução dos projetos. Nos apêndices deste trabalho encontra-se o modelo de quadro adotado para a realização da presente análise (Apêndice 01).

4.1 Lei nº 3.473, de 11 de janeiro de 2000

Nas linhas a seguir encontram-se expressões chaves e idéias centrais referentes à Lei nº 3.473, de 11 de janeiro de 2000 (Anexo 01).

Quadro 03: Expressões chave e idéias centrais sobre cultura da Lei 3.473

CULTURA
<p>Expressões Chaves: Produção – Difusão – Bens e Valores Culturais – Garantir – Preservar – Cultura das Tradições – Costumes – Sociedade Itajaiense</p>
<p>Idéias Centrais: IC1: O principal objetivo da produção cultural é a difusão de bens e valores culturais buscando garantir e preservar a cultura das tradições e os costumes da sociedade itajaiense.</p>

Fonte: Elaborado pelo autor

Quadro 04: Expressões chave e idéias centrais sobre produção cultural da Lei 3.473

PRODUÇÃO CULTURAL
<p>Expressões Chaves: Projetos Culturais – Fundação Cultural de Itajaí – Produtores Culturais – Imposto Sobre Serviços (ISS) – Limite de 30% - Imposto Devido – Certificado de Enquadramento – Segmentos da Cultura</p>
<p>Idéias Centrais: IC1: Os projetos culturais são apresentados a Fundação Cultural de Itajaí pelos produtores culturais e os capacita a receber de contribuintes do Imposto Sobre Serviço – ISS recursos no limite de 30% do imposto devido. IC2: As entidades de classe do segmento da cultura têm acesso a todos os níveis de documentação dos projetos culturais beneficiados pela lei.</p>

Fonte: Elaborado pelo autor

Quadro 05: Expressões chave e idéias centrais sobre a Lei 3.473, de 11 de janeiro de 2000

LEI
<p>Expressões Chave: Âmbito Municipal – Incentivo Fiscal – Realização e Apoio – Abrangência – Nas Áreas – Música e Dança – Teatro e Circo – Audiovisual – Literatura – Preservação e Restauração – Acervo Cultural e Natural – Classificado – Órgãos Competentes – Museus, Bibliotecas e Centros Culturais – Arte Popular – Criação da Comissão Itajaiense de Avaliação de Projetos (CAPC) – Notoriedade na Área Cultural – Conselho Municipal de Cultura – Fundação Cultural de Itajaí – Secretaria Municipal de Educação – Procuradoria Geral do Município – Gabinete do Prefeito Municipal – Aspecto Orçamentário do Projeto – Membros da Comissão – Execução – Captação – Recursos – Validade – 30% - ISSQN – Exercício Fiscal – Correta Aplicação – Desvio dos Objetivos – Âmbito Municipal – Divulgação – Institucional – Prefeitura Municipal de Itajaí – Poder Executivo</p>
<p>Idéias Centrais: IC1: A Lei é de âmbito municipal dando incentivo fiscal a projetos culturais para sua realização e apoio. IC2: A lei abrange as áreas música e dança, teatro e circo, audiovisual, literatura, preservação e restauração do acervo cultural e natural classificado pelos órgãos</p>

competentes, artesanato, museus, bibliotecas e centros culturais.

O projeto prevê a criação da Comissão Itajaiense de Avaliação de Projetos Culturais (CAPC) que fica responsável pelo enquadramento dos projetos culturais.

IC3: Os componentes da Comissão (CAPC) são pessoas de comprovada idoneidade e com notoriedade na área cultural nomeados pelo prefeito e indicados pelos seguintes órgãos: Conselho Municipal de Cultura, Fundação Cultural de Itajaí, Secretaria Municipal de Educação, Procuradoria Geral do Município e Gabinete do Prefeito.

IC4: A CAPC é responsável pelo enquadramento dos projetos conforme os termos da presente lei e respeitando os aspectos orçamentários do projeto fixando o limite máximo de incentivo concedido que será homologado por Decreto do Senhor Prefeito Municipal.

IC5: Os membros da comissão não podem apresentar projetos no período e após seis meses do seu mandato.

IC6: Os projetos culturais para obterem os benefícios devem ser submetidos a comissão contendo os objetivos, os resultados esperados, os recursos humanos e financeiros para obterem a emissão do certificado de enquadramento.

IC7: O produtor cultural de posse do certificado de enquadramento fica autorizado a captação de recursos na validade de 01 ano

IC8: Os recursos financeiros captados junto ao contribuinte ficam limitado ao máximo de 30% do ISSQN devido.

IC9: O prazo para utilização do recurso de até 180 dias no exercício fiscal

IC10: Os recursos financeiros do projeto cultural devem ser depositados em conta especial para sua movimentação.

IC11: Além das sanções penais cabíveis, o produtor pode ser multado em 10 vezes no valor incentivado caso não comprove a correta aplicação dos recursos por dolo ou desvio dos objetivos ou dos recursos.

IC12: As obras resultantes dos projetos culturais beneficiados devem ser apresentadas em âmbito municipal e divulgando o apoio institucional da Prefeitura Municipal de Itajaí.

IC13: O poder executivo regulamentará a Lei após 90 dias de sua publicação entrando em vigor na data de sua publicação revogadas as disposições em contrário.

Fonte: Elaborado pelo autor

→ **Discussão das Idéias Centrais e Expressões Chaves**

Ao analisar o documento através das Idéias Centrais, fica claro o objetivo do mesmo em difundir os bens e valores culturais, buscando garantir e preservar a cultura das tradições e os costumes da sociedade itajaiense.

Esses bens, por serem vistos como depositários de uma memória que aponta para a identidade nacional, precisam ser defendidos pelos órgãos e conselhos responsáveis pelos tombamentos e manutenção destas edificações. Assim, faz-se necessário a criação leis capazes de incentivar, identificar e proteger o patrimônio imaterial (ABREU; CHAGAS, 2003). Com isso, o município deixa de arrecadar impostos na cedência deste aos agentes culturais da cidade, investindo diretamente no patrimônio cultural local.

Nas idéias centrais retiradas da produção cultural apresentam-se os passos que produtores culturais devem seguir para serem capacitados a receber os

recursos dos contribuintes, bem como cedem poder de acesso às entidades de classe a todos os níveis de documentação.

Nas idéias centrais retiradas da Lei ficam estabelecidas as normas que conduziram os projetos incentivados, desde seu âmbito, abrangência e a criação da Comissão Itajaiense de Avaliação de Projetos Culturais (CAPC) fixando seus membros e responsabilidades.

Nesta primeira análise, percebe-se a não utilização dos recursos para o fomento de um turismo cultural, mesmo que a preservação da cultura e costumes estejam intrinsecamente ligados à manutenção e fomento de produtos culturais que podem gerar estímulos aos turistas.

Estes incentivos são importantes também porque geram empregos em vários setores, desde mão de obra artesanal à tecnologia avançada de informatização. Além disso, ao crescer em qualidade e quantidade, o entretenimento cultural cria um mercado próprio, que se consolida como parte da estrutura do turismo e da indústria cultural do país. Por isso, o investimento privado em cultura é um poderoso parceiro do Estado no desenvolvimento econômico e social (MINC, 2000).

→ **Ancoragem**

A ancoragem da Lei 3.473, de 11 de janeiro de 2000 pode ser expressada da seguinte forma: ABREU E CHAGAS (2003) – MINISTÉRIO DA CULTURA – LEI Nº 3.473 – HUGUES (2006).

→ Discurso do Sujeito Coletivo (DSC)

O Discurso do Sujeito Coletivo (DSC), que emerge, na soma das idéias organizadas através das expressões chave da Lei 3.473, de 11 de janeiro de 2000 está no quadro abaixo:

Quadro 06: DSC da Lei 3.473, de 11 de janeiro de 2000

DSC da Lei 3.473, de 11 de janeiro de 2000
O principal objetivo desta Lei é criar normas e padrões para que projetos culturais possam receber incentivos fiscais para sua realização objetivando garantir e preservar a cultura das tradições e os costumes da sociedade itajaiense nas linguagens de música e dança, teatro e circo, audiovisual, literatura, preservação e restauração, acervo cultural e natural classificado pelos órgãos competentes, museus, bibliotecas e centros culturais e arte popular.

Fonte: Elaborado pelo autor

Considerando o discurso do sujeito coletivo da Lei nº 3.473, de 11 de janeiro de 2000, o segmento do turismo não é citado nem estimulado por esta, mesmo que os objetivos estejam de acordo com o conceitual teórico de turismo cultural limitado.

Segundo Hugues (2006) turismo Cultural “limitado” é um termo amplamente usado, porém, com sentido limitado, que inclui visitas cujo objetivo é apreciar as “atividades artísticas e intelectuais” de uma sociedade (WILLIAMS, 1988 *apud* HUGUES, 2006) em vez do modo de vida diferenciado de uma sociedade. Em geral isso se aplica apenas às atividades superiores de alguma forma e que são reflexo da “melhor” criatividade existente. Isso inclui visitas a: edifícios e locais históricos; museus e galeria de arte e; teatro.

Barretto (2000, p. 20), reforça o argumento de que, ao estimular estes aspectos culturais dentro de uma localidade, encontra-se um meio de fomentar recursos para atrair visitantes.

Esta mesma lei sofreu em 2005 alterações através que foram analisadas e retiradas as expressões chave e suas idéias centrais conforme o quadro abaixo:

4.2 Lei nº 4467, de 28 de novembro de 2005, com suas alterações

Com relação à Lei nº 4467, de 28 de novembro de 2005 e suas principais alterações, foram encontradas as expressões chaves e idéias principais contidas no quadro 07 (os apêndices deste trabalho contém um resumo da Lei 3.473 e as

alterações promovidas pela Lei 4.467 – Apêndice 02 – assim como a Lei em si – Anexo 02).

Quadro 07: Expressões Chave e Idéias Centrais da Lei nº 4467, de 28 de novembro de 2005, com suas principais alterações

LEI
<p>Expressões Chaves: Altera – Dispositivo – Lei nº 3.473 – Acrescenta – Inciso VIII – ISSQN – Vigorar – Redação – CITAC (Comissão Itajaiense de Avaliação de Projetos Culturais) – Servidores da FCI – Art. 6º - Moeda Corrente – Art. 11 – Logomarca da LIC – Logomarca da FCI – Brasão da Prefeitura Municipal de Itajaí – Logo Patrocinador</p>
<p>Idéias Centrais: IC1: A Lei nº 4.467 altera o dispositivo da Lei nº 3.473, acrescentado o inciso VIII. IC2: Substitui-se o recurso do contribuinte ISS – Imposto Sobre Serviço por ISSQN – Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza IC3: O Art. 4º passa a vigorar com nova redação trocando a nomenclatura CAPC por CITAC mantendo-se o significado de Comissão Itajaiense de Avaliação de Projetos Culturais. IC4: No § 2º retira-se a frase “definindo ainda seu grau, normal ou especial, de interesse público” da Lei nº 3.473. IC5: No § 4º acrescenta-se o seguinte complemento “e aos servidores da FCI, não será permitida a apresentação de projetos durante o período de seu mandato” IC6: No Art 6º substitui-se a expressão “Unidade de Referência-UFIR” contida na Lei nº 3.473 por “Moeda Corrente”. IC7: Acrescenta-se ao Art. 11 a obrigatoriedade de inserção da logomarca da Lei de Incentivo à Cultura, da logomarca da Fundação Cultural de Itajaí, do Brasão da Prefeitura Municipal de Itajaí e logomarca do patrocinador caso o mesmo não se oponha.</p>

Fonte: Elaborado pelo autor

→ Discussão das Idéias Centrais e Expressões Chaves

A análise desta lei trás novos elementos que foram acrescentados a Lei 3.473, de 11 de janeiro de 2000, fazendo alterações de termos como a substituição do recurso do contribuinte ISS (Impostas Sobre Serviço) pelo ISSQN (Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza).

Acrescenta-se uma nova redação, substituindo o termo CAPC por CITAC mantendo-se o significado de Comissão Itajaiense de Avaliação de Projetos Culturais, bem como acrescenta-se no § 4º o seguinte complemento “e aos servidores da FCI, não será permitida a apresentação de projetos durante o período de seu mandato”. Já no Art 6º substitui-se a expressão “Unidade de Referência-UFIR” contida na Lei nº 3.473 por “Moeda Corrente”. Acrescenta-se também ao Art. 11 a obrigatoriedade de inserção da logomarca da Lei de Incentivo à Cultura, da

logomarca da Fundação Cultural de Itajaí, do Brasão da Prefeitura Municipal de Itajaí e logomarca do patrocinador, caso o mesmo não se oponha.

Percebe-se que as alterações foram de redação apenas, não fazendo menção ao turismo cultural.

→ Ancoragem

A ancoragem da Lei 4467 de 28 de novembro de 2005 pode ser expressada da seguinte forma: LEI 4467 DE 28 DE NOVEMBRO DE 2005 – BENI (1998).

→ Discurso do Sujeito Coletivo (DSC)

O Discurso do Sujeito Coletivo (DSC), obtido através da análise deste segundo documento, convergindo idéias centrais e expressões chave da Lei 4467 de 28 de novembro de 2005, pode ser visualizado a seguir:

Quadro 08: DSC da Lei 4467 de 28 de novembro de 2005

DSC - da Lei 4467 de 28 de novembro de 2005
Este novo complemento a Lei nº 3.473 substituição do ISS por ISSQN, CAPC por CITAC, acrescentando complemento ao § 4º, substitui no artigo § 6 UFIR por moeda e corrente e acrescenta a obrigatoriedade de inserção de logomarcas.

Fonte: Elaborado pelo autor

Considerando o discurso do sujeito coletivo da Lei nº 4.467 de 28 de novembro de 2005, percebe-se nenhuma modificação quanto ao pensamento e aos objetivos da Lei nº 3.473, de janeiro de 2000. Notam-se apenas alterações de termos, sem nenhuma referência as manifestações culturais da cidade. Segundo Beni (1998) são estas manifestações, que passam a constituir os elementos culturais e podem influenciar no poder de atratividade, que motivam os turistas a visitarem determinadas regiões.

Assim, tais aspectos culturais, se observados e planejados poderiam criar um cenário para fomentar o turismo cultural na cidade.

Em 28 de dezembro de 2007 o então Prefeito Volnei José Morastoni criou o decreto nº 8.466, que complementa o Decreto nº 7755 de 2005, cuja análise apresenta-se no quadro abaixo:

4.3 Decreto nº 8466, de dezembro de 2007

Sobre o Decreto nº 8466, de dezembro de 2007 (Anexo 03), extraíram-se os elementos abaixo:

Quadro 09: Expressões chave e idéias centrais sobre cultura do Decreto nº 8466

CULTURA
<p>Expressões Chaves: Mecanismo – Incentivo – Arte e Cultura</p>
<p>Idéias Centrais: IC1: A Lei é um mecanismo de incentivo a arte e a cultura</p>

Fonte: Elaborado pelo autor

Quadro 10: Expressões chave e idéias centrais sobre produção cultural do Decreto nº 8466

PRODUÇÃO CULTURAL
<p>Expressões Chaves: Projetos Culturais – CITAC – Elaboração de Projetos – Residentes – Obras – Ação – Evento – Desenvolvimento Artístico Cultural – Áreas – A - B – N – N – Evento — Benefícios – Débito – Fazenda Pública Municipal</p>
<p>Idéias Centrais: IC1: Os projetos culturais são aprovados e enquadrados pelo CITAC; IC2: Os produtores culturais podem contratar agenciamento técnico para a elaboração do projeto e pagar até 10% do valor do projeto; IC3: Os projetos artísticos e culturais serão beneficiados com um montante não inferior a 200 UFIR; IC4: Os projetos culturais recebem recursos financeiros através do incentivo fiscal; IC5: O produtor cultural pode ser pessoa física ou jurídica residente no município a no mínimo dois anos; IC6: Os projetos culturais prevêm a execução de obras, ação ou evento de desenvolvimento artístico cultural nas áreas; IC7: O lançamento dos produtos, shows, concertos, oficinas, concursos e cursos, inaugurações, exposições e estréias dos projetos incentivados devem acontecer em Itajaí; IC8: Não é concedido benefício fiscal da lei para o produtor cultural com débito na Fazenda Pública Municipal;</p>

Fonte: Elaborado pelo autor

Quadro 11: Expressões chave e idéias centrais sobre o Decreto nº 8466

LEI
<p>Expressões Chaves: Executivo – ISSQN – Recursos Financeiros – Regulamento – Deduções – Limite – Artigo – Ultrapassar 30% - ISSQN Devido no Mês – Vedado – Recursos Materiais - Exceção – Análise – Aprovação – Enquadramento – CITAC – Artigo 4º § 112345 – Lei 3.473 – Apoiar – Patrocínio – Lei 3.473 – Lei 4.467 – Incentivo – Produção Artístico Cultural – Obedecerá – Forma e Condição – Lei– Contribuinte – Substituto Tributário – 10% - Montante – Exercício Financeiro – Artigo 5º Deste Regulamento</p>
<p>Idéias Centrais: IC1: O ato executivo fixa o montante máximo para projetos culturais no exercício financeiro; IC2: Os valores do ISSQN para Projetos culturais vêm da denúncia e transferência de valores devidos; respeitando a forma e o limite propostos pela lei de incentivo à cultura; IC3: O crédito, respeitando os limites e critérios da lei, será liberado após a autorização da transferência e apresentação da guia bancária de depósito; IC4: O crédito deste artigo não pode ultrapassar 30% do ISSQN devido pelo contribuinte por mês; IC5: É vedada a utilização de recursos materiais permanentes com exceção das alíneas H e I do inciso I; IC6: Os projetos culturais passam pela análise, aprovação e enquadramento do CITAC; IC7: O CITAC é nomeado pelo prefeito municipal segundo o artigo 4º; IC8: Fixa-se um valor anual a ser transferido do ISSQN; IC9: Os valores do ISSQN para Projetos culturais vêm da denúncia e transferência de valores devidos respeitando a forma e o limite da lei; IC10: O contribuinte pode ser empresa ou profissional autônomo com cadastro no ISSQN podendo assim apoiar e patrocinar projetos culturais e artísticos conforme a lei; IC11: O prefeito de Itajaí conforme sua atribuição de acordo com a Lei 3473 alterada pela lei 4467 que dispõe sobre o incentivo à Produção artístico cultural decreta segundo a solicitação da Fundação Cultural de Itajaí através do ofício 793/2007. Novas disposições sobre a Lei de Incentivo à Cultura; IC12: Baseada na lei 3473 e alterada pela lei 4467 passará obedecer aos preceitos a partir desta regulamentação; IC13: O mesmo percentual de crédito tributário em dívida ativa poderá ser aplicado em projetos culturais desde que não seja oriundo de fraude ou dolo e que respeite as formas e condições da lei regulamentada; IC14: É vedado o benefício fiscal da lei ao contribuinte substituto tributário, sócios, titulares ou sucessores quando eles são os beneficiários IC15: Cada projeto fica limitado a 10% no máximo do montante existente no exercício financeiro previsto no artigo 5º deste regulamento</p>

Fonte: Elaborado pelo autor

→ **Discussão das idéias centrais e expressões chaves**

O Decreto nº 8466, de 28 de dezembro de 2007, reforça a utilização do mecanismo de incentivo à cultura e arte. Através desta, cria-se um novo processo onde os projetos aprovados passam pelo crivo do CITAC para poderem receber os incentivos, com um montante não inferior a 200 UFIR, permitindo também agenciamento técnico para elaboração do projeto.

O decreto define o produtor cultural como pessoa física ou jurídica com no mínimo dois anos de residência em Itajaí limitando a 10% no máximo do montante existente no exercício financeiro previsto. O decreto também delimita as produções e exige a execução das mesmas no município conforme abaixo:

- a) Música: oficina, curso, concerto, festival, workshop, seminário, mostra, show, gravação de CD e vídeo, gravação de DVD, recursos materiais e publicações;
- b) Dança: oficina, curso, festival, espetáculo, workshop, seminário, mostra, performance, recursos materiais e publicações;
- c) Teatro: oficina, curso, mostra, festival, performance, espetáculo, recursos materiais e publicações;
- d) Circo: oficina, curso, mostra, festival, performance, espetáculo, recursos materiais, publicações;
- e) Audiovisual: oficina, exibição, workshop, produção de DVD, mostra, criação de *website*, película, festival, radionovela, curso, vídeo, recursos materiais e publicações;
- f) Artes Visuais: seminários, oficina, curso, exposição individual ou coletiva, performance, mostra e salão, recursos materiais e publicações;
- g) Literatura: curso, oficina, concurso literário, publicação de livros e periódicos, sarau, recursos materiais;
- h) Acervo do patrimônio cultural (assim classificado pelos órgãos competentes): preservação, reforma, revitalização e restauração de prédios, peças, bens e obras histórico-culturais, evento, curso, concurso e exposição, recursos materiais e publicações;
- i) Museus, bibliotecas e centros culturais mantidos por entidade que seja de utilidade pública: reforma, revitalização, restauração, recuperação e instalação em prédios, obras e acervos, curso, oficina, show, festival e exposições, recursos materiais e publicações;
- j) Arte Popular: oficinas, exposições, cursos, apresentações, espetáculos, seminários, recursos materiais e publicações;

É fixado o montante máximo para projetos culturais no exercício financeiro, onde os valores do ISSQN para Projetos culturais vêm da denúncia e transferência de valores devidos, respeitando a forma e o limite propostos pela lei de incentivo à

cultura. O crédito será liberado após a autorização da transferência e apresentação da guia bancária de depósito, não ultrapassando 30% do ISSQN devido pelo contribuinte por mês. O contribuinte pode ser empresa ou profissional autônomo com cadastro no ISSQN, podendo apoiar e patrocinar projetos culturais e artísticos conforme a lei no valor do ISSQN fixado anualmente.

→ Ancoragem

Analisando as expressões chave e as idéias principais do Decreto nº 8466 de 28 de dezembro de 2007, extraiu-se a ancoragem pertencente a este: DECRETO Nº 8466 DE 28 DE DEZEMBRO DE 2007 – MOLETTA (1998) – HUGUES (2006).

→ Discurso do sujeito coletivo

Finalizando o processo de compreensão do Decreto nº 8466, de 28 de dezembro de 2007, foi possível a composição de seu discurso coletivo:

Quadro 12: DSC do Decreto nº 8466, de 28 de dezembro de 2007

DSC - decreto nº 8466 de 28 de dezembro de 2007
Este decreto reforça a utilização do mecanismo de incentivo a cultura e arte criando novas normativas para a entrega e execução dos projetos incentivados pela Lei Municipal de Incentivo à Cultura.

Fonte: Elaborado pelo autor

Considerando o discurso do sujeito coletivo, este decreto reforça a utilização do mecanismo de incentivo à cultura e arte, percebendo-se a necessidade de retificar e criar novas normas para o encaminhamento e execução dos projetos culturais. Quanto aos objetivos e propósitos da Lei Municipal de Incentivo à Cultura não houve modificações, apenas na estruturação de normas para a conduta e apresentação dos projetos.

Mesmo que a gestão pública do município não considere a possibilidade de utilizar a programação cultural como atrativo turístico, o poder público exerce papel vital no fortalecimento da economia e da cultura através deste incentivo, mediando os interesses dos agentes econômicos e dos interesses dos agentes culturais, no fomento direto e na fiscalização das atividades.

O poder público de Itajaí faz a gestão dos processos de produção cultural, por meio desta Lei criando um cenário promissor para prospectar uma política voltada

para o turismo cultural, mesmo que a lei não faça menção ao mesmo em seus artigos e decretos.

O turismo cultural proporciona o acesso ao patrimônio cultural, ou seja, à história, à cultura e ao modo de viver de uma comunidade, motivando o turista a conhecer regiões onde seu alicerce está baseado na história de um determinado povo, nas suas tradições e manifestações culturais, históricas e religiosas (MOLETTA, 1998).

Assim, o turismo deveria estar em primeiro plano na gestão de políticas públicas, pois investimentos neste setor trariam números significativos de visitantes que, ao encontrarem manifestações culturais na localidade, criariam uma percepção positiva quanto à imagem da cidade (HUGUES, 2006).

O Decreto nº 8.466 que foi analisado complementa o Decreto nº 7.755 de 2005. A Lei Municipal de Incentivo Cultura também recebeu decretos nos anos de 2000 e 2003 (Decretos nº 6.079 e 6.742 respectivamente) que não serão analisados nesta dissertação por suas alterações terem sido absorvidas na Lei atual nº 4.467 de 2005.

De acordo com os documentos analisados, a resolução nº 001 de 2008 é o último documento que complementa e/ou altera a Lei Municipal de Incentivo a Cultura e foi analisada abaixo. É importante ressaltar que não foram encontradas expressões chave referentes à cultura.

4.4 Resolução nº 001/2008

Citando a Resolução nº 001/2008 (Anexo 04), foram elencadas as seguintes expressões chaves e idéias centrais:

Quadro 13: Expressões chave e idéias centrais sobre produção cultural da Resolução nº 001/2008

Produção Cultural
<p>Expressões Chave: Regras – Projetos – Bem Imóvel Tombado – Documentação Exigida – Julgamento – CITAC – Lei nº 4.561 – 09 de Maio de 2006 – Cronograma – Apresentação – Questão – Sítio Eletrônico – <i>Website</i></p>
<p>Idéias Centrais: IC1: Estabelece as regras para apresentação de projetos com Bem Imóvel Tombado e a documentação exigida. IC2: O julgamento dos projetos fica sob a responsabilidade do CITAC. IC3: Após a publicação dos contemplados, os mesmos serão convocados pela FCI para apresentar e definir o cronograma de apresentações. IC4: Estabelece regras para questões de <i>website</i> ou sítio eletrônico.</p>

Fonte: Elaborado pelo autor.

Quadro 14: Expressões chave e idéias centrais da Resolução nº 001/2008

LEI
<p>Expressões Chave: Superintendência da FCI – Atribuições – Prazo – Alterações – Regulamentações – Assessoria Jurídica – Documentação Técnica – Assessoria Jurídica – Leis – Rol de Documentação – Forma de Montagem – Resultados dos Projetos – Publicados – 04 a 06 de Março – Diário Oficial do Município - Site</p>
<p>Idéias Centrais: IC1: O Superintendente da FCI no uso de suas atribuições cria o prazo para apresentação dos projetos bem como suas alterações e regulamentações fixando a data de início para o dia 15 de janeiro e término no dia 15 de fevereiro; IC2: Os projetos devem ser entregues na assessoria jurídica da FCI com a documentação técnica e fiscal necessária; IC3: O site da FCI disponibiliza as informações necessárias com o rol de documentação e a forma de montagem do projeto; IC4: Dúvidas devem ser dirimidas a FCI e/ou Assessoria Jurídica; IC5: A falta de qualquer documento indefere a proposta; IC6: Os resultados dos projetos aprovados serão publicados de 04 a 06 de março no diário do Município e no site.</p>

Fonte: Elaborado pelo autor

→ **Discussão das Idéias Centrais e Expressões Chaves**

Através da análise das idéias centrais e expressões-chave da Resolução 01/2008 fixou-se critérios para a apresentação e execução dos projetos culturais. Entre elas, destacam-se as regras para bem imóvel tombado e a documentação exigida, a convocação feita pela FCI para apresentar e definir o cronograma de apresentações, as regras para *websites*, novos prazos e o resultado dos projetos aprovados e sua divulgação.

Através das novas normas para bem imóvel tombado, fica clara a possibilidade de fomento e incentivo financeiro ao patrimônio material de Itajaí que pode se configurar em atrativo cultural. O atrativo cultural motiva um segmento de turista diferente do turista de “Sol e Praia”, que vislumbra os atrativos naturais em áreas litorâneas como principal atrativo para escolha do destino. Estes produtos culturais incentivados podem angariar turistas e trazer novas divisas para o município, criando um diferencial no mercado turístico em relação ao modelo “sol e praia” explorado na região.

→ **Ancoragem**

Pela análise das expressões chave e as idéias principais da Resolução nº 001/2008, extraiu-se sua ancoragem: OFÍCIO Nº 001/2008 – HUGUES (2006) – BENI (1998) – MOLETTA (1998) – MINISTÉRIO DA CULTURA (2006).

→ **Discurso do sujeito coletivo**

Convergingo as expressões chave, as idéias principais e a ancoragem, foi possível a formulação do discurso do sujeito coletivo do Ofício nº 001/2008.

Quadro 15: DSC do Ofício nº 001/2008

DSC do ofício nº 001/2008
Este ofício, encaminhado pela Fundação Cultural de Itajaí, regulamenta novas normas para apresentação e execução dos projetos culturais principalmente para os bens imóveis tombados.

Fonte: Elaborado pelo autor

Considerando o discurso do sujeito coletivo deste ofício criado pela Fundação Cultural de Itajaí, o mesmo fixa normas necessárias para o melhor andamento dos trâmites da Lei Municipal de Incentivo à Cultura.

Com o levantamento das idéias centrais na Lei Municipal de Incentivo à Cultura, percebemos cinco características que fomentam diretamente produtos culturais, são elas:

- O principal objetivo da produção cultural é a difusão de bens e valores culturais, buscando garantir e preservar a cultura das tradições e os costumes da sociedade itajaiense.
- A Lei é um mecanismo de incentivo à arte e à cultura.
- A Lei é de âmbito municipal, dando incentivo fiscal a projetos culturais para sua realização e apoio. Os projetos culturais recebem recursos financeiros através do incentivo fiscal.
- A lei abrange as áreas música e dança, teatro e circo, audiovisual, literatura, preservação e restauração do acervo cultural e natural, classificado pelos órgãos competentes, artesanato, museus, bibliotecas e centros culturais.
- As obras resultantes dos projetos culturais beneficiados devem ser apresentadas em âmbito municipal e divulgando o apoio institucional da Prefeitura Municipal de Itajaí.

Pensando-se de forma estratégica, o poder público da cidade de Itajaí, criando mecanismos de discussão e incentivo fiscal, fomenta a produção cultural através de novas opções de lazer e entretenimento, oferecidas a turistas e residentes.

Este mecanismo pode ser utilizado como ferramenta para a atração de visitantes com interesse em vivenciar experiências culturais nas diversas linguagens que ela se apresenta: teatro, cinema, artes plásticas, literatura, música, dança e artesanato. As artes possibilitam ao município investir em uma nova vocação turística: o turismo cultural.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As pesquisas fazem parte do processo de comunicação científica e funcionam como uma “mola propulsora” do conhecimento em uma determinada área, propiciando: a introdução de novos conhecimentos científicos, refutando ou não os já existentes ou, a confirmação e consolidação do conhecimento já existente, ampliando sua aplicação. A evolução do estudo do Turismo, compreensivelmente, estimula esforços em pesquisa e ensino, de forma análoga ao processo de “cientificidade” já ocorrido em outras disciplinas já consolidadas (REJOWSKI, 1995).

Estudos sobre o turismo, mesmo que recentes, são importantes para a análise e compreensão deste fenômeno social. Nesse sentido, a análise realizada da Lei Municipal de Incentivo à Cultura de Itajaí-SC serve, sob a perspectiva desta pesquisa, como mecanismo de discussão e fomento ao segmento de turismo cultural que pode ser alavancado na região estudada.

O turismo cultural é baseado em três fatores que dão suporte para criação de um produto cultural turístico: o patrimônio material, o patrimônio imaterial e as políticas públicas preservacionistas, que são fomentados pela Lei Municipal de Incentivo à Cultura. Este segmento, segundo a Organização Mundial do Turismo é uma das mega-tendências do setor.

Discutimos a Lei Municipal de Incentivo a Cultura visando responder os seguintes questionamentos levantados:

- Quais os principais objetivos desta Lei?
- Quais os critérios usados para definir os projetos incentivados ?
- Quais linguagens que receberam maiores incentivos na gestão pública de 2007?

Através da Análise do Sujeito Coletivo nas Leis nº 3.473 de janeiro de 2000, com alteração da Lei nº 4.467 de 28 de novembro de 2005, Decreto nº 8.466, de 28 de dezembro de 2007, e a última Resolução/Ofício nº 001/2008, percebemos que mesmo não citando diretamente o turismo, o principal objetivo é a difusão de bens e valores culturais buscando garantir e preservar a cultura das tradições e os costumes da sociedade itajaiense. Assim, o desenvolvimento do turismo cultural é

uma alternativa para impulsionar e valorizar o produto cultural local, criando novas opções de lazer a seus residentes e visitantes através do viés cultural incentivado.

A grande e diversificada produção cultural local, se planejada, pode vir a tornar-se um potencial atrativo turístico por promover as manifestações culturais da cidade.

O poder público de Itajaí gere um importante mecanismo de marketing turístico ao financiar a produção local, incrementando opções de turismo cultural capazes de atrair e satisfazer o turista, que vivencia experiências culturais originais da cidade. Com isso, o poder público também fortalece as manifestações culturais e a economia, fomentando diretamente produtos culturais capazes de angariar visitantes para o município. Vale ressaltar que o poder público precisa prospectar estratégias e ferramentas para criar mecanismos de divulgação focados no segmento do turismo cultural a fim de captar novos visitantes através das artes. O produto cultural melhora o perfil e a imagem do lugar aos seus residentes, assim investir no segmento de cultura como um mercado adicional, em crescimento e de alto nível é uma importante ferramenta de gestão pública.

As características do segmento de turismo cultural são distintas ao do segmento de turismo de “Sol e Praia”, que geralmente deixam heranças negativas por ser um turismo massivo que compromete as relações com o meio ambiente físico, natural e social.

Itajaí, pela proximidade a Balneário Camboriú, maior pólo de turismo receptivo de Santa Catarina, segundo dados da SANTUR (2006), também pode valer-se do segmento de turismo cultural como complemento ao turismo de “Sol e Praia”, explorado por toda região litorânea do Vale do Itajaí. Os números levantados nesta dissertação deixam claro o distanciamento entre cidades tão próximas geograficamente quanto às divisas geradas pelo turismo.

Voltando aos objetivos propostos por esta dissertação, houve uma compreensão das políticas públicas de incentivo à cultura através da análise do discurso do sujeito coletivo, constatando-se que, a principal meta da produção cultural é sua difusão na busca de uma garantia de preservação da cultura itajaiense.

Dessa forma, a lei torna-se mecanismo de incentivo à arte e cultura, privilegiando o âmbito municipal por meio de incentivos fiscais para que os projetos culturais possam ser realizados, abrangendo as áreas de: música, dança, teatro e

circo, audiovisual, literatura, preservação e restauração do acervo cultural e natural, artesanato, museus, bibliotecas e centros culturais.

Por meio da caracterização e posterior verificação do funcionamento na prática deste mecanismo de incentivo fiscal, constatou-se que, além dos produtos culturais fomentados pela Lei Municipal, o município de Itajaí também conta com valores captados para este segmento oriundos de fundos, leis estaduais e federais potencializando as manifestações culturais na localidade.

Estas atividades culturais ganham cada vez mais importância em estilos e qualidade de vida. Em Itajaí a grande oferta de produtos de cunho cultural, somados aos recursos captados pela Fundação Cultural de Itajaí, Fundação de Turismo de Itajaí e Fundação Genésio Miranda Lins (que em 2007 captaram mais de 7 milhões), podem criar uma nova vocação turística para o município.

Segundo informações levantadas nesta dissertação, em 2007 foram inscritos cento e cinquenta e sete projetos à Lei Municipal de Incentivo à Cultura pleiteando R\$ 4.672.496,88, o que evidencia o grande número de projetos culturais na localidade. Assim, se o produto turístico cultural for planejado, o mesmo pode atrair um fluxo bom e contínuo de visitantes que, por sua vez, trazem novas divisas para o município.

O produto turístico cultural traz vantagens, como a preservação do patrimônio cultural e a valorização da cultura, proporcionando uma melhor qualidade de vida aos seus moradores, gerando novos empregos e movimentando a economia no município.

Deixamos como sugestão para novos trabalhos relacionados à produção cultural de Itajaí, pesquisa com gestores culturais e agentes culturais sobre suas percepções em relação ao turismo, e pesquisas juntos aos turistas quanto à atratividade de produtos turísticos culturais na escolha do destino.

6 REFERÊNCIAS

ABREU, R.; CHAGAS, M. (orgs.). **Memória e Patrimônio**: ensaios contemporâneos. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

ACERENZA, M. A. **Administração do turismo**. vol. 2. Bauru: Universidade do Sagrado Coração, 2002.

ADORNO, T. W. **Indústria cultural e sociedade**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2004.

ANDRADE, J. V. **Turismo**: fundamentos e dimensões. 8. ed. São Paulo: Ática, 2002.

ARNT, L. **Peregrinação X Turismo Religioso**: Um estudo de caso no Santuário de Azambuja – Brusque. Dissertação. Universidade do Vale do Itajaí, Programa de Pós-Graduação *Strito Senso* em Turismo e Hotelaria, Balneário Camboriú, 2006.

ASSOCIAÇÃO DOS MUNICÍPIOS DA FOZ DO RIO ITAJAÍ (AMFRI). **Plano Estratégico de Marketing Turístico Integrado**: Inventário Turístico. Vol. I. Itajaí: IFES, 2007.

AZEVEDO, J.; IRVING, M. A. **Turismo**: o desafio da sustentabilidade. São Paulo: Futura, 2002.

BARRETO, M. **Turismo e Legado Cultural**: As Possibilidades do Planejamento. Campinas: Papirus, 2000.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 9 ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 1998.

BENI, M. C. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

BITTENCOURT, J. B. Cidades em movimento. In: BRANCHER, A. (org.). **Histórias de Santa Catarina**: estudos contemporâneos. 2. ed. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2000.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Lei Rouanet**. Disponível em <<http://www.cultura.gov.br/>> Acesso em 17 nov. 2006.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Como contribuir**: pessoa jurídica. Disponível em <http://www.secturbc.com.br/pt_index.php> Acesso em 7 out. 2008.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Suplemento de Cultura da Pesquisa de Informações Básicas Municipais – MUNIC**. Disponível em <<http://www.>

cultura.gov.br/politicas/dados_da_cultura/economia_da_cultura/index.php?p=30658&more=1&c=1&pb=1> Acesso em 1 out. 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Relatório da 3ª Reunião do Grupo Técnico-Temático de Turismo Cultural**. Brasília, 03 fev. 2005.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Dados sobre a arrecadação do turismo**. Disponível em < <http://www.turismo.gov.br/>> Acesso em 1 out. 2007.

BRAMELL, B. Selecionando instrumentos de política para o turismo sustentado. In. THEOBALD, W. **Turismo Global**. São Paulo: SENAC (p.375-391), 2001.

CAMARGO, Haroldo Leitão. **Patrimônio e cultura**. São Paulo. Aleph, 2002.

COSTA, Ivan Freitas da. **Marketing cultural: o patrocínio de atividades culturais como ferramenta de construção de marca**. São Paulo: Atlas, 2004.

CRUZ, E. J. da. Pequena pátria. In: LENZI, R. M. (org.) **Itajaí: outras histórias**. Itajaí: Sinodal, 2002.

D'ÁVILA, E. **Itajaí: breve notícia do desenvolvimento do aglomerado urbano**. Itajaí: Fundação Genésio Miranda Lins, 1993.

D'ÁVILA, E. **Pequena história de Itajaí**. Tubarão: Gráfica Dehon, 1982.

DENCKER, A. de F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 2007.

DUMAZEDIER, J. **Lazer e cultura popular**. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2001.

FARAH, M. F. S. Parcerias, novos arranjos institucionais e políticas públicas no nível local de governo. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 35, n. 01, p. 119-144, jan./fev. 2001.

FUNDAÇÃO CULTURAL DE ITAJAÍ. **Dados sobre os projetos encaminhados à lei de incentivo à cultura**. Consulta realizada em 2007.

GOLDNER, C. R.; RITCHIE, J. R. B.; MCINTOSH, R. W. **Turismo: princípios, práticas e filosofia**. Porto Alegre. Bookman. 2002.

GOULART, M.; SANTOS, R. I. C. dos. Uma abordagem histórico-cultural do turismo. **Turismo Visão e Ação**. v. 1, p. 19-28, jan/jun.1998.

GOVERNO DO ESTADO DE SANTA CATARINA. **Geografia**. Disponível em < <http://www.sc.gov.br/conteudo/santacatarina/geografia/paginas/index.htm>> Acesso em 7 out. 2008.

HALL, C. M. **Planejamento Turístico: políticas, processos e relacionamentos**. São Paulo: Contexto, 2001.

HUGUES, Howard. **Artes, Entretenimento e Turismo**. São Paulo: Roca, 2006.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Perfil de Itajaí (2006)**. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/home/>> Acesso em 1 out. 2007.

IPEA. Instituto de Pesquisa Aplicada. **Dados econômicos sobre o setor cultural**. Disponível em <<http://www.ipea.gov.br/default.jsp>> Acesso em 18 nov. 2006.

JENKINS, G. Desenvolvimento do turismo: o contexto. In. **Encontro de turismo Brasil Grã-Bretanha**. A dimensão dos setores público e privado. Salvador: UNIFACS/SCT/SEBRAE (p.25-37), 1998.

KOHL, D. H. B. **Porto Belo: sua história e sua gente**. 2. ed. Blumenau: Odorizzi, 2001.

LARAIA, R. de B. **Cultura: um conceito antropológico**. 15. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

LEFÉVRE, F.; LEFÉVRE, A. M. C. Princípios básicos e fundamentais do discurso do sujeito coletivo. In: LEFÉVRE, Fernando. **Discurso do Sujeito Coletivo: um novo enfoque em pesquisa qualitativa**. Caxias do Sul: Educs, 2005.

LENZI, R. M. (org.). **Itajaí: Outras histórias**. Itajaí: Sinodal; Prefeitura Municipal; Secretaria de Educação; Fundação Genésio Miranda Lins, 2002.

MOESCH, N. M. In: GASTAL, S. **Turismo: 9 propostas para um saber-fazer**. 3. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

MOLETTA, V. F. **Turismo Cultural**. Porto Alegre: Sebrae/RS, 1998.

MOREIRA, S. M. T. **Porto de Itajaí: da gênese aos dias atuais**. Dissertação. Curso de Pós Graduação em Geografia. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Florianópolis, 1995.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 1999.

PIAZZA, W. F. **A colonização Italiana em Santa Catarina**. Florianópolis: IOESC, 1987.

PINHO, D. B. **A Arte como Investimento**. São Paulo: Nobel; Editora da Universidade de São Paulo, 1989.

PREFEITURA MUNICIPAL DE BALNEÁRIO CAMBORIÚ. Secretaria de Turismo. **Estatísticas**. Disponível em < http://www.secturbc.com.br/pt_index.php?s=estatísticas> Acesso em 01 out. 2007.

PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAJAÍ. **Itajaí: História**. Disponível em: <http://www.itajai.sc.gov.br/a_cidade_1st.php> Acesso em 30 out. 2007.

PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAJAÍ. **PDI - Plano Diretor de Itajaí**: Leitura técnica. Prefeitura Municipal de Itajaí; Secretaria Municipal de Planejamento e Desenvolvimento; Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Itajaí: 2006.

REICHERT, I. C. Legado cultural e turismo: sobre lugares, memórias e outras histórias. In: ASHTON, M. S. G. (Org.). **Turismo: sinais de cultura**. Novo Hamburgo: FEEVALE, 2001 (p. 39-51).

REIS, A. C. F. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável**: O caleidoscópio da cultura. Barueri: Manole, 2007.

REJOWSKI, M. **Realidade turística nas pesquisas científicas**: Visão de pesquisadores e profissionais. São Paulo, USP, 1995, v.1 (Tese de Livre-Docência).

RODRIGUES, A. B. **Turismo e espaço**: rumo a um conhecimento transdisciplinar. 2. ed. São Paulo: Editora HUCITEC Ltda, 2002.

RUSCHMANN, D. V. de M. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. 9. ed. Campinas: Papirus, 1997.

SALVATI, S. S. (Org.). **Turismo responsável**: manual para políticas públicas. Brasília: WWF Brasil, 2004.

SANTOS, M. H. M. B. dos. **A importância das políticas públicas para o desenvolvimento do turismo cultural em Florianópolis e Porto Alegre**. Dissertação (mestrado) - Universidade do Vale do Itajaí, 2006.

SANTUR - Santa Catarina Turismo S/A. **Destinos e Roteiros**. Disponível em: <<http://www.santacatarinaturismo.com.br/inter~28.htm>> Acesso em: 18 nov. 2006.

SARTORI, M. **Estrutura organizacional das políticas públicas de turismo no Brasil**: aplicação da política nacional de turismo 1996/1999 em Santa Catarina. 2004.

SEVERINO, J. R. **Itajaí e a identidade açoriana**: a maquiagem possível. Itajaí: Universidade do Vale do Itajaí, 1999.

SILVEIRA, J. J. C. da. **Em busca da identidade perdida**: subsídios para uma política integrada de comunicação em turismo cultural nos municípios de Piçarras e Penha. 2002. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) – Universidade do Vale do Itajaí. Balneário Camboriú, 2002.

STEWART, T. **A Capital Intelectual**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

STIGLITZ, J. E. **Os exuberantes anos 90**: uma nova interpretação da década mais próspera da história. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

THEOBALD, W. F. **Turismo Global**. São Paulo: SENAC, 1998.

UNESCO. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial**. 2003. Disponível em < <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540por.pdf>> Acesso em 1 out. 2007.

WEFFORT, F. Cultura é um bom negócio. Revista Fiesp, 16 set. 1996.

ZEPPEL, H.; HALL, C., Arts and heritage tourism. In. Weiler, B.; Hall, C. (eds) **Special interest tourism**. London: Belhaven, 1992 (p 47-65).

APÊNDICES

APÊNDICE 01

Modelo de quadro adotado para a análise dos documentos legais

CULTURA
Expressões Chave:
Idéias Centrais:
PRODUÇÃO CULTURAL
Expressões Chave:
Idéias Centrais:
LEI
Expressões Chave:
Idéias Centrais:

APÊNDICE 02

Resumo da Lei Nº 3473, de 11 de Janeiro de 2000 alterada pela Lei 4467 de _____

Resumo da Lei Nº 3473, de 11 de Janeiro de 2000 alterada pela Lei 4467 de ____

DISPÕE SOBRE INCENTIVOS FISCAIS PARA APOIO À REALIZAÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

JANDIR BELLINI, Prefeito Municipal de Itajaí. Faço saber que a Câmara Municipal de Itajaí votou e aprovou, e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º - Fica instituído no âmbito do Município, incentivo fiscal a ser concedido em apoio à realização de projetos culturais que visam a produção e difusão de bens e valores culturais, como forma de garantir a preservação da cultura das tradições e dos costumes da sociedade itajaiense.

Art. 2º - Esta Lei abrangerá projetos nas seguintes áreas:

I – Música e dança;

II – Teatro e circo;

~~III – Cinema, fotografia e vídeo;~~

III – Audiovisual; (Redação dada pela Lei nº 4.467/2005)

~~IV – Artes plásticas;~~

IV – Artes Visuais; (Redação dada pela Lei nº 4.467/2005)

V – Literatura;

VI – Preservação e restauração do acervo cultural e natural classificado pelos órgãos competentes;

VII – Museus, bibliotecas e centros culturais;

VIII – Arte Popular. (Redação acrescentada pela Lei nº 4.467/2005)

~~Art. 3º – Os projetos culturais serão apresentados à Fundação Cultural de Itajaí pelos produtores culturais, capacitando-os a receber recursos de contribuintes do Imposto Sobre Serviços – ISS, até o limite de 30% (trinta por cento) do imposto devido, mediante emissão de Certificado de Enquadramento.~~

Art. 3º Os projetos culturais serão apresentados à Fundação Cultural de Itajaí pelos produtores culturais, capacitando-os a receber recursos de contribuintes do Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza – ISSQN, até o limite de 30% (trinta por cento) do imposto devido, mediante emissão de Certificado de Enquadramento. (Redação dada pela Lei nº 4.467/2005)

~~Art. 4º – Fica autorizada a criação da Comissão Itajaiense de Avaliação de Projetos Culturais (CAPC), a qual ficará incumbida do exame e da proposta de enquadramento dos projetos culturais apresentados.~~

Art. 4º Fica autorizada a criação da Comissão Itajaiense de Avaliação de Projetos Culturais (CITAC), a qual ficará incumbida do exame e da proposta de enquadramento dos projetos culturais apresentados. (Redação dada pela Lei nº 4.467/2005)

§ 1º - Os componentes da Comissão serão escolhidos dentre pessoas de comprovada idoneidade e reconhecida notoriedade na área cultural, nomeados através de Decreto do Senhor Prefeito Municipal, após indicados pelos seguintes órgãos:

- I – Conselho Municipal de Cultura;
- II – Fundação Cultural de Itajaí;
- III – Secretaria Municipal de Educação;
- IV – Procuradoria Geral do Município;
- V – Gabinete do Prefeito Municipal.

~~§ 2º - A Comissão será a responsável pela análise e enquadramento dos projetos adequados nos termos da presente Lei e o aspecto orçamentário do projeto, definindo ainda seu grau, normal ou especial, de interesse público.~~

§ 2º A Comissão será a responsável pela análise e enquadramento dos projetos adequados nos termos da presente Lei e o aspecto orçamentário do projeto. (Redação dada pela Lei nº 4.467/2005)

3º - A Comissão poderá fixar o limite máximo de incentivo a ser concedido a cada projeto individualmente, que será homologado por Decreto do Senhor Prefeito Municipal.

~~§ 4º - Aos membros da Comissão não será permitida a apresentação de projetos durante o período de seu mandato, até seis meses após.~~

§ 4º Aos membros da Comissão (CITAC), e aos servidores da Fundação de Cultura de Itajaí, não será permitida a apresentação de projetos durante o período de seu mandato, até seis meses após. (Redação dada pela Lei nº 4.467/2005)

Art. 5º - Para gozar dos benefícios previstos nesta Lei, os projetos serão submetidos à Comissão, explicitando os objetivos, resultados esperados, recursos humanos e financeiros envolvidos, para fins de emissão do Certificado de Enquadramento, sem prejuízo de acompanhamento de sua execução.

~~Art. 6º - Os Certificados de Enquadramento, para efeito de captação de recursos, terão a validade de um ano contado da data de sua expedição, cujos valores serão expressos em Unidade Fiscal de Referência - UFIR.~~

Art. 6º Os Certificados de Enquadramento, para efeito de captação de recursos, terão a validade de um ano contado da data de sua expedição, cujos valores serão expressos em moeda corrente. (Redação dada pela Lei nº 4.467/2005)

Art. 7º - O recursos financeiros captados junto aos contribuintes em favor dos projetos, com base nos valores dos Certificados de Enquadramento, representará, no máximo, 30% (trinta por cento) do total do Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza- ISS, devido.

Parágrafo Único – O prazo para utilização do benefício por parte do contribuinte é de até cento e oitenta dias, contados da data da efetiva utilização dos recursos, respeitando o exercício fiscal.

Art. 8º - Os recursos financeiros relativos ao projeto cultural, seu depósito e movimentação será feito através de conta bancária vinculada, aberta especialmente para esse fim.

Art. 9º - Além das sanções penais cabíveis, será multado em dez vezes o valor incentivado o produtor cultural que não comprovar a correta aplicação desta Lei, por dolo, com desvio dos objetivos ou dos recursos.

Art. 10 – As entidades de classe representativas dos diversos segmentos da cultura, poderão ter acesso, em todos os níveis, a toda a documentação referente aos projetos culturais beneficiados por esta Lei.

~~Art. 11 – As obras resultantes dos projetos culturais beneficiados por esta Lei serão apresentadas, posteriormente, no âmbito do Município, devendo constar de toda a divulgação o apoio institucional da Prefeitura Municipal de Itajaí.~~

Art. 11 As obras resultantes dos projetos culturais beneficiados por esta Lei serão apresentadas, posteriormente, no âmbito do Município, devendo constar de toda a divulgação o apoio institucional da Prefeitura de Itajaí, compreendendo-se logomarca da Lei Municipal de Incentivo a Cultura, logomarca da Fundação Cultural de Itajaí, Brasão da Prefeitura de Itajaí e logomarca do patrocinador caso este não se oponha. (Redação dada pela Lei nº 4.467/2005)

Art. 12 – O poder Executivo regulamentará essa Lei no prazo de noventa dias contados da data de sua publicação.

Art. 13 – Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

PREFEITURA MUNICIPAL DE ITAJAÍ, 11 DE JANEIRO DE 2000

JANDIR BELLINI
Prefeito Municipal

ANEXOS

ANEXO 01

Lei Nº 3.473, de 11 de Janeiro de 2000

LEI Nº 3.473, DE 11 DE JANEIRO DE 2000

DISPÕE SOBRE INCENTIVOS FISCAIS PARA APOIO À REALIZAÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS, E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

JANDIR BELLINI, Prefeito Municipal de Itajaí, Faço saber que a Câmara Municipal de Itajaí, votou e aprovou, e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º - Fica instituído no âmbito do Município, incentivo fiscal a ser concedido em apoio à realização de projetos culturais que visam a produção e difusão de bens e valores culturais, como forma de garantir a preservação da cultura das tradições e dos costumes da sociedade itajaiense.

Art. 2º - Esta Lei abrangerá projetos nas seguintes áreas:

- I. Música e dança;
- II. Teatro e circo;
- III. Audiovisual;
- IV. Artes Visuais
- V. Literatura;
- VI. Preservação e restauração do acervo cultural e natural classificado pelos órgãos competentes;
- VII. Museus, bibliotecas e centros culturais;
- VIII. Arte Popular

Art. 3º - Os projetos culturais serão apresentados à Fundação Cultural de Itajaí pelos produtores culturais, capacitando-os a receber recursos de contribuintes do Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza - ISSQN, até o limite de 30% (trinta por cento) do imposto devido, mediante emissão de Certificado de Enquadramento.

Art. 4º - Fica autorizada a criação da Comissão Itajaiense de Avaliação de Projetos Culturais (CITAC), a qual ficará incumbida do exame e da proposta de enquadramento dos projetos culturais apresentados.

§ 1º - Os componentes da Comissão serão escolhidos dentre pessoas de comprovada idoneidade e reconhecida notoriedade na área cultural, nomeados através de Decreto do Senhor Prefeito Municipal, após indicados pelos seguintes órgãos:

- I. Conselho Municipal de Cultura;
- II. Fundação Cultural de Itajaí;
- III. Secretaria Municipal de Educação;
- IV. Procuradoria Geral do Município;
- V. Gabinete do Prefeito Municipal.

§ 2º - A Comissão será a responsável pela análise e enquadramento dos projetos adequados nos termos da presente Lei e o aspecto orçamentário do projeto.

§ 3º - A Comissão poderá fixar o limite máximo de incentivo a ser concedido a cada projeto individualmente, que será homologado por Decreto do Senhor Prefeito Municipal.

§ 4º - Aos membros da Comissão (CITAC), e aos servidores da Fundação de Cultura de Itajaí, não será permitida a apresentação de projetos durante o período de seu mandato, até seis meses após.

Art. 5º - Para gozar dos benefícios previstos nesta Lei, os projetos serão submetidos à Comissão, explicitando os objetivos, resultados esperados, recursos humanos e financeiros envolvidos, para fins de emissão do Certificado de Enquadramento, sem prejuízo de acompanhamento de sua execução.

Art. 6º - Os Certificados de Enquadramento, para efeito de captação de recursos, terão a validade de um ano contado da data de sua expedição, cujos valores serão expressos em moeda corrente.

Art. 7º - O recursos financeiros captados junto aos contribuintes em favor dos projetos, com base nos valores dos Certificados de Enquadramento, representará, no máximo, 30% (trinta por cento) do total do Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza- ISS, devido.

PARÁGRAFO ÚNICO - O prazo para utilização do benefício por parte do contribuinte é de até cento e oitenta dias, contados da data da efetiva utilização dos recursos, respeitando o exercício fiscal.

Art. 8º - Os recursos financeiros relativos ao projeto cultural, seu depósito e movimentação será feito através de conta bancária vinculada, aberta especialmente para esse fim.

Art. 9º - Além das sanções penais cabíveis, será multado em dez vezes o valor incentivado o produtor cultural que não comprovar a correta aplicação desta Lei, por dolo, com desvio dos objetivos ou dos recursos.

Art. 10º - As entidades de classe representativas dos diversos segmentos da cultura, poderão ter acesso, em todos os níveis, a toda a documentação referente aos projetos culturais beneficiados por esta Lei.

Art. 11 - As obras resultantes dos projetos culturais beneficiados por esta Lei serão apresentadas, posteriormente, no âmbito do Município, devendo constar de toda a divulgação o apoio institucional da Prefeitura Municipal de Itajaí, logomarca da Lei Municipal de Incentivo a Cultura, logomarca da Fundação Cultural de Itajaí, Brasão da Prefeitura de Itajaí e logomarca do patrocinador se este não se opor.

Art. 12 - O poder Executivo regulamentará essa Lei no prazo de noventa dias contados da data de sua publicação.

Art. 13 - Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

ANEXO 02

Lei N° 4.467, de 28 de novembro de 2005

LEI Nº 4.467, DE 28 DE NOVEMBRO DE 2005

ACRESCENTA INCISO VIII NO ART. 2º E ALTERA DISPOSITIVOS NA LEI Nº 3473, DE 11 DE JANEIRO DE 2000, QUE DISPÕE SOBRE INCENTIVOS FISCAIS PARA APOIO À REALIZAÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS.

VOLNEI JOSÉ MORASTONI, Prefeito de Itajaí. Faço saber que a Câmara Municipal votou e aprovou, e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Os incisos III e IV, do art. 2º da Lei nº 3.473, de 11 de janeiro de 2000, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 2º ...

...

III - Audiovisual;

IV - Artes Visuais."

Art. 2º Acrescenta-se o inciso VIII, do art. 2º da Lei nº 3.473, de 11 de janeiro de 2000, com a seguinte redação:

"Art. 2º ...

...

VIII - Arte Popular"

Art. 3º O art. 3º da Lei nº 3.473, de 11 de janeiro de 2000, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 3º Os projetos culturais serão apresentados à Fundação Cultural de Itajaí pelos produtores culturais, capacitando-os a receber recursos de contribuintes do Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza - ISSQN, até o limite de 30% (trinta por cento) do imposto devido, mediante emissão de Certificado de Enquadramento."

Art. 4º O art. 4º e os §§ 2º e 4º da Lei nº 3.473, de 11 de janeiro de 2000, passam a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 4º Fica autorizada a criação da Comissão Itajaiense de Avaliação de Projetos Culturais (CITAC), a qual ficará incumbida do exame e da proposta de enquadramento dos projetos culturais apresentados.

...

§ 2º A Comissão será a responsável pela análise e enquadramento dos projetos adequados nos termos da presente Lei e o aspecto orçamentário do projeto.

...

§ 4º Aos membros da Comissão (CITAC), e aos servidores da Fundação de Cultura de Itajaí, não será permitida a apresentação de projetos durante o período de seu mandato, até seis meses após."

Art. 5º O art. 6º da Lei nº 3.473, de 11 de janeiro de 2000, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 6º Os Certificados de Enquadramento, para efeito de captação de recursos, terão a validade de um ano contado da data de sua expedição, cujos valores serão expressos em moeda corrente."

Art. 6º O art. 11 da Lei nº 3.473, de 11 de janeiro de 2000, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 11 As obras resultantes dos projetos culturais beneficiados por esta Lei serão apresentadas, posteriormente, no âmbito do Município, devendo constar de toda a divulgação o apoio institucional da Prefeitura de Itajaí, compreendendo-se logomarca da Lei Municipal de Incentivo a Cultura, logomarca da Fundação Cultural de Itajaí, Brasão da Prefeitura de Itajaí e logomarca do patrocinador caso este não se oponha."

Art. 7º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Prefeitura de Itajaí, 28 de novembro de 2005.

VOLNEI JOSÉ MORASTONI
Prefeito de Itajaí

ANEXO 03

Decreto nº 8466, de 28 de dezembro de 2007

DECRETO Nº 8466, DE 28 DE DEZEMBRO DE 2007

REGULAMENTA A LEI Nº 3473 DE 11 DE JANEIRO DE 2000, QUE DISPÕE SOBRE INCENTIVOS FISCAIS PARA APOIO À REALIZAÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS.

O Prefeito de Itajaí, no uso de suas atribuições, de acordo com a Lei nº 3.473, de 11 de janeiro de 2000, alterada pela Lei nº 4.467, de 28 de novembro de 2005, que dispõe sobre incentivos a produção artística e cultural e considerando a solicitação contida no Ofício FCI-793/2007, da Fundação Cultural de Itajaí, DECRETA:

CAPÍTULO I DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º O mecanismo de incentivo à arte e à cultura, no âmbito municipal, instituído através da Lei 3.473, de 11 de janeiro de 2000, alterada pela Lei nº 4.467 de 28 de novembro de 2005, obedecerá aos preceitos desta, bem como aos da presente regulamentação.

Art. 2º Para efeitos deste regulamento considera-se:

I - PROJETO CULTURAL: propostas de realização de obra, ação ou evento específico ao desenvolvimento artístico-cultural e histórico-cultural, nas seguintes áreas:

- a) Música: oficina, curso, concerto, festival, workshop, seminário, mostra, show, gravação de CD e vídeo, gravação de DVD, recursos materiais e publicações;
- b) Dança: oficina, curso, festival, espetáculo, workshop, seminário, mostra, performance, recursos materiais e publicações;
- c) Teatro: oficina, curso, mostra, festival, performance, espetáculo, recursos materiais e publicações;
- d) Circo: oficina, curso, mostra, festival, performance, espetáculo, recursos materiais, publicações;
- e) Audiovisual: oficina, exibição, workshop, produção de DVD, mostra, criação de website, película, festival, radionovela, curso, vídeo, recursos materiais e publicações;
- f) Artes Visuais: seminários, oficina, curso, exposição individual ou coletiva, performance, mostra e salão, recursos materiais e publicações;
- g) Literatura: curso, oficina, concurso literário, publicação de livros e periódicos, sarau, recursos materiais;
- h) Acervo do patrimônio cultural (assim classificado pelos órgãos competentes): preservação, reforma, revitalização e restauração de prédios, peças, bens e obras histórico-culturais, evento, curso, concurso e exposição, recursos materiais e publicações;
- i) Museus, bibliotecas e centros culturais mantidos por entidade que seja de utilidade pública: reforma, revitalização, restauração, recuperação e instalação em prédios, obras e acervos, curso, oficina, show, festival e exposições, recursos materiais e publicações;
- j) Arte Popular: oficinas, exposições, cursos, apresentações, espetáculos, seminários, recursos materiais e publicações;

II - INCENTIVO FISCAL: utilização, como crédito do recurso financeiro aplicado em projetos culturais por contribuinte do Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza, a título de renúncia, para transferência dos valores devidos ao Município, na forma e nos limites estipulados em lei;

III - PRODUTOR: pessoa física ou jurídica residente, no mínimo, há dois anos no Município, diretamente responsável pelo projeto cultural, a ser beneficiado pelo incentivo fiscal;

IV - CONTRIBUINTE: é a empresa ou profissional autônomo, inscrito no Cadastro de Contribuintes do ISSQN - Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza de Qualquer Natureza, no Município de Itajaí, que venha a apoiar financeiramente, através de patrocínio, projetos culturais ou artísticos, previstos em Lei, na forma deste Regulamento.

Parágrafo Único - É vedada a contemplação de recursos materiais permanentes com exceção das alíneas h e i, do inciso I.

Art. 3º Os produtores poderão contratar agenciamento técnico para a elaboração de seus projetos, desde que o valor do agenciamento não ultrapasse o equivalente a 10% (dez por cento).

CAPÍTULO II DOS PROCEDIMENTOS TÉCNICOS

Art. 4º A viabilização da execução de produções culturais de que trata este Regulamento, dependerá de análise, aprovação e enquadramento pela Comissão Itajaiense de Avaliação de Projetos Culturais - CITAC, a ser nomeada pelo Prefeito Municipal, conforme disposto no art. 4º, § 1º, itens I, II, III, IV e V, da Lei Nº 3.473, de 11 de janeiro de 2000.

SEÇÃO I DO INVESTIMENTO DO MUNICÍPIO

Art. 5º O montante do valor anual do ISSQN - Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza, a ser utilizado em Projetos Artísticos e Culturais, não será inferior ao equivalente a 200.000 UFIR - Unidade Fiscal de Referência.

Parágrafo Único - Ato do Executivo fixará o montante máximo a ser destinado aos Projetos Culturais de que trata a lei, dentro de cada exercício financeiro.

Art. 6º Aos contribuintes do ISSQN, que aplicarem recursos financeiros em projetos culturais devidamente aprovados e enquadrados pela CITAC será permitido, nas condições e na forma estabelecidas no presente Regulamento, a título de renúncia, a utilização como crédito do valor aplicado para dedução de valores devidos ao Município, nos critérios e limites fixados, mediante apresentação da Autorização de Transferência e da guia bancária de depósito.

Parágrafo Único - O crédito de que trata este artigo não poderá ultrapassar ao valor correspondente a 30% (trinta por cento) do ISSQN devido pelo contribuinte a cada

mês.

Art. 7º O mesmo percentual do crédito tributário inscrito em dívida ativa, desde que não oriundo de dolo ou fraude, também poderá ser aplicado em projetos culturais, na forma e condições da Lei e neste Regulamento.

Art. 8º Fica vedado o benefício fiscal de que trata a Lei, a projeto de que seja beneficiário o próprio contribuinte, substituto tributário, sócios, titulares ou sucessores.

Art. 9º Os eventos, lançamentos de produtos, shows, concertos, oficinas, concursos e cursos, inaugurações, exposições e estréias relacionadas a projetos incentivados por esta Lei deverão ser feitos obrigatoriamente a partir do município de Itajaí.

Art. 10 O valor máximo para cada projeto será de até 10% (dez por cento) do montante disponível no exercício financeiro correspondente, previsto no art. 5º deste Regulamento.

Art. 11 Não serão concedidos os benefícios da Lei a produtores culturais - pessoas físicas ou jurídicas - em débito com a Fazenda Pública Municipal.

SEÇÃO II DO ENCAMINHAMENTO DOS PROJETOS

Art. 12 O produtor deverá preencher, em duas vias, o Formulário de Apresentação de Projetos Culturais - FAPAC, fornecido pela Fundação Cultural de Itajaí, acompanhado da seguinte documentação:

I - se pessoa jurídica de direito público:

- a) cópia autenticada do cartão do CNPJ, comprovando a existência da pessoa jurídica há no mínimo dois anos;
- b) cópia autenticada do documento de identidade e do CPF do representante legal da instituição;
- c) cópia autenticada do termo de posse ou nomeação do representante legal da instituição;
- d) relatório de atividades culturais ou artísticas da instituição nos últimos 2 (dois) anos;
- e) original da Certidão Negativa de Débito para com a Fazenda Municipal;

II - se pessoa jurídica de direito privado sem fins lucrativos:

- a) cópia autenticada do cartão do CNPJ, comprovando a existência da pessoa jurídica há no mínimo dois anos;
- b) cópia autenticada do documento de identidade e do CPF do representante legal da instituição;
- c) cópia autenticada da ata de constituição da diretoria atual da instituição;
- d) cópia autenticada dos estatutos da instituição;
- e) relatório das atividades culturais da instituição nos últimos 2 (dois) anos;
- f) original da Certidão Negativa de Débito para com a Fazenda Municipal;

III - se pessoa jurídica de direito privado com fins lucrativos:

- a) cópia autenticada do cartão do CNPJ, comprovando a existência da pessoa jurídica há no mínimo dois anos;
- b) cópia autenticada do documento de identidade e CPF do representante legal da empresa;
- c) cópia autenticada do contrato social da empresa, com as alterações nos últimos 2 (dois) anos;
- d) relatório das atividades culturais da empresa nos últimos 2 (dois) anos;
- e) original da Certidão Negativa de Débito para com a Fazenda Municipal;

IV - se pessoa física:

- a) cópia autenticada do documento de identidade e do CPF;
- b) curriculum vitae que comprove a atuação no setor cultural há no mínimo dois anos;
- c) original da Certidão Negativa de Débito para com a Fazenda Municipal;
- d) cópias autenticadas de comprovante de residência no Município de Itajaí, sendo uma do ano de apresentação e as outras comprovando residência na cidade há pelo menos 2 (dois) anos, antes da apresentação do Projeto.

Parágrafo Único - Fica impedido da apresentação de Projetos, o produtor que não tiver prestado contas de projetos anteriormente aprovados pela Lei Municipal de Incentivo à Cultura, bem como não tiver concluído o projeto e/ou ter cumprido a contrapartida.

Art. 13 Os projetos propostos deverão ser apresentados com os seguintes anexos, além da documentação técnica aqui mencionada:

I - para gravação de CD, DVD e VÍDEO: apresentação de demo do respectivo projeto em CD com no mínimo 03 (três) músicas, a serem gravadas;

II - para Festival, Workshop, seminários e mostras: apresentação da programação com os nomes dos profissionais e/ou espetáculos a serem contratados para realização do projeto;

III - produção de espetáculos e performances: concepção cênica e ficha técnica indicando todas as pessoas envolvidas no projeto;

IV - exibição de vídeo, película, DVD e radionovela: apresentação da programação com os títulos a serem exibidos;

V - produção de vídeo, película, DVD e radionovela: apresentação de roteiro e ficha técnica indicando todas as pessoas envolvidas no projeto;

VI - criação de website: apresentação de "layout", conteúdo e plataforma da website proposta. Essa proposta será publicada em resolução junto com edital da abertura do prazo de apresentação dos projetos;

VII - artes visuais exposição: apresentação de portfólio com 5 fotos e/ou croquis das obras a serem expostas;

VIII - concurso: Apresentar regulamento;

IX - publicação de livros e periódicos: apresentação dos textos a serem publicados;

X - preservação reforma, revitalização, restauração: essa proposta será publicada em resolução junto com edital da abertura do prazo de apresentação dos projetos, com base no que definir o Conselho de Patrimônio Cultural de Itajaí;

XI - apresentações folclóricas e de artes cênicas: apresentar em vídeo ou DVD, parte ou todo do espetáculo, caso não seja para a produção do mesmo;

CAPÍTULO III DA TRAMITAÇÃO NA CITAC

Art. 14 O projeto cultural encaminhado à CITAC, será protocolado na Assessoria Jurídica, da Fundação Cultural de Itajaí, recebendo numeração de processo e de ordem.

Art. 15 A CITAC analisará o projeto em seu aspecto formal de preenchimento, compatibilidade de custos orçamentários com os valores de mercado, verificação de débitos do produtor para com a Fazenda Pública Municipal, bem como da legalidade e autenticidade dos documentos acostados.

§ 1º Se apontada à necessidade de diligência, o produtor será oficiado, devendo encaminhar posteriormente os documentos, informações complementares e/ou reparos apontados.

§ 2º No caso do § 1º, o projeto cultural somente continuará tramitando suprido, por parte do produtor, o que couber.

Art. 16 A CITAC obedecerá:

I - a ordem protocolar;

II - a importância do projeto para a produção, garantia e difusão da diversidade e preservação da cultura;

III - a verificação dos valores orçamentários e os de mercado, decidindo sobre o valor máximo.

Art. 17 Os projetos aprovados e seus orçamentos deverão constar em portaria expedida pela CITAC e publicada no Jornal Oficial do Município, e ao produtor será expedido um Certificado de Enquadramento;

Art. 18 Da não aprovação do projeto caberá recurso à própria CITAC, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da publicação no Jornal Oficial do município, devendo esta decidir após nova análise, no prazo de 15 (quinze) dias úteis.

Art. 19 A tramitação do projeto, desde a data do protocolo até a publicação da

portaria no Jornal Oficial do Município, não poderá exceder a 60 (sessenta) dias úteis, salvo justificada necessidade.

Art. 20 O Presidente da CITAC distribuirá, na ordem protocolar cronológica, aos seus membros, cada projeto para análise prévia e respectivo relatório.

Art. 21 É vedado à pessoa, membro da CITAC, e aos servidores da Fundação Cultural de Itajaí, apresentar projetos culturais durante seu mandato, e até 6 (seis) meses após seu término.

Parágrafo Único - Na hipótese de existirem projetos em que o proponente seja uma das instituições representadas na CITAC, o representante da mesma, durante o processo de análise e aprovação, não participará do processo.

Art. 22 O Presidente poderá convocar sessões extraordinárias específicas para atender a demanda verificada.

Art. 23 Todos os proponentes terão acesso, em todos os níveis, à documentação inerente aos projetos encaminhados.

CAPÍTULO IV A CAPTAÇÃO JUNTO AO CONTRIBUINTE

Art. 24 O produtor, comunicado da aprovação do projeto, deverá providenciar abertura de Conta Corrente específica, vinculada à Fundação Cultural de Itajaí, na agência central do Banco do Brasil S.A., de Itajaí, em nome do projeto aprovado.

Art. 25 A Conta mencionada no artigo retro destina-se a recebimento de depósitos de valores relativos ao projeto, e só poderão ser utilizados a partir da captação equivalente a 40% (quarenta por cento) do valor total do projeto aprovado.

§ 1º O produtor deverá comprovar a captação prevista neste artigo, através da apresentação, junto à CITAC, dos respectivos extratos bancários, em até 12 (doze) meses a partir da data de expedição do Certificado de Enquadramento.

§ 2º Comprovada a captação dos recursos mínimos, prevista neste artigo, mediante apresentação de extratos bancários ou de comprovantes de depósitos bancários, a CITAC, no prazo de 3 (três) dias úteis, emitirá Autorização Para Utilização dos Recursos - APURE.

§ 3º No caso de o produtor não conseguir captar, no prazo estipulado, o equivalente a 40% (quarenta por cento) do valor total para a realização de seu projeto, havendo ou não prorrogação deste prazo, o produtor deverá providenciar o depósito dos valores captados em Conta Bancária da Fundação Cultural de Itajaí.

Art. 26 A dedução do ISSQN, na forma e nos limites estabelecidos neste Regulamento, poderá ser iniciada a partir da data em que o contribuinte depositar os valores constantes na Autorização de Transferência na conta do projeto beneficiado, podendo também fazê-lo até, no máximo 180 (cento e oitenta) dias a contar da data do referido depósito.

Art. 27 Uma via do Termo de Compromisso, que conterà dados do Contribuinte e do Produtor, depois de assinado por ambos, será encaminhada ao Secretário de Receita que emitirá, Autorização de Transferência no percentual de até 30% (trinta por cento) do valor do ISSQN a ser recolhido a cada mês pelo Contribuinte, e repassado ao Produtor, obedecendo-se os procedimentos do art. 25 deste Regulamento, respeitado o limite máximo orçamentário fixado para cada projeto, e o teto fixado para o exercício financeiro.

§ 1º O Termo de Compromisso referido no caput, será preenchido em 4 (quatro) vias, assim identificadas:

- I - primeira via - do Contribuinte;
- II - segunda via - do Produtor;
- III - terceira via - da Secretaria de Receita;
- IV - quarta via - da CITAC, nos autos do processo.

§ 2º A Secretaria de Receita, no momento em que receber a 3ª via do Termo de Compromisso emitirá em favor do Projeto a Autorização de Transferência de Valores, entregando-a ao Produtor para que este possa providenciar a captação de recursos, na forma legal.

Art. 28 O Certificado de Enquadramento referido no art. 5º da Lei nº 3.473/2000, é o documento hábil que autoriza o produtor a iniciar a captação de recursos junto a contribuintes, para a execução de seu projeto aprovado.

§ 1º A prova da captação de recursos será o depósito, pelo contribuinte, em conta corrente específica do projeto, com a juntada ao processo junto a CITAC, pelo produtor, da cópia de extrato bancário, ou de depósito bancário, devidamente autenticado.

§ 2º Na hipótese de pagamento parcelado do débito tributário, as deduções autorizadas serão realizadas por ocasião do pagamento de cada parcela.

CAPÍTULO V DA CONTRAPARTIDA E DA PRESTAÇÃO DE CONTAS

Art. 29 Será obrigatória a vinculação na divulgação publicitária, gravada, ao vivo, impressa ou falada, ou por quaisquer outros meios, de todo projeto cultural a que se refere este Decreto, logomarca da Lei Municipal de Incentivo a Cultura, logomarca da Fundação Cultural de Itajaí, Brasão da Prefeitura de Itajaí e logomarca e do patrocínio do contribuinte, caso este não se oponha.

§ 1º Como contrapartida os produtores aprovados deverão destinar à Fundação Cultural de Itajaí:

- I - no caso de espetáculos que permaneçam em temporada, 1 (uma) apresentação;
- II - no caso de espetáculo de apresentação única, 10% (dez por cento) dos ingressos disponibilizados;
- III - no caso de produção de CDs, DVDs, vídeos, livros, periódicos, 5% (cinco por cento) do total produzido;

- IV - no caso de eventos, 10% (dez por cento) dos ingressos disponibilizados;
- V - no caso de obras de artes visuais, 01 (uma) obra para o acervo da Fundação Cultural de Itajaí;
- VI - no caso de oficinas, cursos, workshpos, 10% (dez por cento) das vagas.

§ 2º Os casos omissos neste artigo serão resolvidos entre CITAC e o produtor.

Art. 30 O prazo para conclusão do projeto cultural não poderá ultrapassar doze (doze) meses do recebimento da primeira parcela do incentivo, prorrogável por até 03 (três) meses, mediante solicitação por escrito encaminhada à CITAC.

Parágrafo Único - No caso de não conclusão do projeto, o produtor devolverá os valores captados à Fundação Cultural de Itajaí.

Art. 31 O produtor deve apresentar à Fundação Cultural de Itajaí em 2 (duas) vias a prestação de contas detalhada dos recursos captados e despendidos, comprovados através de faturas, notas fiscais, extratos bancários.

§ 1º A Fundação Cultural de Itajaí deverá encaminhar a Secretaria de Receita uma via da prestação de contas apresentada pelo produtor.

§ 2º O produtor terá até 30 dias após do término da execução do projeto para apresentar a prestação de contas respeitando o disposto artigo 29 deste Regulamento.

§ 3º O produtor que desejar apresentar novo projeto no ano subsequente à aprovação de seu projeto, deverá apresentar a prestação de contas até 30 dias antes da data de encerramento para propositura de novos projetos, bem como a conclusão/execução do mesmo.

§ 4º O não atendimento do prazo e das exigências deste artigo impedirá o produtor de propor novo projeto, ficando sujeito ação judicial cabível, promovida pelo Município.

Art. 32 O produtor cultural obriga-se a fornecer a CITAC todo o material publicitário e promocional relacionado ao projeto incentivado, que passará a fazer parte da memória deste.

Art. 33 A CITAC poderá determinar vistorias, avaliações, perícias, análises e demais levantamentos que julgue necessários à perfeita observância deste Regulamento, em qualquer fase do projeto, tomando as providências que julgar necessária.

CAPÍTULO VI DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 34 A CITAC fica autorizada, a expedir normas e procedimentos necessários a alterações dos formulários a que se refere este Regulamento.

Art. 35 A utilização indevida dos benefícios concedidos pela Lei 3.473, de 11 de janeiro de 2000, bem como pelas normas deste Regulamento, mediante fraude, simulação ou conluio, por parte de produtor ou de contribuinte, sujeitará os responsáveis às penas da legislação civil, tributária, administrativa e penal vigentes, e multa correspondente a 10 (dez) vezes o valor incentivado para a execução do projeto.

Parágrafo Único - As receitas oriundas deste artigo serão depositadas em conta corrente da Fundação Cultural de Itajaí, e serão aplicados em projetos culturais a juízo desta.

Art. 36 Os projetos culturais que visem a captação de recursos na forma deste Decreto deverão ser apresentados através de FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO DE PROJETOS NA ÁREA CULTURAL - FAPAC.

Parágrafo Único - Os demais formulários necessários à tramitação perante a CITAC são:

- I - Certificado de Enquadramento em 3 (três) vias;
 - II - termo de Compromisso em 4 (quatro) vias;
 - III - autorização para transferência de recursos em 3 (três) vias;
 - IV - autorização para utilização de recursos em 3 (três) vias;
- Art. 37 Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Prefeitura de Itajaí, 28 de dezembro de 2007.
VOLNEI JOSÉ MORASTONI
Prefeito de Itajaí

ANEXO 04
Resolução nº 001/2008

RESOLUÇÃO Nº 001/2008

O Superintendente da Fundação Cultural de Itajaí, no uso de suas atribuições, dispõe sobre abertura de prazo para apresentação de projetos relacionados com o **a Lei de incentivo a Cultura**, Lei nº 3.473 DE 11 DE JANEIRO DE 2000, com alteração da Lei nº 4467 DE 28 DE NOVEMBRO DE 2005, e decreto nº 8466 de 28 de Dezembro de 2007 QUE DISPÕE SOBRE INCENTIVOS FISCAIS PARA APOIO À REALIZAÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS, e da outras providências.

Art. 1º - Fica estabelecido o prazo para apresentação dos projetos relacionados com a Lei supracitada, suas alterações e regulamentações, com início em 15 de janeiro e término no dia 15 de fevereiro de 2008.

Art 2º - Os projetos deverão se entregues na assessoria jurídica da Fundação Cultural no horário de 13:00 hrs até as 19:00 horas de segunda a sexta-feira, contendo toda a documentação técnica e fiscal necessária.

Parágrafo Único: Caso a Prefeitura de Itajaí volta a ter suas atividades em horário habitual, ou seja, das 08 horas até as 12 horas e das 14 horas até as 18 horas, o artigo 2º deverá ser interpretado desta forma.

Art 3º - Todos os interessados poderão ter informação pelo site da Fundação Cultural de Itajaí, ou pessoalmente na assessoria jurídica da mesma.

Art 4º - Todas as leis contendo o rol de documentação e a forma de montagem do projeto, bem como o valor total para repasse a Lei está disponível nos sites da Prefeitura de Itajaí e da Fundação Cultural de Itajaí.

Art 5º - As regras para apresentação de projetos na questão de Bem Imóvel Tombado, além da documentação exigida na lei é:

- a) Declaração Municipal obtida junto ao SPDU – Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Urbano, obtida com a concordância do proprietário.
- b) Anotação de Responsabilidade Técnica, do responsável técnico;
- c) Levantamento Cadastral, registro gráfico do estado atual do prédio em escala adequada, composto de implantação, plantas baixas com triangulação, elevações, cortes, detalhes, redes de infra-estrutura, indicação do sistema construtivo e materiais;
- d) Levantamento do Estado de Conservação – Indicação em plantas, cortes e fachadas da presença de lesões, manchas de umidade, materiais deteriorados, fissuras e rachaduras, lacuna de materiais, vegetação e análise do estado das instalações prediais;
- e) Levantamento Fotográfico – Entorno Urbano, elevações, espaço interno, detalhes e lesões em filme preto e branco;
- f) Proposta de Restauração – Memorial justificativo da proposta, com a indicação do programa de necessidades a ser implantando, adequação do uso ao prédio e os critérios de restauração adotados; projeto arquitetônico e detalhamento; Projetos complementares; Projeto de agenciamento dos espaços internos; Memorial descritivo das técnicas e materiais a serem adotados.

Parágrafo Único – Após parecer do CITAC, o projeto será encaminhado ao Conselho Municipal do Patrimônio Histórico de Itajaí.

Art 6º - Na questão do sitio eletrônico ou website as regras são:

- a) O projeto deverá especificar a linguagem de programação e as tecnologias que serão utilizadas para a criação do portal, bem como o banco de dados, caso utilizado;
- b) Descrição do conteúdo de todos os links do website (mapa website), referenciando a forma que o link será alimentado, se conteúdo dinâmico ou estático, e o público interessado no conteúdo de cada sessão;
- c) Deverá ser especificado as ferramentas que serão utilizadas para construção do website, sendo que todas as ferramentas utilizadas para a criação e manutenção do website deverão ser livres, ou devidamente licenciadas, cabendo ao autor do projeto a responsabilidade jurídica sobre o uso de softwares indevidos
- d) Deverá ser apresentada a modelagem do banco de dados do website (caso utilizado), com a descrição dos campos que cada tabela contém;
- e) Deverá ser apresentado os requisitos funcionais, regras de negócio e diagramas de caso de uso do website baseados no padrão UML;
- f) A hospedagem do website deverá ser prevista no projeto e incluída nos custos do mesmo, tendo em vista que a Fundação Cultural não possui estrutura própria para hospedar o website;
- g) Preferência a portais dinâmicos, que tenham atualizações periódicas sobre o assunto abordado no projeto;
- h) Apresentar o layout do website (impressão colorida ou hospedado na web ou em cd), de todas as telas do website.

Parágrafo Único – Quaisquer dúvidas que devam ser dirimidas, fica a Fundação Cultural de Itajaí, por meio de sua Assessoria Jurídica, a disposição dos candidatos, bem como pessoas interessadas.

Art 7º - A falta de qualquer documento, que consta dessa resolução, resultará no automático indeferimento do projeto sem posterior análise pela comissão.

Art 8º - O julgamento dos projetos ficará por conta da CITAC.

Art 9º - Os resultados dos projetos serão publicados entre dia 04 a 06 de março de 2008, no diário oficial do Município, bem como no site oficial da Fundação Cultural de Itajaí.

Art 10º - Após a publicação dos resultados, os contemplados com a Lei nº 4561 de 09 de maio de 2006, serão convocados pela Fundação Cultural de Itajaí, para a definição do cronograma de apresentações.

Lourival Andrade Jr.
Superintendente da Fundação Cultural de Itajaí

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)