

# Cultura, Cidadania e Políticas Públicas 4



Alvaro Daniel Costa  
(Organizador)

 **Atena**  
Editora

Ano 2019

Alvaro Daniel Costa

(Organizador)

Cultura, Cidadania  
e Políticas Públicas 4

Atena Editora  
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Geraldo Alves e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

#### Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista  
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

C968 Cultura, cidadania e políticas públicas 4 [recurso eletrônico] /  
Organizador Alvaro Daniel Costa. – Ponta Grossa (PR): Atena  
Editora, 2019. – (Cultura, cidadania e políticas públicas – v.4)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-080-3

DOI 10.22533/at.ed.803192501

1. Educação – Brasil. 2. Cidadania. 3. Políticas públicas –  
Educação. 4. Prática de ensino. 5. Professores – Formação. I. Costa,  
Alvaro Daniel.

CDD 323.6

**Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422**

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de  
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos  
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

## APRESENTAÇÃO

A obra *“Cultura , Cidadania e Políticas Públicas”* possui uma série de 84 artigos que abordam os mais variados temas nas áreas relacionadas a área de Ciências Humanas, Sociais Aplicadas e Educação.

O volume I é intitulado *“cultura, políticas públicas e sociais”* e mostra a diversidade de análises científicas em assuntos que vão desde uma análise sociocultural perpassando pelas questões socioeconômicas da sociedade brasileira e latino-americana.

Já o volume II intitulado *“educação, inclusão e cidadania- práticas pedagógicas na cultura educacional”* é inteiro dedicado a área educacional, com textos de pesquisadores que falam sobre uma educação inclusiva em assuntos como autismo, formação profissional nas mais diversas áreas dentro do espectro educativo, além de uma análise sobre os impactos da reforma do ensino médio e sobre lo direito fundamental à educação.

No terceiro volume o assunto é no que tange as *“práticas educacionais, mídia e relação com as políticas públicas e cidadania”* sendo esse volume uma continuidade dos artigos da parte II com artigos que falam sobre práticas pedagógicas, além de textos que trazem sobre assuntos da área comunicacional.

A quarta e última parte é intitulada *“cultura, literatura, educação e políticas públicas- questões multidisciplinares”* e possui uma versatilidade temática que vai da área literária e novamente sobre algumas práticas pedagógicas.

A grande diversidade de artigos deste livro demonstra a importância da análise de temas que dialogam com as práticas de políticas públicas, sejam através da área educacional, comunicação ou aquelas que analisam a sociedade a partir de um viés histórico, cultural ou até mesmo econômico.

Boa leitura!

## SUMÁRIO

### ÁREA TEMÁTICA CULTURA, LITERATURA, EDUCAÇÃO POLÍTICAS PÚBLICAS - QUESTÕES MULTIDISCIPLIARES

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
FORMAÇÃO EM GESTÃO CULTURAL NO BRASIL: DESAFIOS E POSSIBILIDADES	
Gabriel Medeiros Chati	
DOI 10.22533/at.ed.8031925011	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>16</b>
A PERCEPÇÃO DE TRABALHADORES ITAJAIENSES SOBRE O PROCESSO DE IMPLANTAÇÃO DO PROGRAMA DE CULTURA DO TRABALHADOR	
Ana Clara Ferreira Marques	
Maria Glória Dittrich	
DOI 10.22533/at.ed.8031925012	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>30</b>
O EFEITO CRIATIVO: UM MODELO IDEAL DE DESENVOLVIMENTO GLOBAL?	
Victor Moura Soares Ferreira	
DOI 10.22533/at.ed.8031925013	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>45</b>
THE UNBEARABLE UNCERTAINTY OF LIVING: ULRICH BECK'S COSMOPOLITAN ITINERARY FOR A WORLD AT RISK	
Bruno Paulo Castendo Rego	
DOI 10.22533/at.ed.8031925014	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>58</b>
A UTILIZAÇÃO DO <i>GOOGLE CLASSROOM</i> NA MONITORIA DE GEOGRAFIA AGRÁRIA	
Dimitri Andrey Scarinci	
Nilton Abranches Junior	
DOI 10.22533/at.ed.8031925015	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>67</b>
O EFEITO MIMÉTICO DA LITERATURA: DISCUSSÕES SOBRE A PERIFERIA NO ROMANCE "CAPÃO PECADO", DE FERRÉZ.	
Gisele dos Santos Nascimento	
João Victor Gonçalves Ferreira	
DOI 10.22533/at.ed.8031925016	
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>76</b>
LITERATURA EM REVISTA A CONTRIBUIÇÃO DA <i>MUITO</i> PARA A DIVULGAÇÃO DA PRODUÇÃO LITERÁRIA BRASILEIRA	
Sílvia Mota Dantas	
DOI 10.22533/at.ed.8031925017	
<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>89</b>
O QUE UM JACARÉ E UM AEROPORTO TÊM EM COMUM?	
Gabriela Lopes Vasconcellos de Andrade	
DOI 10.22533/at.ed.8031925018	

**CAPÍTULO 9 ..... 97**

A TECTÔNICA DE PLACAS AO ALCANCE DAS MÃOS: PROPOSTA DE ADAPTAÇÃO DE MATERIAL DIDÁTICO PARA ALUNOS COM DEFICIÊNCIA VISUAL

Larissa Romana de Oliveira Araujo  
Dimitri Andrey Scarinci  
Marcelle dos Santos Rodrigues

**DOI 10.22533/at.ed.8031925019**

**CAPÍTULO 10 ..... 107**

PESQUISA SOBRE A PRODUÇÃO DE TEXTOS ESCRITOS DE JOVENS E ADULTOS

Marta Lima de Souza

**DOI 10.22533/at.ed.80319250110**

**CAPÍTULO 11 ..... 118**

RUÍNAS, QUANDO O ERRO SE TORNA ALGO PRECIOSO: ANALISANDO TEXTOS PRODUZIDOS POR ALUNOS DA EJA

Dany Thomaz Gonçalves

**DOI 10.22533/at.ed.80319250111**

**CAPÍTULO 12 ..... 130**

MEMÓRIA SOCIAL E RESISTÊNCIA: ORGANIZAÇÃO COMUNITÁRIA CONTRA O FECHAMENTO DA ESCOLA ALICE DO AMARAL PEIXOTO

Lucas do Couto Neves  
Pablo Peixoto de Jesus Santos  
Bruno de Oliveira Corrêa  
Francisca Marli Rodrigues de Andrade

**DOI 10.22533/at.ed.80319250112**

**CAPÍTULO 13 ..... 138**

ESTUDANTES OU PACIENTES? A MEDICALIZAÇÃO DA EDUCAÇÃO COMO UMA PRÁTICA DE CONTROLE SOCIAL.

Letícia Nascimento Mello  
Cristiane Moreira da Silva  
Sylvio Pecoraro Júnior

**DOI 10.22533/at.ed.80319250113**

**CAPÍTULO 14 ..... 148**

DIVINA PERFORMANCE: O MENINO IMPERADOR DA FESTA DO DIVINO ESPÍRITO SANTO

Viviane Paraguaçu Nunes

**DOI 10.22533/at.ed.80319250114**

**CAPÍTULO 15 ..... 160**

MEDIUNIDADE PRESENTE NA PREPARAÇÃO DE ALIMENTO E DANÇA AFRO-BRASILEIRA

Tereza de Fatima Mascarin

**DOI 10.22533/at.ed.80319250115**

**CAPÍTULO 16 ..... 169**

O AERoclUBE DO BRASIL E O MUSEU AERoESPACIAL: PERSONAGENS IMPORTANTES NA CONSOLIDAÇÃO DE UMA CULTURA DE AVIAÇÃO NO BRASIL

Rejane de Souza Fontes  
Claudia Musa Fay

**DOI 10.22533/at.ed.80319250116**

<b>CAPÍTULO 17</b> .....	<b>185</b>
SOB AS LUZES PALIMPSESTAS: A RECRIAÇÃO DE O VENDEDOR DE PASSADOS PARA O CINEMA	
Josette Maria Alves de Souza Monzani Daniela Ramos de Lima	
<b>DOI 10.22533/at.ed.80319250117</b>	
<b>CAPÍTULO 18</b> .....	<b>196</b>
AS PRIMEIRAS MULHERES “PIONEIRAS” SE FORMAM NA ESCOLA NAVAL BRASILEIRA: ADEUS MINHA ESCOLA QUERIDA!	
Hercules Guimarães Honorato	
<b>DOI 10.22533/at.ed.80319250118</b>	
<b>CAPÍTULO 19</b> .....	<b>206</b>
BLITZ NOVEMBRO AZUL: A APROPRIAÇÃO DE ESPAÇO PÚBLICO PARA PROMOÇÃO E PREVENÇÃO DE DOENÇAS NO HOMEM, UM RELATO DE EXPERIÊNCIA	
Gabriele Cavalcante Pereira Edilson dos Santos Souza Fernando Mendes de Araújo Geiriane Sampaio da Silva Evandro Raimundo Madeira Portela Danyel Pinheiro Castelo Branco	
<b>DOI 10.22533/at.ed.80319250119</b>	
<b>CAPÍTULO 20</b> .....	<b>211</b>
A CONJUNTURA DO <i>MUNDO</i> DOS DETENTOS E SUAS VULNERABILIDADES	
Marceli Diana Helfenstein Albeirice da Rocha Marlete Scremin Patrícia Alves de Mendonça Cavalcante Patricia Fernandes Albeirice da Rocha Rebeca Saiter Ribeiro Sergio Celestino Cavalcante Santos Tatianne Comin Cardoso	
<b>DOI 10.22533/at.ed.80319250120</b>	
<b>CAPÍTULO 21</b> .....	<b>221</b>
ECONOMIA DO CRIME: UMA PERSPECTIVA ECONÔMICA DA TEORIA DE GARY BECKER COM FOCO NO CRIMINOSO RACIONAL	
Michele Lins Aracaty e Silva Daniel Garcia Jaña Riker	
<b>DOI 10.22533/at.ed.80319250121</b>	
<b>CAPÍTULO 22</b> .....	<b>240</b>
LIMITES ÉTICOS E JURÍDICOS À EXPERIÊNCIA CIENTÍFICA COM SERES HUMANOS	
Camila Maria Rosa	
<b>DOI 10.22533/at.ed.80319250122</b>	
<b>CAPÍTULO 23</b> .....	<b>256</b>
“4 MESES, 3 SEMANAS E 2 DIAS”, PARA SER A FAVOR DO DIREITO SUBJETIVO DE ESCOLHA	
Ana Luíza Canolla do Amaral Paulo Eduardo de Mattos Stipp	
<b>DOI 10.22533/at.ed.80319250123</b>	
<b>SOBRE O ORGANIZADOR</b> .....	<b>269</b>

## A PERCEPÇÃO DE TRABALHADORES ITAJAIENSES SOBRE O PROCESSO DE IMPLANTAÇÃO DO PROGRAMA DE CULTURA DO TRABALHADOR

**Ana Clara Ferreira Marques**

Uniasselvi – Sociedade Educacional do Vale do Itajaí Mirim, Faculdade do Vale do Itajaí Mirim

Brusque – Santa Catarina

**Maria Glória Dittrich**

Univali - Universidade do Vale do Itajaí, Escola de Ciências Jurídicas, Programa de Mestrado em Gestão de Políticas Públicas

Itajaí – Santa Catarina

**RESUMO:** A Lei Federal nº 12.761/2012 instituiu o Programa de Cultura do Trabalhador para garantir a implementação de direitos culturais aos trabalhadores e incentivar a cadeia produtiva da cultura. Este artigo é resultante de uma pesquisa com objetivo de perceber como se dá o processo de implantação deste programa, em Itajaí – SC. A pesquisa foi do tipo exploratória, quali-quantitativa, sob a abordagem da hermenêutica fenomenológica. O público alvo foi composto por 8 empresas itajaienses optantes do lucro real. A coleta de dados realizou-se por pesquisa bibliográfica e documental e por entrevistas estruturadas individuais, com três gestores e três trabalhadores. O resultado mostrou que a rede credenciada de recebedoras do Vale Cultura é muito pequena em Itajaí. A percepção dos trabalhadores sobre o programa é positiva e favorável à ampliação do consumo cultural.

**PALAVRAS-CHAVE:** Vale Cultura, Rede Credenciada, Política Pública.

**ABSTRACT:** Federal Law 12,761 of Dec 27, 2012 established the Worker Culture Program (culture voucher) to guarantee the implementation of workers' cultural rights and promote the cultural production chain. The overall objective of this research was to verify how this program was implemented in the town of Itajaí. The research was theoretical and practical, with an exploratory approach, using qualitative and quantitative methods. The methodological approach used was phenomenological hermeneutics. The target public consisted of eight companies operating in Itajaí under the 'real profit' tax regime. Data were gathered through documental and bibliographic research and individual structured interviews were conducted with three managerial personnel and three employees earning between one and five minimum wages. The results of the study showed that it is very small the accredited network of companies in the municipality that accept this voucher, Vale Cultura card, as a form of payment. The workers' perception about this policy is positive and in favor of increasing cultural access and independent cultural consumption.

**KEYWORDS:** Culture Voucher. Accredited Network of Companies. Public Policy.

## 1 | INTRODUÇÃO

O Programa de Cultura do Trabalhador, conhecido como Vale Cultura, foi estabelecido pela meta 26 do Plano Nacional de Cultura (PNC) do Brasil e visa garantir o exercício dos direitos culturais aos trabalhadores e ao mesmo tempo incentivar a cadeia produtiva da cultura (BRASIL, 2013a, p. 79). Instituído pela Lei Federal nº 12.761 de 27 de dezembro de 2012, o programa está em implementação em todos os estados brasileiros. Suas metas são alcançar até o ano de 2020 a distribuição de 12 milhões de cartões Vale Cultura aos trabalhadores, com renda entre 1 e 5 salários mínimos. (BRASIL, 2012b).

O IBGE estima que a população itajaíense, em 2015, seja de 205.271 pessoas. A economia do município de Itajaí é baseada no setor de serviços, com foco principal na atividade portuária, da qual deriva às atividades de comércio exterior, logística, construção naval, pesca e comércio local. Os dados mais recentes sobre o PIB são de 2012 e nesse ano era de R\$ 19.754.199.000,00. De acordo com o censo de 2010 o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) era de 0,795, o 13º maior entre os 293 municípios de Santa Catarina. No mesmo ano, 87,8% da população economicamente ativa tinha renda de até 5 salários mínimos (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2010). Este é o público alvo do Programa de Cultura do Trabalhador, demonstrando que, em termos salariais, a maioria da população trabalhadora de Itajaí tem potencial para receber o cartão Vale Cultura, caso se adequem às demais normativas do programa.

O Plano Municipal de Cultura de Itajaí - PMC (ITAJAÍ, 2013) demonstra que a estrutura de gestão da cultura no município é composta pela Fundação Cultural de Itajaí (responsável por fomento, difusão e acesso) e a Fundação Genésio Miranda Lins (patrimônio e memória). O financiamento à cultura se dá por meio de editais, da Lei Municipal de Incentivo à Cultura e de convênios/parcerias. A participação popular acontece por meio do Conselho Municipal de Políticas Culturais com a inclusão de todos os segmentos artísticos organizados por câmaras setoriais.

A produção simbólica existe em todos os segmentos artísticos, entretanto, pela avaliação da programação do Teatro Municipal, percebe-se uma predominância de apresentações nos segmentos de dança, música e teatro (MARQUES, 2013). As artes visuais, produção audiovisual e literatura também contam com artistas atuantes. O Plano Municipal de Cultura alerta para a necessidade de preservação das tradições culturais como Boi de Mamão e Terno de Reis (ITAJAÍ, 2013).

A produção é embasada por centros de formação artística como o Conservatório de Música Popular e pela formação universitária em música, artes visuais, letras, produção audiovisual e fotografia. No município não existe curso universitário de artes cênicas (teatro e dança), apenas cursos dos grupos profissionais locais.

Diante disso, o objetivo deste artigo é apresentar os resultados da pesquisa sobre o Processo de Implementação do Programa de Cultura do Trabalhador (Vale Cultura), no município de Itajaí, com dois focos principais, a saber: 1) Identificar o nível de implantação e a abrangência da rede credenciada de empresas receptoras do cartão Vale Cultura em Itajaí; 2) Compreender a percepção dos trabalhadores itajaienses sobre o processo de implantação do Programa de Cultura do Trabalhador, no município. O artigo apresenta primeiro o conceito de cultura que embasa e o contexto de elaboração do Plano Nacional de Cultura. Em seguida apresenta-se a metodologia utilizada, o delineamento geral do Programa de Cultura do Trabalhador e os resultados apontando a visão de trabalhadores sobre o Vale Cultura em Itajaí. Finaliza-se com as considerações finais.

## **2 | UM OLHAR SOBRE O CONTEXTO DE ELABORAÇÃO DO PROGRAMA DE CULTURA DO TRABALHADOR**

As metas do Plano Nacional de Cultura e as políticas culturais dela decorrentes foram elaboradas a partir do conceito de cultura, atualmente adotado pelo Ministério da Cultura. “Essa concepção compreende uma perspectiva ampliada da cultura, na qual se articulam três dimensões: a simbólica, a cidadã e a econômica” (BRASIL, 2013a, p. 15).

O aspecto simbólico da cultura reconhece e valoriza a capacidade humana de criar símbolos e expressá-los por meio do idioma, costumes (gastronomia, vestuário, etc.), tradições e linguagens artísticas (teatro, música, artes visuais, dança, literatura, circo, etc.). Esta dimensão se relaciona às necessidades e ao bem-estar individuais e coletivas do ser humano.

Maturana (1997, p.205) tece a relação de significado entre os conceitos de ‘ser humano’, ‘linguagem’ (artística ou não) e ‘cultura’. Para ele “o ser humano é constitutivamente social. Não existe o humano fora do social”. O aspecto externo de interação social entre as pessoas, e o aspecto interno de formação do mundo simbólico de cada indivíduo se retroalimentam a partir das linguagens utilizadas nessa dinâmica. “O central do fenômeno social humano é que ele se dá na linguagem, e o central da linguagem é que apenas nela se dão a reflexão e a autoconsciência” (MATURANA, 1997, p. 205). As linguagens artísticas, por sintetizarem diversos significados objetivos e subjetivos, tangíveis e intangíveis em uma mesma expressão, alimentam de forma vigorosa o mundo simbólico e delineiam a manifestação cultural de um povo. Para Maturana (1997, p. 177), “cultura é uma rede de conversações que define um modo de viver [...] e envolve um modo de atuar, um modo de emocionar, e um modo de crescer no atuar e no emocionar”. Esta perspectiva expressa a dimensão simbólica do Plano Nacional de Cultura.

A dimensão cidadã interpreta cultura a partir da Constituição Federal Brasileira de

1988, como um direito básico que deve ser garantido, pela democratização do acesso à produção, difusão e fruição cultural. Considera-se aqui que as políticas culturais favoreçam uma maior participação do cidadão como criador e consumidor da cultura, atendendo as demandas de seu contexto social e contribuindo para a percepção da cultura como parte de sua identidade.

A dimensão econômica evidencia o potencial da cultura em criar cadeias produtivas, geradoras de emprego e renda, que contribuam para o desenvolvimento econômico socialmente justo e sustentável. Considera-se que o setor cultural será responsável por 4,5% do PIB, até 2020 (BRASIL, 2013a, p. 18, 136). Tal fenômeno poderá se dar devido à diversidade de bens culturais, em todos os segmentos artísticos, cuja produção estimula vários setores econômicos, como o de equipamentos, matérias primas, logística, educação, eventos e turismo.

Com efeito, a cultura, em sua dimensão econômica, é vista no PNC como um dos pilares para o desenvolvimento econômico local e regional, pelo apoio financeiro à preservação e produção de expressões culturais únicas de cada localidade, definindo territórios criativos (BRASIL, 2013a, p. 16-18). Este conceito ampliado de cultura que abarca o ser humano criativo, cidadão e trabalhador, dentro do seu contexto histórico e social, decorre de um longo processo de reflexão sobre cultura e políticas públicas.

Na concepção de Rubim (2007, p. 151) para que uma política seja denominada de ‘política pública’ é necessário que seja “submetida ao debate e crivo público” em sua elaboração e monitoramento, enfatizando assim, a importância da participação social, não apenas como beneficiária, mas como agente de transformação da sociedade.

Coelho (1997, p. 292) define política cultural como: “programa de intervenções realizadas pelo Estado, com o objetivo de satisfazer as necessidades culturais da população e promover o desenvolvimento de suas representações simbólicas”.

O Plano Nacional de Cultura foi elaborado em um extenso processo de participação social. Entre 2003 e 2010 ocorreram diversos momentos de pactuação, como: seminários para discussão e diagnóstico da cultura nacional, a instalação de câmaras setoriais por segmento artístico, a 1ª e 2ª Conferências Nacionais de Cultura, a criação do Conselho Nacional de Políticas Culturais e a aprovação da emenda constitucional EC nº48/2005, que acrescentou o parágrafo 3º no artigo 215, criando o Plano Nacional de Cultura (PNC) (BRASIL, 2012a, p. 57 e 87). Este foi detalhado e instituído pela Lei nº 12.343 de 2 de dezembro de 2010 (BRASIL, 2010). A partir desse momento o Ministério da Cultura (MinC) passou a elaborar as metas para alcançar os objetivos nele determinados. O Programa de Cultura do Trabalhador é a meta nº 26 (BRASIL, 2013a).

### **3 | A METODOLOGIA**

A pesquisa foi exploratória, quali-quantitativa, o embasamento teórico para a discussão dos conceitos centrais da pesquisa sustenta-se na abordagem

fenomenológica com foco na hermenêutica. A fenomenologia é o estudo das essências, é uma filosofia que compreende o homem e o mundo a partir da sua facticidade. Trata-se de descrever e não de explicar, nem de analisar (MERLEAU-PONTY, 1999). A compreensão sobre os dados ocorreu desde a hermenêutica fenomenológica, sustentada pelo referencial teórico e percepções sobre os dados levantados na pesquisa bibliográfica e documental, bem como, pelos dados obtidos nas entrevistas realizadas junto às empresas, durante a realização dos objetivos. Segundo Dittrich (2008, p. 63), hermenêutica é “uma maneira de entender e expressar a percepção sobre os dados da investigação teórico-prática, de forma qualitativa. A hermenêutica nasce da busca de respostas do pesquisador para seus questionamentos”.

A partir do exposto pelos autores acima, a compreensão dos dados da pesquisa se desenvolveu da seguinte forma: Indutivamente foi feita a descrição dos dados coletados na realidade pesquisada junto às empresas itajaienses e na pesquisa documental.

A coleta de dados deu-se pela avaliação de documentos legais e alterações normativas ocorridas desde o lançamento do Programa de Cultura do Trabalhador até o presente. As fontes de informação (de acesso público) foram o site do Ministério da Cultura/Vale Cultura (BRASIL, 2015b), o site de cadastramento do Vale Cultura (BRASIL, 2015a) e a Secretaria de Fomento e Incentivo à Cultura (SEFIC), além dos sites das empresas operadoras do Vale Cultura.

O público alvo foi composto por oito empresas de Itajaí, que representam diferentes áreas de produção no município e que atuam no regime tributário de lucro real, que é a base de cálculo do imposto sobre a renda apurada segundo registros contábeis e fiscais efetuados sistematicamente de acordo com as leis comerciais e fiscais (BRASIL, [201-]). Em cada empresa foram entrevistados três trabalhadores, com renda até 5 salários mínimos, por empresa. Os critérios de inclusão implicaram na escolha de empresas com tributação por lucro real. Isso se deve ao fato deste tipo de organização ser o único que tem benefícios de isenção fiscal ao aderir ao Programa de Cultura do Trabalhador (Vale Cultura).

Responderam à pesquisa os três primeiros funcionários, com renda entre 1 e 5 salários mínimos, que se voluntariaram a participar, em cada empresa num total de 24 pessoas. Foram ouvidos também três gestores em cada empresa (diretor, contador e RH), as respostas destas categorias serão descritas apenas quando auxiliarem na compreensão da percepção dos funcionários sobre a política em estudo e foco deste artigo.

Os critérios de exclusão implicaram empresas optantes por regime tributário diverso do lucro real. Excluíram-se também todos os trabalhadores com renda maior de 5 salários mínimos e, na faixa de 1 a 5 salários mínimos, todos que não foram os três primeiros a se voluntariar para participar da pesquisa. Tudo isso para manter a coerência com as normativas do Programa de Cultura do Trabalhador.

A identificação das empresas participantes se fez por meio de consulta direta

à Secretaria Municipal da Fazenda, bem como a empresas de contabilidade do município, aos sites da Receita Federal e Ministério da Cultura. Como instrumentos de coleta de dados, se utilizou questionário elaborado com perguntas diretivas e não diretivas, qualitativas e quantitativas. A forma de aplicação do questionário foi por entrevista individual, em que ambos, o (a) entrevistado(a) e a pesquisadora, possuíam uma cópia do questionário. Este foi lido pela pesquisadora e respondido verbalmente e por escrito pelo(a) entrevistado(a). As respostas verbais foram gravadas. As perguntas elaboradas para os participantes visavam identificar a percepção dos mesmos sobre o delineamento desta política, suas vantagens e desvantagens para as empresas e seus funcionários, bem como, fatores relevantes para sua implementação e a percepção de viabilidade ou não da adesão das empresas ao Programa de Cultura do Trabalhador.

As identidades dos entrevistados e das empresas foram nominadas de forma alfanumérica. Os participantes Funcionários foram identificados da seguinte forma: letra 'F' para funcionário, seguido do número da empresa e da ordem de entrevista, então, F.4.1 era o participante Funcionário da empresa 4, primeiro entrevistado.

O local de realização da pesquisa foi o município de Itajaí. As empresas foram contatadas por telefone para identificar o nome e email dos responsáveis a serem entrevistados. Em seguida, por email, foi introduzida a explicação da pesquisa quanto ao seu tema, objetivos e benefícios aos possíveis participantes, visando agendar uma data para a entrevista, que se realizou no local da empresa. O projeto de pesquisa foi aprovado pelo Comitê de Ética da UNIVALI mediante o parecer nº1.173.796. Antes do início da entrevista foi apresentado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido ao participante e coletada a assinatura do Consentimento de Participação do Sujeito.

#### **4 | O DELINEAMENTO DO PROGRAMA DE CULTURA DO TRABALHADOR EM SEUS ASPECTOS DOCUMENTAIS LEGAIS**

Diversas legislações delineiam o Programa de Cultura do Trabalhador, que foi instituído pela Lei Federal nº 12.761/2012. Sua execução está regulamentada pelo Decreto Presidencial nº 8.084, de 26 de agosto de 2013. As normas e procedimentos para gestão do Vale Cultura estão definidos nas Instruções Normativas (IN) nº 2 e nº 3 de 2013.

Os objetivos do programa são: “possibilitar o acesso e a fruição dos produtos e serviços culturais; estimular a visitação a estabelecimentos culturais e artísticos; e incentivar o acesso a eventos e espetáculos culturais e artísticos” (BRASIL, 2012b). A gestão e monitoramento do Programa de Cultura do Trabalhador competem à Secretaria de Fomento e Incentivo à Cultura (SEFIC), do Ministério da Cultura.

O Vale Cultura será confeccionado e comercializado por empresas operadoras e disponibilizado aos usuários pelas empresas beneficiárias para ser utilizado nas empresas receptoras. As empresas beneficiárias e operadoras devem se cadastrar

junto ao Ministério da Cultura e receber certificado de habilitação para participação no programa. As empresas receptoras serão cadastradas pelas operadoras. Trata-se de um cartão magnético de débito pessoal, no qual as beneficiárias depositarão R\$50,00 mensalmente para seus funcionários (BRASIL, 2012b). Esta é uma política pública de cultura executada diretamente do nível federal para o cidadão, sem a intermediação de níveis estaduais e municipais de gestão pública.

O cartão Vale Cultura é um benefício opcional “O trabalhador poderá reconsiderar, a qualquer tempo, a sua decisão sobre o recebimento do Vale Cultura” (BRASIL, 2013b, Art. 17). Ao aceitar recebê-lo, o trabalhador está exercendo seus direitos culturais e a autonomia de consumo. O valor do cartão não constitui salário; não sofre desconto de contribuição previdenciária ou do FGTS e é isento de imposto de renda (BRASIL, 2012b e 2013b). No entanto, para trabalhadores entre 1 e 5 salários mínimos, o empregador pode descontar, R\$1,00 por salário mínimo recebido.

Esta política está em implementação em todos os estados brasileiros. Na cidade de Itajaí não há ainda divulgação de sua efetiva implantação, isso estimula a realização de um estudo para compreender a percepção dos trabalhadores itajaienses sobre o processo de implementação do Programa de Cultura do Trabalhador no município e identificar o nível de implantação e a abrangência da rede credenciada de empresas receptoras do cartão Vale Cultura.

## **5 | PROGRAMA DE CULTURA DO TRABALHADOR EM ITAJAÍ – REDE CREDENCIADA DE EMPRESAS RECEPTORAS**

Estão certificadas pelo Ministério da Cultura e listadas no *site* de cadastramento do Vale Cultura 42 empresas operadoras (BRASIL, 2015a). Em nove destas, o acesso à rede credenciada só é permitido com *login* e senha. Portanto, não foi possível saber se atuam em Itajaí. As pesquisas nos *sites* de cada empresa, identificaram que oito operadoras possuem rede credenciada no Estado de Santa Catarina, sendo que, três atendem as cidades de Blumenau, Camboriú e Florianópolis. Cinco delas tem rede em Itajaí e Balneário Camboriú. Estes são municípios vizinhos e interligados, de modo que a rede credenciada de cada um deles é usufruída pela população das duas cidades.

A cidade de Itajaí é atendida pelas seguintes operadoras, por ordem de empresas receptoras credenciadas: Alelo/Banco do Brasil (que atuam juntas em Itajaí) com 28 credenciadas na região; Ticket com 10 credenciadas; Banrisul com oito credenciadas; Sodexo com sete credenciadas e Brasil Convênios com três empresas credenciadas. Estes dados foram obtidos estudando os *sites* destas operadoras e identificando a quantidade e localização da rede credenciada.

A lista de empresas beneficiárias cadastradas indica qual a operadora de cartão contratada (BRASIL, 2015a). Desse modo foi possível identificar quantas empresas beneficiárias, em todo país, são atendidas por cada uma das cinco operadoras atuantes

em Itajaí. A operadora Alelo atende 1144 beneficiárias em todo país e o Banco do Brasil atende 1061. Estas duas empresas juntas detêm a maior fatia do mercado brasileiro de cartões Vale Cultura, cerca de 23%. A operadora Ticket atende 823 beneficiárias no país, a Sodexo atende 773, o Bannisul 205 e o Brasil Convênios atende 33.

Um ponto que chama a atenção é que o Banco do Brasil é ao mesmo tempo, a segunda maior operadora do país e uma das maiores empresas beneficiárias, portanto, seus funcionários recebem o cartão Vale Cultura. De acordo com seu próprio *site*, o Banco do Brasil tem mais de 5 mil agências no país. Sendo operadora de si própria, a taxa de administração do cartão Vale Cultura tende a ser a menor permitida por lei, que é 0%. Os recursos investidos com o fornecimento do cartão retornarão de duas formas, a saber: por um lado, estes gastos entram como despesa operacional, diminuem o lucro líquido e tem direito à isenção de 1% do imposto de renda devido, por ser optante do lucro real. Por outro lado, a distribuição do cartão Vale Cultura torna-se uma nova fonte de receita ao atuar como operadora, com direito a cobrar taxa administrativa das empresas receptoras credenciadas. Então se observa que, para o setor bancário, o Programa de Cultura do Trabalhador parece muito mais vantajoso do que para empresas de outros segmentos.

Quatro das cinco empresas receptoras credenciadas em Itajaí e Balneário Camboriú cadastraram as redes de cinemas que atuam nas duas cidades, bem como, a rede de livrarias, que atua nos estados da região sul do Brasil. Esta rede credenciada é formada principalmente por empresas do segmento do comércio de livrarias e papelarias. No caso de empresas receptoras, que formam redes regionais ou nacionais, elas são ao mesmo tempo beneficiárias por distribuir o cartão Vale Cultura aos seus funcionários e receptoras por comercializarem produtos culturais. De modo que uma parte dos recursos investidos no fornecimento deste benefício retornará com a comercialização de seus produtos aos próprios funcionários. Sendo empresas de grande porte, tendem a ser tributadas com base no lucro real e, portanto, teriam direito à isenção de 1% no imposto de renda devido. A rede de receptoras credenciadas abrange os seguintes produtos e serviços culturais: instrumentos musicais; espetáculo musical; ingressos pela internet; jornal; cinema; equipamentos; livros; revista; cursos e artesanato. Das 44 credenciadas, 37 são do segmento de comércio e sete são do segmento de serviços (cinemas e cursos).

Itajaí tem historicamente grande produção cultural nos segmentos do teatro, música e dança, com muitos artistas e grupos constituídos em pessoas jurídicas, por meio de empresas ou associações (MARQUES, 2013). Mas essa produção local não está representada na rede de credenciadas do Vale Cultura. Portanto, as opções de desenvolvimento da autonomia cultural pela utilização deste cartão são bastante restritas. Enquanto as opções de acesso à cultura forem limitadas por redes credenciadas tão pequenas, dificilmente as empresas se sentirão estimuladas a aderirem ao Programa de Cultura do Trabalhador e beneficiar seus funcionários com o cartão Vale Cultura. A razão disso é que sem uma ampla opção de consumo

cultural, o acesso à cultura permanece reduzido, a ampliação da qualidade de vida do trabalhador advinda desse acesso também. Conseqüentemente diminuem as chances de melhoria no desempenho do trabalhador derivado desse benefício. Deste ponto de vista, o custo econômico do investimento torna-se prioritário para o empresário e a adesão ao Vale Cultura desvantajosa.

## 6 | A PERCEPÇÃO DOS TRABALHADORES SOBRE O PROCESSO DE IMPLANTAÇÃO DO PROGRAMA DE CULTURA DO TRABALHADOR

As entrevistas, para coleta de dados junto às empresas, foram realizadas entre os dias 27 de agosto e 15 de setembro de 2015.

Quando perguntado aos 24 participantes da categoria **Funcionários** sobre o conhecimento do Programa de Cultura do Trabalhador constatou-se que 10 dos 24 **Funcionários** (41,7%) entrevistados conhecem o programa e 14 (58,3%) desconhecem. Os dados indicam também que a principal fonte de informação dos entrevistados, que dizem conhecer o Programa de Cultura do Trabalhador, foi a ‘imprensa’ em propagandas oficiais (VALE CULTURA, 2014). As informações obtidas por essa via foram introdutórias e parciais. 30% dos trabalhadores, beneficiários finais desta política, buscaram de imediato informações mais aprofundadas no *site* do MinC/ Vale Cultura. Isso indica um interesse pelo acesso à cultura por parte do cidadão trabalhador. Para Calabre (2007, p. 14), “numa democracia participativa a cultura deve ser encarada como uma expressão de cidadania[...], como força social de interesse coletivo”.

Diante da pergunta: Você pode descrever brevemente como funciona o Programa de Cultura do Trabalhador (VALE CULTURA)? Nenhum dos participantes respondentes conseguiu delinear o Programa de Cultura do Trabalhador quanto ao seu conceito, objetivos e normativa de funcionamento. As respostas de todos os participantes apresentaram fragmentos de compreensão sobre esta política. A percepção dos 10 **Funcionários** que conhecem o programa é de que esta política proporciona simultaneamente um benefício econômico para empresa e para os funcionários. Sem, no entanto, manifestar a compreensão do montante de investimentos e/ou viabilidade econômica da adesão ao programa. Trazem a ideia incorreta de que os custos da empresa serão totalmente compensados pelo incentivo fiscal. Não foi manifesta a percepção da cultura como um direito constitucional, mas sim como incentivo ao acesso.

Em seguida perguntou-se sobre as vantagens e desvantagens do Programa de Cultura do Trabalhador para os funcionários. Os respondentes são unânimes em pontuar que o cartão Vale Cultura possibilita o acesso, a aproximação deles aos bens e serviços culturais. Este benefício estimula e viabiliza um contato que hoje eles não têm ou gostariam de ampliar. Vê-se aqui um interesse pelo pertencimento, por ser

reconhecido como indivíduo cultural (dimensão simbólica da cultura). Eis as falas neste sentido:

*“Incentivo à cultura facilita o acesso aos eventos por não serem baratos.” (F.2.1)*

*“Facilidade ao acesso à cultura do país, como teatro, cinema, livraria, etc.” (F.4.1)*

Foram levantadas também vantagens intelectuais, sociais e subjetivas que possibilitam o desenvolvimento de autonomia diante da vida. Nas falas abaixo os funcionários participantes refletem sobre a relação direta entre a aquisição de conhecimento e a capacidade de expressão do indivíduo, abordam que uma mudança interior de capacidade reflexiva amplia a compreensão do mundo a partir do alargamento do seu mundo simbólico. Indica-se o acesso à cultura como oportunidade de valorização do seu contexto social de origem, a família, e possibilidade de ampliação da qualidade de vida do cidadão. Estas falas estão indicadas a seguir:

*“[...] Acho que melhoraria muito intelectualmente, a cabeça de muita gente e a aproximação da família [...]. Acho que essa seria a vantagem.” (F.3.3)*

*“Cria novas visões é do mundo pra cada, pra cada um.” (F.3.3)*

*“Pra que a gente possa tomar decisões ou até mesmo saber como é que funciona certo aspecto da nossa vida.” (F.1.1)*

Se gestores das empresas compreenderem o sentido desta reflexão e o benefício profundo que o contato com a arte proporciona, perceberão também que o valor econômico desse investimento é pequeno em relação ao benefício humano dele derivado.

Oito entre dez dos respondentes declararam não perceber nenhuma desvantagem. Não foi citado, o valor que a empresa pode descontar do salário do colaborador pela concessão do cartão Vale Cultura, que seria um real de desconto por cada salário recebido.

Aos 24 respondentes **Funcionários** foram feitas perguntas sobre o seu conhecimento do processo de adesão da empresa ao Programa de Cultura do Trabalhador. A palavra chave que sintetiza as respostas é desinformação. Cabe aqui a pergunta: os funcionários têm direito de acesso à informação sobre as razões que levam os gestores das empresas a adiar a adesão ao Programa de Cultura do Trabalhador?

Foram sintetizados os pontos mais importantes sobre o cartão Vale Cultura, da seguinte maneira: No cartão de débito VALE CULTURA será depositado R\$50,00 (cinquenta reais) por mês para cada funcionário. Este valor só pode ser gasto em produtos e serviços culturais (cinema, shows, artesanato, revistas, instrumentos, etc.). O valor depositado é acumulativo e não se expira. Pelo cartão, a empresa pode descontar por mês, um real por cada salário mínimo do funcionário. Em seguida foram consultados quanto ao interesse em receber o cartão. Apenas 1 participante (4,2%) não tem interesse no cartão Vale Cultura e expressa o motivo na fala a seguir:

*“Porque não tenho interesse nesse negócio de arte” (F.5.2).*

Nessa fala evidencia-se a percepção da arte como algo alheio a si e de seu contexto sociocultural. É justamente sobre isso que Bourdieu e Darbel (2003, p. 69) se referem ao dizerem “a falta de prática é acompanhada pela ausência do sentimento de privação [...]”.

Declararam interesse em receber o cartão Vale Cultura 23 entre os 24 funcionários entrevistados, que equivale a 95,8%. Este índice tão expressivo se opõe contundentemente aos argumentos de entrevistados da categoria **Direção** de que a implantação do Programa de Cultura do Trabalhador não seria sentida como um benefício, pois os funcionários não se interessam por cultura.

O Vale Cultura é visto como uma fonte de recursos (salário indireto) que possibilita o acesso à cultura estimula o hábito de consumo cultural, a ampliação dos conhecimentos, a formação de público. O valor de desconto foi considerado pequeno em relação ao depósito mensal no cartão. Ao justificar o interesse pelo cartão Vale Cultura, os entrevistados citaram vários usos em segmentos artísticos, como: cinema, teatro, livros, shows, instrumentos artísticos, revistas, CDs e artesanato, festivais de dança e visitação a museus. Diante dessa manifestação tão diversa de interesse de consumo cultural, cabe questionar por que as empresas operadoras que estão atuantes no município de Itajaí ainda não tem uma rede credenciada capaz de suprir estes produtos e serviços culturais.

## 7 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Programa de Cultura do Trabalhador é uma política pública de cultura executada do governo federal diretamente para o cidadão, sem a intermediação de níveis estaduais e municipais de gestão pública.

A importância de sua implantação no município de Itajaí é justamente o potencial desta política que visa universalizar o acesso à cultura, estimular o financiamento direto da cultura local, regional e nacional pela ampliação do mercado consumidor de cultura e injeção mensal de recursos. Além disso, é importante também pelo estímulo à autonomia de consumo cultural, e, a consequente preservação do patrimônio dos segmentos artísticos escolhidos para serem consumidos, por serem significativos dentro do contexto sociocultural e por integrarem a percepção de qualidade de vida dos trabalhadores itajaienses.

Quanto à implantação e a abrangência da rede credenciada de empresas receptoras do cartão Vale Cultura em Itajaí, constata-se que apenas cinco empresas operadoras atuam no município e formam uma rede muito pequena, com prevalência de cadastramento de conglomerados de cinemas e livrarias. Até o momento, em Itajaí não foram cadastradas as pessoas jurídicas que representam os artistas locais ou regionais nos diversos segmentos artísticos. De modo que os frutos da criação artística local estão sendo preteridos em relação aos produtos da indústria cultural nacional. Portanto, não está ocorrendo o estímulo à cadeia econômica da cultura a nível local.

No âmbito nacional, até o momento não há divulgação, no *site* do Vale Cultura, dos resultados alcançados em termos de estímulo à cadeia econômica da cultura, geração de emprego e renda e ampliação do consumo cultural pelos trabalhadores. Observa-se aqui também que a diminuta rede credenciada, em Itajaí, limita as possibilidades de desenvolvimento da autonomia de consumo cultural pelos trabalhadores. De modo que desestimula a adesão dos empresários itajaienses ao programa, pois os custos para a empresa superam os benefícios práticos aos trabalhadores.

Quanto à percepção dos trabalhadores itajaienses sobre o processo de implantação do Programa de Cultura do Trabalhador constatou-se que apenas 41,7% tinham conhecimento desta política pública no momento das entrevistas. A fonte de informação principal foi a imprensa. A descrição do Programa de Cultura do Trabalhador, pelos entrevistados, foi superficial e fragmentada. O conceito de cultura enquanto um direito constitucional não foi percebido pelos respondentes. Os funcionários não têm a percepção do custo e da complexidade - em termos de políticas de recursos humanos, planejamento de investimento e de tributação - que a adesão ao Vale Cultura implica para as empresas.

Quanto a vantagens e desvantagens, os **Funcionários** identificam que o acesso à cultura proporciona ampliação dos conhecimentos, da capacidade de expressão do indivíduo, de refletir sobre si e sobre o mundo e proporciona a aproximação da família e valorização do seu contexto sociocultural. A percepção dos **Funcionários**, como público alvo do programa, reflete a importância de sua implantação e demonstra que o investimento nesta política é pequeno em relação ao benefício humano dele derivado. De maneira geral os **Funcionários** não percebem desvantagem no Vale Cultura.

Quanto ao interesse em receber o cartão Vale Cultura, 95,8% dos participantes **Funcionários** estão interessados em utilizar o cartão para ampliar suas possibilidades de consumo cultural, numa grande variedade de produtos e serviços. Isso indica que há demanda para uma rede credenciada bastante diversificada e muito mais ampla do que a rede de empresas recebedoras hoje cadastradas em Itajaí.

Apesar do interesse dos funcionários, nenhuma empresa entrevistada se decidiu ainda pela adesão ao Vale Cultura, o processo de implantação do Programa de Cultura do Trabalhador em Itajaí está em fase de tomada de consciência e do despertar do interesse empresarial. Portanto, sugere-se como pesquisas futuras para abordar mais completamente o tema, que a realização de pesquisa diretamente com as operadoras atuantes no município pode trazer maior compreensão sobre a formação da rede credenciada nesta região.

## REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre.; DARBEL, Alan. **Amor pela arte**: os museus de arte na Europa e seu público. Tradução Guilherme João de Freitas Teixeira. 1ª ed. São Paulo: EDUSP: Zouk, 2003. 242 p.

BRASIL. Ministério da Fazenda. Secretaria da Receita Federal do Brasil. **Lucro real. Conceito.** [201-]. Disponível em <<http://www.receita.fazenda.gov.br/pessoajuridica/dipj/2000/orientacoes/lucroreal.htm>>. Acesso em: 25 out. 2015.

BRASIL. Lei nº 12.343, de 2 de dezembro de 2010. Institui o Plano Nacional de Cultura - PNC, cria o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais - SNIIC e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 6 dez. 2010. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2010/lei-12343-2-dezembro-2010-609611-norma-pl.html>>. Acesso em: 10 maio 2014.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil:** Texto constitucional promulgado em 5 de out. de 1988, com as alterações adotadas pelas Emendas Constitucionais nº 1/92 a 70/2012, pelo Decreto nº 186/2008 e pelas Emendas Constitucionais de Revisão nº 1 a 6/94. Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2012a. 103 p.

BRASIL. Lei nº 12.761, de 27 de dezembro de 2012. Institui o Programa de Cultura do Trabalhador; cria o vale-cultura; altera as Leis nos 8.212, de 24 de julho de 1991, e 7.713, de 22 de dezembro de 1988, e a Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1º de maio de 1943; e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 27 dez. 2012b. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2012/Lei/L12761.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2012/Lei/L12761.htm)>. Acesso em: 10 maio 2014.

BRASIL. Ministério da Cultura. **As metas do Plano Nacional de Cultura.** 2. ed. São Paulo: Instituto Via Pública; Brasília: MinC, 2013a. 216 p.

BRASIL. Decreto nº 8.084, de 26 de agosto de 2013. Regulamenta a Lei nº 12.761, de 27 de dezembro de 2012, que institui o Programa de Cultura do Trabalhador e cria o vale-cultura. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 27 ago. 2013b. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2013/Decreto/D8084.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D8084.htm)>. Acesso em: 10 maio 2014.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Plataforma digital de cadastramento de empresas ao Programa de Cultura do Trabalhador.** 2015a. Disponível em<<http://vale.cultura.gov.br/>>. Acesso em: 15 ago. 2015.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Plataforma digital de informações sobre o Vale Cultura.** 2015b. Disponível em <<http://cultura.gov.br/valecultura>>. Acesso em: 15 ago. 2015.

CALABRE, Lia. **Políticas culturais no Brasil: balanço e perspectivas.** In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 3., 2007, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2007. 1- 18p. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2007/LiaCalabre.pdf>> . Acesso em 11 set. 2015.

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural.** São Paulo: Iluminuras, 1997. 384 p.

DITRICH, M. G. **A criatividade do amor criante de Deus:** uma vivência de cura espiritual na criação artística. 2008 Tese de doutorado para obtenção do grau de Doutor em Teologia, Escola Superior de Teologia, São Leopoldo, 2008. 261 p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Cidades.** 2010. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=420820&search=santa-catarinalitajai>>. Acesso em: 6 set. 2014.

**ITAJAÍ. Plano Municipal de Cultura de Itajaí. Itajaí: FCI; EGEM, ago./dez. 2013. 74 p.**

MARQUES, A. C. F. **Comunicação e formação de público para a arte – um estudo de caso no teatro municipal de Itajaí.** In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E RELAÇÕES PÚBLICAS, 7., 2013, Brasília: ABRACORP, 2013. p.988-1007.

MATURANA, H. **A ontologia da realidade.** Organizadores Cristina Magro, Mirian Graciano e Nelson Vaz. Belo Horizonte: UFMG, 1997. 355 p.

MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenologia da percepção.** Tradução Carlos Alberto Ribeiro de Moura. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999. 662 p.

RUBIM, A. A. C. Política culturais: entre o possível & o impossível. In: NUSSBAUMER, G. M. (Org.). **Teorias e políticas de cultura: visões multidisciplinares.** Salvador: Edufba, 2007. p.139-158.

VALE CULTURA comercial. Publicado por Tele Cine Vídeo Store, 31 mar. 2014. (30s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=PulzqTSx2yE>>. Acesso em: 30 out. 2015.

Agência Brasileira do ISBN  
ISBN 978-85-7247-080-3



9 788572 470803