

# **PROIECT DE MANAGEMENT**

## **CENTRUL MUNICIPAL DE CULTURĂ „CONSTANTIN BRÂNCUȘI”**

**2011 – 2013**

## **A. Analiza socio-culturală a mediului în care își desfășoară activitatea instituția și propuneri privind evoluția acesteia în sistemul instituțional existent**

### **a.1. Instituții/organizații care se adresează aceleași comunități**

Municipiul Tg-Jiu, recunoscut în lume prin operele Ansamblului Monumental „Calea Eroilor” realizat de Constantin Brâncuși, era plasat – conform studiului „**DIAGNOZA SECTORULUI CULTURAL**” realizat de **Centrul de Studii și Cercetări în Domeniul Culturii** în 2009 – pe locul 29 în clasamentul național al capitalelor de județ în ceea ce privește „**vitalitatea culturală**”. Diagnoza efectuată a avut în vedere infrastructura culturală apreciată ca nesatisfăcătoare, gradul de echipare al instituțiilor culturale din municipiu considerat mediocru în contextul european al secolului XXI și economia culturală a orașului, slab reprezentată. (Pentru o imagine completă asupra stării culturale a municipiului Târgu Jiu, în ANEXA 1 prezentăm o diagnoză a culturii locale, pe baza indicatorilor menționați în lucrarea de mai sus)

În Târgu Jiu funcționează, totuși, cu succes instituții culturale solide, unele dintre ele chiar cu notorietate pe plan național și internațional.

Vorbim aici, mai întâi, despre două instituții profesioniste de spectacol: **Ansamblul artistic profesionist „Doina Gorjului”**, sub autoritatea Consiliului Județean Gorj și de **Teatrul Dramatic „Elvira Godeanu”**, sub autoritatea Consiliului local al municipiului Tg-Jiu. Cu un program bine structurat de spectacole, cele două instituții prezintă publicului o ofertă culturală de excepție care depășește frecvent granițele județului, dar și pe cele ale țării. Tot în zona spectacolelor de înaltă ținută se situează și orchestra de cameră „**Lyra Gorjului**” aflată sub autoritatea **Școlii Populare de Artă** și a **Liceului de arte „C-tin Brâiloiu”** din Tg-Jiu, dar și trupa de păpușari **Pinnocchio a Școlii Populare de Artă**. Manifestările culturale, spectacolele locale, se bucură deseori de prezența formațiilor **Palatului Copiilor** din Târgu Jiu, instituție cu o prezență artistică remarcabilă.

În domeniul lectură publică - bibliotecă, instituția reprezentativă este **Biblioteca județeană „Christian Tell**, (care include și secțiile „Copii și tineret” și „Artă”, precum și Casa Memorială Iosif Keber), instituție care coordonează metodologic 69 de biblioteci publice de subordonare locală din localitățile județului Gorj. Oferta culturală în acest domeniu este completată de **bibliotecile școlare**, de **Biblioteca „Tudor Arghezi” a Universității “Constantin Brâncuși”**, dar și de **Biblioteca Serviciului Județean Gorj al Arhivelor Naționale** și de cea a **Muzeului Județean**, ultimele două adresându-se preponderent personalului propriu sau unui public specializat.

**Muzeul județean „Alexandru Ștefulescu”** reamenajat nu de mult într-o formă atractivă, modernă (chiar spectaculoasă) se prezintă publicului cu secțiile de istorie, artă, arhitectură populară și etnografie, având sub autoritate și Casele memoriale Ecaterina Teodoroiu (Tg-Jiu), Tudor Vladimirescu (Vladimir), I. Popescu-Voitești (Bălănești), Casa-muzeu Constantin Brâncuși (Hobița), Casa Cartianu (Turcinești, expoziție port popular). De menționat faptul că pasionații acestui domeniu au la dispoziție și o **colecție muzeală** cu obiecte și documente aparținând Elvirei Godeanu, cea care onorează cu numele său teatrul din Târgu Jiu, unde se află colecția.

Alte două instituții cu acoperire județeană – dar și cu adresabilitate locală - acționează cu precădere în domeniul păstrării și revitalizării prin activități didactice a tradițiilor și meșteșugurilor locale - **Școala Populară de Artă** sau pentru cunoașterea, culegerea și păstrarea cu ajutorul arhivelor proprii a mărturiilor despre practicarea unor obiceiuri sau meșteșuguri tradiționale - **Centrul Județean pentru Conservarea și Promovarea Culturii Tradiționale**.

În domeniul culturii scrise în municipiul Târgu Jiu funcționează edituri precum Editura CJCPCT Gorj, Editura „Academica Brâncuși” a Universității „Constantin Brâncuși”, Editurile „Ager”, „Rhabon”, „Punct”, „Măiastra” sau Editura „Gorjeanul”. Din păcate, revistele de cultură nu excelează prin prezență, doar câteva mai reușind să reziste pe o piață din ce în ce mai dificilă. Am menționa, totuși, „Caietele Columna”, revista „Brâncuși” (care, în ultima perioadă nu a mai apărut, din păcate) revistele „Portal Măiastra”, „Revista Jiului de Sus” și „Crinul satelor” aparținând CJCPCT Gorj, precum și anuarul de cercetare a istoriei Gorjului „Litua”, editat de Muzeul Județean. Aceștia li se adaugă câteva publicații ocazionale precum „Serile la Brădiceni” editată de Biblioteca Județeană, „Hazel” și „Bilete de papagal” editate de CJCPCT, precum și alte publicații cu apariție imprevizibilă editate de independenți pasionați.

Două uniuni naționale de creație au filiale în Târgu Jiu – și ne referim aici la **Filiala Gorj a Uniunii Artiștilor Plastici din România și Reprezentanta Gorj a Uniunii Scriitorilor din România**.

Cu o infrastructură precară, **cinematograful „Victoria”** rămas singurul din Târgu Jiu, funcționează, totuși, poate și datorită faptului că nu există încă o contra-ofertă în acest domeniu. Tot în domeniul filmului - dar, de amatori, de această dată – trebuie să menționăm existența **Cineclubului „Constantin Brâncuși”**, care, chiar în condiții precare de dotare a reușit să se impună pe plan național prin câștigarea unor premii importante.

În concluzie, analiza „pieței culturale” din Târgu Jiu ne relevă faptul că există instituții apropiate ca formă și fond **Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși”**, instituții cu care trebuie menținute și dezvoltate puternice relații de parteneriat în proiectele viitoare ale instituției.

#### a.2. Participarea instituției în/la programe/proiecte europene/internaționale

Considerând Centrul Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” ca pe o instituție nou înființată nu putem vorbi de participarea la proiecte europene sau internaționale.

Având, totuși, în vedere faptul că instituția trebuie să fie continuatoarea unor proiecte și tradiții culturale, putem aminti aici programe care trebuie avute în vedere, precum „**Brâncușiana**” sau **Tabăra internațională de sculptură**.

#### a.3. Cunoașterea activității instituției în/per/de către comunitatea beneficiară a acestora

Ultima perioadă a adus Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” o mediatizare datorată preponderent organizării concursului pentru ocuparea funcției de manager, comunitatea locală fiind în mai mică sau mai mare măsură interesată de acest eveniment. În fond, activitatea instituției de la înființare și până în prezent a fost mai puțin cunoscută, fapt care va trebui remediat printr-o strategie de comunicare susținută.

Trebuie, totuși, menționat faptul că au fost mediatizate colocviile „**Analiza stării de conservare a Ansamblului Monumental Calea Eroilor – operele de piatră**” din noiembrie 2010 și „**Analiza stării de conservare a Coloanei fără sfârșit – soluții pentru monitorizare și conservare în viitor**”, în decembrie 2010, activități reflectate destul de bine în presa locală datorită importanței acestora.

Un eveniment necesar a fost deschiderea **Centrului de informații turistice** și a **magazinului de suveniruri** din Parcul Central, activități care trebuie îmbunătățite și dezvoltate pentru a completa oferta turistică a instituției.

Înteruperea (sau lipsa, în unele cazuri) organizării unor evenimente culturale cu largă adresare a făcut ca instituția să nu mai fie considerată un important pol cultural al municipiului, acest lucru ducând chiar la „rezilierea” unor parteneriate pe care fostul Centru de Artă și Cultură Constantin Brâncuși le-a avut în anii trecuți.

Instituția nu beneficiază, de asemenea, de o prezență activă pe **Internet**, acolo unde o importantă parte a comunității locale se manifestă activ prin prezența pe forumuri sau siteuri locale. Domeniile [www.constantinbrancusi.ro](http://www.constantinbrancusi.ro) și [brancusi.ro](http://brancusi.ro) sunt achiziționate, însă la aceste adresă nu există nici un site. A existat doar o tentativă de a instala două camere video care să transmită live imagini pe internet de la Coloana Infinitului și Poarta Sărutului, însă, în prezent, nu mai sunt funcționale.

Se impune pentru perioada următoare un program coerent și profesionist de comunicare, astfel încât comunitatea locală – și nu numai – să fie atât informată corect despre activitățile instituției, dar și să poată transmite părerile sau propunerile, realizând astfel un feedback necesar îmbunătățirii activității.

#### a.4. Acțiuni întreprinse pentru îmbunătățirea promovării/activității de PR/ de strategii media

Situația de provizorat a instituției și lipsa unei echipe a făcut ca activitățile de promovare și PR să nu se ridice la nivelul necesar unei imagini publice de notorietate. Mediatizarea activităților a fost făcută prin comunicate de presă sau declarații în conferințele de presă, referitoare la puținele teme menționate mai sus.

În acest context, prezentul *Proiect de management* propune o abordare competentă a activității de promovare, PR prin strategii bine conturate, dar și prin angajarea de personal competent în domeniu pentru aplicarea lor.

Primul punct în dezvoltarea strategiei de comunicare trebuie să-l constituie realizarea de **parteneriate** cu entități din toate domeniile, social, economic, politic, cultural, media etc, atât pe plan local cât și național sau internațional, cu personalități care pot multiplica prin aparițiile lor publice comunicarea referitoare la Centrul Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși”, cu organizații non-profit (fundații, asociații) sau cu instituții similare din Uniunea Europeană și din lume.

Pentru **informarea** publicului, dar și pentru **transparența** desfășurării activității se vor organiza periodic conferințe de presă și vor fi trimise mass-media comunicate referitoare la programele instituției. Mai mult, propunem prin acest *Proiect de management* înființarea unui **consiliu consultativ media**, format din redactori de specialitate ai mass-media locală, consiliu în care să se dezbată problemele culturale locale și în care reprezentanții presei își pot prezenta opiniile și propunerile.

În ceea ce privește **promovarea** se impune, de asemenea, realizarea unor materiale promoționale de impact și a unui panotaj indoor și outdoor în punctele de aglomerații urbane.

Un domeniu foarte important este **prezența pe Internet**, în acest moment Centrul Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” neexistând practic în spațiul virtual. Este chiar deranjant faptul că Brâncuși și opera sa se regăsesc mai mult pe bloguri personale sau pe siteuri ale unor pasionați ai domeniului decât pe siteurile instituțiilor care ar trebui să se ocupe de acesta. Se impune rapid achiziționarea unor domenii pe Internet și realizarea de siteuri specializate pentru toate cele 3 direcții de acțiune: promovarea operei brâncușiene de la Târgu Jiu, dezvoltarea și promovarea ofertei turistice locale și mediatizarea ofertei de produse și servicii culturale pentru satisfacerea nevoilor comunității locale în scopul creșterii gradului de acces și de participare a cetățenilor la viața culturală.

*Rezultatul acestei strategii trebuie să fie crearea unui **brand local** bine definit care să capete consistență și notorietate.*

#### a.5. Reflectarea instituției în presa de specialitate:

Trebuie menționat de la început faptul că, deși județul Gorj pare a fi unul cu o bogată desitate mass-media pe cap de locuitor, **nu există presă locală de specialitate**. Așa cum menționam la pctul a.1. din prezentul *Proiect de management*, revistele de cultură care să prezinte viața culturală locală, practic, nu există, cele care apar neavând ca obiect special de studiu sau punct de interes cultura. Puținele activități din ultima perioadă sau proiectele dezvoltate de instituția predecesoare au fost tratate în paginile de cultură ale publicațiilor locale sau, foarte pe scurt, în jurnalele de știri ale posturilor locale de radio și televiziune.

Din perspectiva presei naționale putem menționa câteva articole referitoare la Ansamblul monumental „Calea Eroilor” de la Târgu Jiu în *România Liberă*, *Adevărul*, *Cotidianul*, *Jurnalul Național* s.a. sau în reviste precum *România Turistică*. Din păcate, la fel ca și pe plan local, aparițiile media au fost legate mai mult de scandaluri create de-a lungul timpului în jurul operelor brâncușiene, decât de dorința de a promova pozitiv imaginea orașului.

*Se impune astfel, în primul rând, revitalizarea unei puternice publicații culturale locale care, pe lângă faptul de a oferi o platformă de dezbatere pe teme brâncușiene să constituie și un pol de informare pentru consumatorii de cultură, dar și o modalitate de autopromovare.*

*Pe de altă parte, prin prezentul Proiect de management ne propunem o mai bună relaționare cu presa locală și presa națională de specialitate pentru a putea deveni o prezență activă și constantă.*

#### a.6. Profilul/portretul beneficiarului actual:

La fel ca la precedentele puncte, trebuie invocat faptul că instituția nu a avut în ultima perioadă o adresabilitate bine definită, neavând, practic, o activitate direcționată. Singura activitate desfășurată - în speță, lucrările de cercetare asupra stării operelor brâncușiene - se adresează în egală măsură comunității locale, dar se constituie, de asemenea, într-o datorie față de universalitatea lui Constantin Brâncuși.

În contextul general al existenței **Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși”** și al principiilor care guvernează politicile culturale internaționale și europene stipulate în documente precum *Declarația Universală a Drepturilor Omului*, *Pactul Internațional privind Drepturile Economice, Sociale și Culturale*, *Convenția Europeană privind Protecția Drepturilor Omului și a Libertăților Fundamentale*, *Carta Drepturilor Fundamentale a Uniunii Europene*, publicul țintă al programelor propuse prin prezentul *Proiect de management* este, **în final, comunitatea locală**.

Cetățenii municipiului Târgu Jiu au, în totalitate, în același timp individual și colectiv **„dreptul de acces la viața culturală”** și **„dreptul de participare la viața culturală”**.

#### a.7. Beneficiarul – țintă al activităților instituției:

Având în vedere misiunea și obiectivele instituției, prezentul *Proiect de management* definește **beneficiarul-țintă** al activităților instituției **în funcție de cele trei direcții principale de activitate**.

1. În domeniul protejării, conservării și punerii în valoare a Ansamblului Monumental „Constantin Brâncuși” de la Târgu Jiu, **beneficiarul principal – și final** - al tuturor demersurilor trebuie să fie **comunitatea locală** ca **proprietar al operelor brâncușiene**. Distinct, însă, tipurile de proiecte culturale propuse se vor adresa astfel:

- Platformele culturale pentru dialog și dezbateri pe teme „Brâncuși”, precum și publicațiile de specialitate vor avea ca beneficiar principal **comunitatea specialiștilor în brâncușologie din România și din străinătate**, care pot găsi în proiecte informația necesară, dar își pot expune, în egală măsură rezultatele cercetărilor;

- Programele de comunicare (publicații, internet etc) se vor adresa **iubitorilor de artă și susținătorilor lui Brâncuși din țară și străinătate, dar și tuturor celor care au nevoie de informație despre operele brâncușiene de la Târgu Jiu;**
- 2. În domeniul integrării municipiului Târgu Jiu în circuitele turistice naționale și internaționale beneficiarul-țintă al programelor se constituie, pe de o parte, din **agențiile de turism, tour-operatorii naționali și internaționali (sau alte instituții cu profil similar)**, pe de altă parte din **publicul care caută ca punct de atracție Ansamblul Monumental Constantin Brâncuși, sau evenimentele culturale și de programele turistice**, la care poate fi participant efectiv sau simplu spectator;
- 3. În domeniul organizării evenimentelor locale, beneficiarul-țintă devine, după caz:
  - **creatorul local de valoare culturală** care găsește în Centrul Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” platforma de exprimare, dar și posibilitatea de mediatizare și progresare;
  - **receptorul local**, structurat pe categorii statistice (etnie, sexe, vârstă, pregătire, domeniu de activitate etc) care beneficiază de produsul cultural al instituției sub toate formele sale (spectacole, manifestări etc).

*Ca o mențiune specială, trebuie menționat faptul că prezentul Proiect de management își stabilește o prioritate în a se adresa – prin programele sale – populației tinere, un segment țintă care accede din ce în ce mai greu la cultura de calitate.*

#### a.8. Descrierea modului de dobândire a cunoașterii categoriilor de beneficiari (tipul informațiilor, studii, cercetări, alte surse de informare).

În determinarea categoriilor de beneficiari, ne-am bazat concluziile pe:

- **obiectivele și misiunea instituției** stipulate în Caietul de obiective elaborat în vederea concursului pentru ocuparea funcției de manager al Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși”;
- **legislația în vigoare și documente europene privind cultura** (Rezoluția cu privire la rolul culturii în Uniunea Europeană, adoptată de Consiliul Europei);
- **studiul „DIAGNOZA SECTORULUI CULTURAL”** realizat de Centrul de Studii și Cercetări în Domeniul Culturii și publicată la Editura POLIROM – 2009
- **“Barometrul de consum cultural”**, realizat de Centrul de Studii și Cercetări în Domeniul Culturii
- **datele statistice ale populației** publicate la <http://www.insse.ro/cms/rw/pages/index.ro.do>
- **comunicat de presă nr. 4 din 6 ianuarie 2011** al INSSE privind evoluția turismului <http://www.insse.ro/cms/files/statistici/comunicate/turism/a10/turism1r10.pdf>
- **anuar statistic** INSSE – cultură și sport [http://www.insse.ro/cms/files/Anuar%20statistic/09/09%20Cultura%20si%20sport\\_ro.pdf](http://www.insse.ro/cms/files/Anuar%20statistic/09/09%20Cultura%20si%20sport_ro.pdf)
- **documente ale Primăriei Târgu Jiu, - raportul primarului 2009** [http://www.targujiu.ro/portal/gorj/tgjiu/portal.nsf/0/99DA63F6FF9DB640422575C200493DD2/\\$FILE/Raportul%20Primarului%20pentru%20anul%202009.pdf](http://www.targujiu.ro/portal/gorj/tgjiu/portal.nsf/0/99DA63F6FF9DB640422575C200493DD2/$FILE/Raportul%20Primarului%20pentru%20anul%202009.pdf)
- **diverse articole apărute în presa locală** cu referire la necesitățile culturale ale populației municipiului Târgu Jiu;
- **materiale apărute în presa națională și internațională**

#### ***B. Analiza activității profesionale a instituția și propuneri privind îmbunătățirea acesteia***

##### b.1. Analiza programelor/proiectelor instituției

La momentul acestei evaluări, Centrul Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși”, cu doar 6 luni de existență efectivă, nu s-a angajat în programe/proiecte de anvergură. Funcționând la „limita de avarie” fără personal de specialitate angajat, preocupările instituției s-au orientat către Ansamblul Monumental „Constantin Brâncuși”. De menționat aici sunt trei activități importante care s-au desfășurat în anul 2010.

**Colocviul „Analiza stării de conservare a Ansamblului Monumetal Calea Eroilor – operele de piatră”** s-a desfășurat la Târgu Jiu la începutul lunii noiembrie. Specialiști în piatră și restaurare din București și Târgu Jiu - Iulian Olteanu - șeful echipei de restaurare, prof dr. Dan Lungu – director general INMI, sculptorul Paul Popescu și alții - au analizat starea de conservare a Porții Sărutului constatând la aceasta probleme minore la acoperământul din plumb, respectiv fisuri apărute la nivelul sudurii, montajului plumbului în partea de piatră. Deși nu a fost prezent la discuție, proiectantul general, arh. Aurel Botez a fost informat despre concluziile discuțiilor, elaborând o soluție provizorie de astupare a fisurilor care a fost și aplicată, urmând ca în primăvara lui 2011 să se dea o soluție definitivă pentru conservarea operei în cele mai bune condiții.

A fost, de asemenea, alcătuită o bază de date cu fotografiile executate din toate unghiurile posibile care atestă starea de conservare a operelor din piatră care compun Ansamblul Monumental „Calea Eroilor” în noiembrie 2010.

Etapa a II-a a acestui proiect s-a desfășurat pe 10 decembrie 2010 sub genericul „*Analiza stării de conservare a Coloanei fără sfârșit – soluții pentru monitorizare și conservare în viitor*”. La întâlnire au participat, printre alții, proiectantul general Dorin Dănilă, directorul INMI Dan Lungu, dr. ing. Helmuth Koeber, ing. Dan Ionescu, ing. Călea Virgil (șeful echipei de la TURBOMECHANICA care a lucrat la restaurarea și asamblarea modulelor). Concluziile analizelor au fost că lucrarea se prezintă în condiții foarte bune, înclinația Coloanei neevoluând în ultimii 10 ani, nu au mai apărut pete noi, iar cele vechi nu au fost extinse. De asemenea, izolațiile dintre module și sistemul de ventilație din interior sunt în stare bună și nu se impune o intervenție urgentă.

S-a stabilit ca în primăvara acestui an operele să fie curățate cu apă distilată, Primăria Târgu Jiu așteptând din partea proiectantului general un plan de măsuri pe termen scurt, mediu și lung.

Un alt proiect finalizat anul trecut a fost inaugurarea **Centrului de informații turistice** și a **magazinului de suveniruri** din Parcul Central, absolut necesare din punct de vedere al ofertei turistice pentru vizitatorii municipiului Târgu Jiu și ai operelor lui Constantin Brâncuși. *De menționat că activitatea acestui punct va trebui dezvoltată, atât în ceea ce privește oferta informațională cât și cea a magazinului de suveniruri prin publicarea unui pachet cât se poate de bogat de informații turistice precum și activarea unui magazin virtual pe Internet.*

Activitatea instituției a fost limitată în ceea ce privește turismul cultural sau organizarea de evenimente culturale din lipsa personalului de specialitate și din cauza perioadei de provizorat în care a funcționat.

*În ceea ce privește activitățile de conservare a Ansamblului Monumental „Calea Eroilor” și de monitorizare continuă, ele trebuie să continue după un program metodic și respectat cu precizie. Astfel, considerăm prin prezentul Proiect de management că monitorizarea stării operelor prin inspecții periodice - cu efectuarea de înregistrări foto-video detaliate și alcătuirea unei baze de date – este imperios necesară pentru a păstra substanța originală a sculpturilor.*

*La fel de importantă este analiza factorilor care conduc la degradări ale operei, monitorizarea factorilor de mediu, a fenomenelor naturale sau provocate care pot produce deteriorări. Și nu în ultimul rând, pe baza documentațiilor emise de specialiști, intervențiile sau lucrările ce trebuiesc executate să fie făcute de restauratori profesioniști.*

## b.2. Analiza participării la festivaluri, gale, concursuri, saloane, târguri, etc. atât la nivel național cât și internațional

Așa cum menționam anterior, datorită condițiilor de provizorat în care a funcționat instituția nu s-au desfășurat proiecte de acest gen.

*Conform studiului “DIAGNOZA SECTORULUI CULTURAL” citat anterior, cultura este un indicator al calității vieții comunității, dar și unul dintre principalii factori ai așa-zisei “revitalizării urbane” de care societatea românească are nevoie în această perioadă. Cultura este un pilon de bază al dezvoltării locale, contribuind la schimbul de capital, bunuri culturale și chiar tehnologie. Activitățile culturale se circumscriu cotidianului urban nu numai în sens de « entertainment », de spectacol, ci și în sens de cultură civică, de valorificare a resurselor de patrimoniu, contribuție economică la bugetul local și facilitare a coeziunii sociale. Evenimentele culturale oferă ocazia interacțiunilor sociale, promovarea identității locale și a responsabilității civice, întărind astfel legăturile comunitare. Activitățile artistice, alături de patrimoniul urban, trebuiesc valorificate ca atracții turistice, generând notorietate (prin dezvoltarea brandurilor locale) și, în final, creștere economică locală.*

*Organizarea evenimentelor culturale poate deveni sursă de venituri pentru bugetul local.*

*În același timp, participarea Centrului Municipal de Cultură “Constantin Brâncuși” la târguri naționale și internaționale trebuie să devină necesară pentru a putea avea vizibilitatea corespunzătoare și pentru a relaționa eficient cu potențialii parteneri.*

## b.3. Analiza de imagine a instituției

La momentul actual Centrul Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” este perceput public doar în calitate de continuator al fostei Direcții de Cultură. Chiar dacă media locală a fost și nedreaptă de multe ori, aparițiile mediatiche negative sau cel mult neutre din ultimii ani au influențat percepția publică, creând

imaginea unei instituții nefuncționale, care se adresa unui grup țintă limitat, cu activități desfășurate destul de discret și cu proiecte prea puțin mediatizate. Starea de tensiune a fost amplificată de o comunicare media defectuoasă, dar și de lipsa de transparență în cheltuirea banilor publici.

Activitățile desfășurate în ultimele luni privind starea Ansamblului Monumental „Calea Eroilor” au reușit să readucă pozitiv în atenția publicului Centrul Municipal de Cultură.

*Pentru realizarea obiectivelor și a misiunii instituției este, însă, nevoie de mai mult! În primul rând Centrul Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” are nevoie de o campanie de branding cu tot ce presupune acest lucru, adică o imagine consistentă de brand, creșterea notorietății brand-ului, vizibilitate optimă și integrarea tuturor valorilor adiacente, strategice și favorabile a fi utilizate ca motive de întărire a credibilității brand-ului.*

*Declarațiile de intenții și promisiunile pe care le face instituția publicului țintă, beneficiarilor actului cultural, partenerilor și posibililor parteneri trebuie obligatoriu însoțite de explicații de tipul „the reason why”, pentru că nu mai vorbim de o instituție publică doar de interes local ci de un brand care trebuie să reverbereze internațional.*

*De aceea, prezentul Proiect de management propune o reformulare a percepției publice a instituției, construind o imagine modernă, clară, coerentă și consistentă.*

#### b.4. Reformularea mesajului

##### *Premisele de reformulare a mesajului instituției*

În demersul nostru de a reformula mesajul Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” plecăm de la premisa că, într-o accepțiune unanimă, cultura reprezintă „...întregul complex de elemente distinctive spirituale, materiale, intelectuale și emoționale ce caracterizează o societate sau un grup social. Cultura include nu numai artele și literatura, ci și moduri de viață, drepturile fundamentale ale omului, sistemele de valori, tradiții și credințe.” (Raport al Conferinței Mondiale privind Politicile Culturale, UNESCO - Mexic).

Componentă a sistemului social, *cultura determină toate celelalte componente* (economică, demografică, politică, psiho-socială etc.) *și este determinată la rândul său de acestea.*

Adăugăm următoarea *paradigmă europeană a culturii*, așa cum este prezentată în *Rezoluția cu privire la rolul culturii în Uniunea Europeană*, adoptată de Consiliul Europei:

- Cultura este un factor de dezvoltare socială și comunitară; în contextul dezvoltării durabile, cultura are multiple funcțiuni și implicații;
- Cultura este un factor al calității vieții; orice evaluare a standardelor de calitate a vieții individului, a colectivității și a societăților trebuie să ia în considerare acest indicator;
- Cultura trebuie privită ca mod de viață al individului și al societăților – un element prin care acestea se diferențiază;
- Cultura este expresia identității (individuale, de grup, regionale, naționale etc.) și miză a diversității și diferenței, valori esențiale care trebuie asumate și susținute prin demersuri și programe pro-active;
- Cultura contribuie la structurarea societății și a personalității umane;
- Cultura are un rol important în realizarea integrării sociale și în respingerea oricărei forme de excluziune și marginalizare;
- Cultura este o forță de coeziune socială.

*Noul mesaj propus:*

***“Centrul Municipal de Cultură “Constantin Brâncuși” - o instituție pentru  
REGENERARE URBANĂ și VITALITATE CULTURALĂ! Produse culturale  
NOI, servicii culturale INOVATIVE!***

## C. Analiza organizării/sistemului organizațional al instituției și propuneri de restructurare/reorganizare

### c.1. Analiza reglementărilor interne ale instituției și ale actelor normative incidente;

Centrul Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” funcționează în subordinea Consiliului Local al Municipiului Târgu Jiu, în conformitate cu prevederile O.U.G. 118/2006, cu modificările și completările ulterioare. Ca așezământ cultural de drept public cu personalitate juridică, Centrul desfășoară activități în domeniul cultural, de informare și de educație permanentă, reprezentând servicii culturale de utilitate publică, cu rol în asigurarea coeziunii sociale și accesul la informație. Finanțarea Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” se realizează din subvenții acordate de la bugetul local al Municipiului Tg-Jiu și venituri proprii.

Obiectivele, misiunea, și organizarea instituției sunt stipulate în Regulamentul de Organizare și Funcționare al Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși”, întocmit conform structurii organizatorice aprobate prin Hotărârea Consiliului Local nr. 371 din 29.11.2010.

Obiectivele instituției sunt definite pe baza a trei coordonate majore de acțiune care au în vedere:

1. conservarea, protejarea, monitorizarea și punerea în valoare a Ansamblului Monumental „Calea Eroilor” din Târgu Jiu;
2. implementarea unui program de integrare a municipiului Târgu Jiu în circuitele naționale și internaționale de turism cultural, acest program urmând a fi integrat în proiectele majore de dezvoltare economico-socială a municipiului;
3. elaborarea și punerea în operă a unui program de evenimente culturale care să revitalizeze viața culturală și socială a municipiului și care să atragă și fonduri către bugetul instituției și către bugetul local.

Având în vedere realizarea acestor obiective, în cadrul Centrului sunt structurate trei compartimente cu atribuțiuni specifice - definite pe baza celor trei direcții majore - la care se adaugă Compartimentul financiar-contabilitate, resurse umane, administrativ. Activitatea fiecărui compartiment este detaliată clar și eficient din punct de vedere organizatoric în Regulament de Organizare și Funcționare.

Conducerea instituției este asigurată de un manager desemnat în urma concursului de proiecte, conform O.U.G 189/2008. Activitatea managerului este susținută de un Consiliu de Administrație, organ colectiv de conducere cu caracter deliberativ, în atribuțiile căruia intră analiza și aprobarea programelor de activitate ale Centrului, fundamentarea bugetului de venituri și cheltuieli, aprobarea Regulamentului Intern al instituției, aprobarea măsurilor pentru încadrarea și perfecționarea personalului, organizarea concursurilor pentru posturile vacante precum și utilizarea bugetului și orientarea sumelor realizate din venituri extrabugetare.

Regulamentul de Organizare și Funcționare prevede, de asemenea, atribuțiile conducătorilor de compartimente, urmând ca pentru personalul din subordine să fie întocmite fișele de post corespunzătoare activității fiecăruia.

Personalul care va asigura funcționarea instituției urmează a fi angajat cu contract individual de muncă, pe perioadă nedeterminată, în funcții de specialitate. Aceștia i se vor adăuga persoane care participă la realizarea unor programe și proiecte culturale în baza unor contracte încheiate potrivit prevederilor legale privind dreptul de autor și drepturile conexe sau în baza unor convenții reglementate de Codul civil. Încadrarea personalului cu contract individual de muncă pe perioadă nedeterminată se va face pe bază de concurs sau examen, în condițiile legii.

Statul de funcțiuni aprobat cu data de 01.06.2010 este acoperitor pentru activitățile instituției, repartizarea posturilor pe compartimente și specializări urmând a fi făcută de managerul instituției pe baza organigramei.

Fiind vorba de o instituție nou înființată a cărei activitate poate fi permanent îmbunătățită, Regulamentul de Organizare și Funcționare lasă posibilitatea modificărilor și completărilor ori de câte ori se constată necesitatea acestora, această permisivitate fiind binevenită în condițiile dinamicii actuale.

### c.2. Propuneri privind modificarea reglementărilor interne și/sau ale actelor normative incidente;

Având în vedere complexitatea activităților ce urmează a fi realizate pentru îndeplinirea obiectivelor instituției, prezentul *Proiect de management* apreciază că reglementările interne ale instituției sunt bine conturate, însă, propune modificări de structură a compartimentelor din cadrul instituției. În opinia noastră, restructurarea compartimentelor este adaptată programelor și proiectelor pe care ni le propunem și asigură o mai bună funcționalitate a Centrului pentru Cultură „Constantin Brâncuși”.

Astfel, pe lângă cele trei compartimente stabilite prin Regulamentul de Organizare și Funcționare, propunem - cu respectarea statutului de funcțiuni – funcționarea distinctă a încă două compartimente: **Compartimentul Comunicare/Marketing cultural/Publicații** și **Compartimentul IT/Tehnic**, după cum se poate observa în ANEXA 1.A. ORGANIGRAMA CENTRULUI MUNICIPAL DE CULTURĂ „CONSTANTIN BRÂNCUȘI”.

Expunere de motive în sprijinul modificărilor propuse:

1. Având în vedere că prin prezentul *Proiect de management* ne propunem crearea unui brand consistent și cu notorietate, logistica și implementarea acestei activități vor trebui concretizate distinct față de activitățile celorlalte compartimente, dar, în colaborare cu acestea;
2. Compartimentul **Comunicare/Marketing cultural/Publicații** va trebui să asigure în mod constant comunicarea, pe de o parte, între toate compartimentele instituției, iar, pe de altă parte, interfața de comunicare cu partenerii, publicul etc; acest compartiment va asigura și feed-back-ul necesar pentru corecția proceselor;
3. În contextul realizării programelor pe care ni le propunem prin acest *Proiect de management*, o mare parte a activității se bazează pe competențe IT. Alcătuirea bazelor de date în format electronic, vizibilitatea pe Internet precum și alte activități presupun pentru personal cunoștințe solide în IT, dar și o prestație laborioasă în cadrul instituției. Funcționarea, coordonarea și controlul se pot optimiza prin crearea **Compartimentului IT/Tehnic**.

Pentru programele pe care le propunem considerăm celelalte reglementări interne suficiente pentru ca Centrul Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” să funcționeze cu rezultate mulțumitoare în perioada 2011-2013, vizată în prezentul *Proiect de management*.

c.3. Funcționarea instituției, delegarea responsabilităților: analiza activității Consiliului de Administrație, propuneri de modificare a limitelor de competențe în cadrul conducerii instituției;

Din nou, având în vedere faptul că instituția este nou înființată, nu se pot face considerații pertinente și consistente despre funcționarea anterioară a acesteia, baza analizei reprezentând-o doar documentele elaborate până în prezent și expuse în Caietul de obiective.

Regulamentul de Organizare și Funcționare, așa cum este întocmit, prevede reglementări pertinente în ceea ce privește competențele și delegarea responsabilităților la nivelul managementului instituției și nu considerăm necesare modificări sau alte propuneri la momentul actual.

În contextul Organigramei prezentată în Anexa 1 A a *Proiectului de management*, vom prezenta în continuare **principalele prevederi ale fișelor de post ale personalului**. Menționăm că ele vor fi completate ulterior atât cu prevederile generale conform reglementărilor interne.

**Consilier, grad profesional IA – 6 posturi:**

**1. Consilier cu studii superioare de specialitate în domeniul Patrimoniu Cultural – Restaurare – Conservare**

- *Coordonarea activităților de monitorizare, restaurare și conservare privind Ansamblul Monumental „Calea Eroilor”, precum și Patrimoniul Cultural al municipiului*
- *Întocmirea documentațiilor și studiilor de specialitate privind promovarea culturală a operelor brâncușiene*
- *Organizarea platformei de dialog cu tematică de specialitate în domeniul “Brâncuși” (dezbateri, seminarii, conferințe, publicții, alte activități specifice)*

**2. Consilier cu studii superioare de specialitate în domeniul Turismului**

- *Coordonarea activităților de identificare și ofertare a potențialului turistic al municipiului Tg Jiu*
- *Întocmirea bazelor de date, identificarea cererii pieței din domeniu, întocmirea și promovarea ofertelor de turism cultural și ecumenic în Târgu Jiu*
- *Organizarea de acțiuni, conferințe, seminarii, dezbateri cu tematică de specialitate, alte activități în domeniul turismului local, național și internațional*
- *Relaționare și comunicare cu agenții de turism, tour-operatori sau alți potențiali parteneri în domeniul turismului*

3. **Consilier cu studii superioare de specialitate în domeniu artistic**
  - *Coordonarea activităților artistice, de spectacole și entertainment*
  - *Organizarea de evenimente, expoziții, galerii de artă, alte manifestări culturale*
4. **Consilier cu studii superioare de specialitate în Comunicare/Marketing Cultural**
  - *Coordonarea activităților de comunicare/PR ale instituției*
  - *Realizarea de parteneriate locale, naționale și internaționale*
  - *Identificarea necesităților culturale ale populației municipiului, realizarea de studii și documentații statistice privind nevoile culturale ale comunității*
  - *Coordonarea editării, publicării și distribuției publicațiilor instituției*
5. **Consilier cu studii superioare de specialitate în IT**
  - *Coordonarea departamentului tehnic și a activităților de IT*
  - *Administrarea și gestionarea bazelor de date informatice*
  - *Administrarea site-urilor instituției*
6. **Consilier cu studii superioare de specialitate Economice**
  - *Coordonarea Departamentului Financiar, Contabilitate, Resurse Umane*
  - *Managementul surselor de finanțare extrabugetare*
  - *Coordonarea proiectelor de dezvoltare și finanțare din fonduri europene.*

Consilier grad profesional I – 5 posturi:

1. **Consilier - pe probleme de Patrimoniu**
  - *Întocmirea documentațiilor și studiilor de specialitate privind activitățile de conservare patrimoniu*
2. **Consilier – operator Turism**
  - *Relaționare, ofertare, comunicare cu potențialii parteneri în domeniul turismului*
3. **Consilier – Editor/Translator**
  - *Asigură editarea/traducerea publicațiilor instituției, materialelor pentru site-uri*
  - *Asigură asistență de specialitate la conferințele internaționale*
4. **Consilier – Financiar-Contabil**
  - *Desfășoară activități financiar-contabile specifice*
5. **Consilier – operator IT/ tehnic**
  - *Introduce și prelucrează date*
  - *Procesează materialele print – audio - video*
  - *Machetează publicațiile instituției,*
  - *Asigură funcționarea și întreținerea echipamentelor*

Consilier juridic – 1 post

- *Desfășoară activități juridice specifice*
- *Asigură cadrul legal pentru desfășurarea proiectelor cu finanțare europeană*

Inspector specialitate grad profesional II:

- *Organizează și asigură desfășurarea evenimentelor culturale, artistice, de expoziții, alte activități specifice*

Inspector specialitate grad profesional II

- *Coordonează activitățile de vânzare din cadrul magazinului de suveniruri*
- *Alte activități de gestiune specifice postului*

Îngrijitor

Ne vom orienta, mai departe, spre a prezenta propunerile pe care le facem pentru buna funcționare a instituției pe termen scurt, mediu și lung.

Argumentăm mai sus că vizibilitatea publică a Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” nu a fost satisfăcătoare de la înființare și până în prezent. Analizând, pe de altă parte, activitatea desfășurată de instituția predecesoare, opinăm că deficitul de imagine se datorează în parte și amplasamentului destul de discret al actualului sediu al instituției. Circulația persoanelor este destul de redusă, iar vizibilitatea efectivă este aproape nulă. O bună strategie de promovare a unui brand pleacă chiar de la imaginea afișată, de la poziția și amenajarea sediului, starea sa fizică etc. Considerăm, în acest context, că o primă măsură care trebuie luată - în primul rând de Consiliul Local al Municipiului Târgu Jiu – este achiziționarea unui sediu corespunzător pentru Centrul Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” în concordanță cu importanța, misiunea și obiectivele instituției.

Un sediu modern, amenajat și dotat conform cerințelor secolului XXI, va da, cu siguranță, o altă dinamică pentru devenirea Centrului.

Chiar dacă realitatea timpului actual ne face circumspecți în a ne hazarda în proiecte ce pot părea utopice, prin acest *Proiect de management* ne propunem - cu optimism – demararea procedurilor de identificare, achiziționare și amenajare a unui nou sediu pentru Centrul Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși”.

Actualul sediu al instituției poate fi folosit în continuare pentru organizarea de expoziții tematice permanente, precum și pentru organizarea arhivelor și bazelor de date. Din cunoștințele pe care le avem despre activitățile anterioare știm că există la acest moment foarte multe documente referitoare la Ansamblul Monumental „Calea Eroilor” din Târgu Jiu, la monitorizările, amenajările și restaurările de până acum, precum și documente care vizează activitățile desfășurate. Se impune ca toate aceste documente să fie înregistrate, fișate și arhivate atât fizic cât și în format electronic în vederea alcătuirii unei baze de date complete, funcționale și ușor de accesat.

O altă concluzie care se desprinde din studiul diagnozei culturale este faptul că, în acest moment, Centrul Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” nu beneficiază de dotări tehnice corespunzătoare realizării tuturor obiectivelor.

Se impune urgent achiziționarea de aparatură IT și birotică performantă pentru a putea aplica strategiile de dezvoltare instituțională pe care ni le propunem

#### c.4. analiza nivelului de perfecționare a personalului angajat – propuneri privind cursuri de perfecționare pentru conducere și restul personalului.

La această dată Centrul Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” nu are personal angajat.

În ceea ce privește cursurile de perfecționare, *Proiectul de management* va avea în vedere, în limita fondurilor disponibile, următoarele cursuri de specializare și trainiguri:

*pentru conducere:*

- cursuri de perfecționare în domeniul managementului cultural;  
Ex. <http://www.managementcultural.ro/>
- cursuri pentru manageri de proiect în domeniul Fondurilor Structurale;  
Ex. <http://www.structuralfunds.ro/cursuri.html>

*pentru personal:*

- IT (WEB design, ORACAL – baze de date)
- cursuri pentru redactarea și managementul proiectelor europene  
Ex. [http://www.eurocor.ro/Training\\_Accesare\\_Fonduri\\_Europene.htm](http://www.eurocor.ro/Training_Accesare_Fonduri_Europene.htm)

Este de menționat faptul că, în contextul actual, multe dintre aceste cursuri pot fi accesate on-line, eliminând astfel costurile cu deplasarea, cazarea și diurnele cursanților.

Ex. <http://curs-online.ro/cursuri/negociere-si-comunicare/>

## **Strategia, programele și planul de acțiune pentru îndeplinirea misiunii specifice a instituției, conform sarcinilor și obiectivelor managementului**

### Prezentarea strategiei culturale pe perioada de management

#### ***Premise pentru elaborarea strategiei***

Cultura este una dintre componentele esențiale ale serviciilor sociale pe care orice stat democratic are datoria de a le oferi cetățenilor săi. Ea se constituie într-un bun social public atipic comparativ cu celelalte, unul a cărui valoare crește proporțional cu numărul celor care îl acceptă. Oferta culturală a statului se exprimă prin politici culturale bazate pe principii bine determinate:

- principiul protejării patrimoniului cultural național prin care valorile și bunurile care aparțin moștenirii culturale au calitatea de surse fundamentale ale cunoașterii trecutului și prezentului nostru;
- principiul libertății de creație potrivit căruia libertatea de exprimare artistică și de comunicare publică a operelor și prestațiilor artistice reprezintă nu numai un drept fundamental, ci și un element esențial al progresului uman;
- principiul autonomiei instituțiilor de cultură potrivit căruia inițierea și desfășurarea programelor și proiectelor culturale nu pot fi restrânse ori cenzurate pe criterii etnice, religioase, politice ori pentru satisfacerea unor interese de grup;
- principiul primordialității valorii care asigură condițiile materiale și morale pentru afirmarea creativității și talentului;
- principiul șansei egale la cultură, potrivit căruia, prin armonizarea politicilor culturale la nivel național cu cele la nivel local se asigură accesul și participarea tuturor cetățenilor la cultură, precum și dezvoltarea vieții spirituale a colectivităților, în toată diversitatea acestora;
- principiul identității culturale în circuitul mondial de valori, potrivit căruia se asigură protejarea și punerea în valoare a moștenirii culturale, se susține și se promovează introducerea în circuitul cultural național și internațional a valorilor spiritualității naționale și se înlesnește circulația în țară a valorilor culturii universale.

Ca și celelalte politici publice, politicile culturale au o importantă dimensiune sectorială, fiind legate prin consultare și participare de o serie de actori sociali: autorități, instituții, entități economice, persoane sau grupuri de interese. Formularea politicilor culturale, a strategiilor și programelor devine astfel o acțiune complexă care trebuie să țină seama de un întreg spectru de factori, de la nivelul economic al comunității până la tradițiile și mentalitățile socio-culturale. Pentru ca programele culturale să fie viabile, ele trebuie să fie înțelese armonios cu politicile economice, cu cele educative și sociale, rezultând astfel politici de dezvoltare coerente. Nu sunt suficiente stabilirea obiectivelor, definirea misiunii, monitorizarea performanței sau urmărirea publicului țintă pentru ca politicile culturale să aibă succes.

La toate acestea trebuie adăugată o evaluare lucidă și transparentă, bazată pe realitățile obiective ale spațiului și timpului pentru care se concep strategiile culturale.

Pornind de la aceste premise și folosind ca instrument - specific managementului - **Analiza SWOT** dezvoltăm în cele ce urmează strategii de dezvoltare pentru fiecare dintre obiectivele formulate în **Caietul de obiective**, menționând **obiectivele specifice** și **direcțiile de acțiune** pe termen scurt, mediu și lung.

#### ***Strategia pentru implementarea unui program, structurat pe termen lung, de punere în valoare, monitorizare, conservare și protejare a Ansamblului Monumental "Calea Eroilor" din Tg-Jiu***

#### Considerații generale:

Protejarea patrimoniului cultural este la fel de importantă pentru omenire ca protejarea mediului. Patrimoniul reprezintă o „...mărturie și o acumulare a trecutului. ... Mărturia istoriei noastre trebuie înțeleasă și păstrată. ... Trebuie lăsată spre cercetare generațiilor viitoare chiar dacă acest lucru se dovedește nedorit de scump” (Simon Mundy – *Politici culturale, un scurt ghid*).

Conservarea și protejarea Ansamblului Monumental „Calea Eroilor” reprezintă o datorie de onoare nu numai față de celebrul și generosul nostru înaintaș, ci și față de generațiile viitoare care au dreptul să se bucure de genialitatea gorjeanului Constantin Brâncuși. Misiunea de protejare a operelor este cu atât mai complicată cu cât trebuie găsit echilibrul perfect între asigurarea necesităților de conservare și a permite în continuare accesul publicului la opere, așa cum și-a dorit Brâncuși. Operele de artă nu sunt numai locuri contemplative, peste tot în lume ele reprezintă și o sursă de venituri prin atracția turistică și prin comerțul cu

suveniruri, gablonzuri etc. În multe cazuri, însă, exagerările au deteriorat valoarea operelor, fapt care ne obligă să avem în vedere păstrarea unui marketing și a unui mediu comercial decente, din respect pentru artă și artist.

#### Analiza SWOT

<b>Puncte tari</b>	<b>Puncte slabe</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Valoarea inestimabilă a Ansamblului Monumental „Calea Eroilor”, recunoscut ca una dintre cele mai importante opere de artă ale secolului XX</li> <li>○ Valorile la care se tranzacționează operele lui Brâncuși în lume</li> <li>○ Numărul mare de lucrări publicate de-a lungul timpului despre Brâncuși și opera sa în țară și străinătate</li> <li>○ Controversele și disputele între brâncușologi, care generează publicitate</li> <li>○ Amplasarea geografică a Ansamblului într-o regiune de turism ecumenic (Mănăstirile Tismana, Lainici, Polovragi, Crasna) în legătură directă cu simbolistica</li> <li>○ Tradiția instituției în organizarea evenimentelor naționale și internaționale pe teme Brâncuși</li> <li>○ Operele sunt păzite, eliminând astfel posibilitatea degradării prin intervenții de tip vandal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Aspectul sub care se prezintă Calea Eroilor, neamenajată încă peisagistic</li> <li>○ Numeroasele scandaluri create în jurul operelor având ca motiv restaurarea sau amenajarea (Radu Varia – restaurarea Coloanei Infinte, scandalul creat de pavimentului din Parcul Central etc)</li> <li>○ Lipsa unui centru-muzeu de documentare care ar putea constitui un punct de atracție pentru cercetători</li> <li>○ Lipsa unor ghizi specializați care să prezinte turiștilor operele</li> <li>○ Vizibilitatea redusă a instituției pe Internet; lipsa unor siteuri de documentare administrate de instituție</li> <li>○ Ansamblul se află din 1991 pe lista de așteptare a monumentelor protejate de UNESCO.</li> </ul>
<b>Oportunități</b>	<b>Amenințări</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Posibilitatea de a relua demersurile pentru înscrierea pe lista monumentelor protejate UNESCO</li> <li>○ Multiplele posibilități de interpretare simbolică a operelor care pot genera oricând noi valențe de interes public</li> <li>○ Posibilitatea instituției de a deveni o sursă autorizată și credibilă de documentare prin însăși amplasarea ei geografică</li> <li>○ Existența atelierului lui Brâncuși la Paris – un punct cultural important cu care se poate dezvolta mai accentuat parteneriatul</li> <li>○ Propunerea de repatriere a rămășițelor pământești ale lui Brâncuși, o oportunitate mediatică</li> </ul> <p>Dezvoltarea comerțului cu suveniruri în zona operelor dar și în alte zone din oraș, inclusiv comerțul pe Internet – (Muzeul Metropolitan are un astfel de magazin în Centrul Rockefeller pe 5th Avenue, care reprezintă în New York un loc căutat pentru cumpărăturile de Crăciun, British Museum are un punct de vânzare de suveniruri în aeroportul Heathrow)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Factorii de mediu care acționează în timp asupra opereii</li> <li>○ Accentuarea crizei economice care nu ar mai permite finanțarea instituției</li> <li>○ Lansarea și întreținerea ideii că autoritățile locale nu sunt preocupate de valorizarea Ansamblului</li> <li>○ Atacurile mediatice (ex. scrisoarea care a circulat pe internet „Adevărul despre operele lui Brâncuși” plină de mistificări și date false, care totuși a fost preluată o parte a presei)</li> <li>○ Imixtiunea unor persoane de rea credință cu intenția de a minimaliza opera lui Brâncuși sau de a profita material de pe urma operelor</li> </ul>

<b>Obiective strategice</b>	<b>Direcții de acțiune</b>	<b>Termen</b>
<p><b>Conservarea și protejarea Ansamblului Monumental „Calea Eroilor” în cele mai bune condiții</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Adoptarea unui program de monitorizare continuă a Ansamblului Monumental „Calea Eroilor”, executarea programată a operațiunilor de întreținere și executarea profesională a intervențiilor de restaurare pe baza proiectelor aprobate</li> <li>○ Monitorizarea continuă a factorilor de mediu care pot afecta operele</li> <li>○ Efectuarea demersurilor pentru înscrierea ansamblului pe lista UNESCO definitivă</li> </ul>	<p>scurt, mediu, lung</p>

<b>Îmbunătățirea vizibilității naționale și internaționale a Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși”, ca platformă de dezbateri pe teme Brâncuși, punct de documentare</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Realizarea de parteneriate cu instituții similare din țară și străinătate, cu alte personalități din domeniu</li> <li>○ Organizarea de întâlniri, simpozioane, dezbateri etc -</li> </ul> <b>Programul „2011 - ANUL BRÂNCUȘI”</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Editarea de publicații tematice „EDITORIALA BRÂNCUȘI”</li> <li>○ Realizarea de baze de date, arhive și virtuale</li> <li>○ Realizarea siteurilor instituției</li> <li>○ Folosirea tuturor evenimentelor ca oportunități de promovare a instituției</li> </ul>	scurt, mediu, lung
<b>Vizibilitatea pe Internet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Lansarea Programului „Brâncuși@na”</li> <li>○ Achiziționarea domeniilor <a href="http://www.constantinbrancusi.eu">www.constantinbrancusi.eu</a> și <a href="http://www.brancusi.arts.ro">www.brancusi.arts.ro</a> și/sau a altor domenii libere și realizarea site-urilor</li> <li>○ Demararea unei campanii de promovare a instituției pe Internet</li> </ul>	scurt, mediu
<b>Dezvoltarea activităților de marketing legate de imaginea Ansamblului</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Realizarea unui magazin virtual cu suveniruri și gablonzuri</li> <li>○ Organizarea de cursuri de instruire pentru personal</li> </ul>	scurt

**Strategia pentru implementarea unui program, structurat pe termen lung, de integrare a Municipiului Tg-Jiu în circuitele naționale și internaționale de turism cultural, având ca finalitate integrarea acestui program în proiectele majore de dezvoltare economico-socială a Municipiului Tg-Jiu**

#### Considerații generale:

Într-o economie de piață fiecare loc are nevoie de turiști, de oameni care să vină să-și cheltuiască banii pe servicii, distracții, relaxare sau suveniruri, pentru că e bine știut faptul că în vacanțe oamenii sunt dispuși să cheltuiască mai mult decât ar cheltui dacă ar rămâne acasă. Să nu ne amăgim însă cu ideea că toți sunt bogați și creduli sau risipitori. În schimbul banilor plătiți, turiștii așteaptă să găsească servicii de calitate și să descopere experiențe noi care să-i impresioneze și pe care să le împărtășească și altora.

Ultimele studii efectuate în domeniul turismului arată că destinațiile de succes sunt acelea care, pe lângă atracțiile naturale, sau chiar în lipsa lor, își folosesc la maxim potențialul cultural, istoric sau conjunctural. În Europa de nord, de exemplu, atracțiile culturale sunt cele mai importante elemente care conving publicul să facă vizite.

Pe lângă zonele turistice consacrate ale Gorjului, municipiul Târgu Jiu poate oferta atracții turistice în trei direcții: *turismul cultural* – organizat pentru vizitarea monumentelor de artă, în speță Ansamblul Monumental „Calea Eroilor”, *turismul comercial-expozițional* - a cărui practicare poate fi ocazionată de mari manifestări de profil și *turismul festivalier* – prilejuit de manifestări cultural-artistice (etnografice, folclorice) naționale sau internaționale.

#### Analiza SWOT

Puncte tari	Puncte slabe
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Poziția geografică, în apropierea munților</li> <li>○ Climă temperat continentală</li> <li>○ Important nod rutier între E79 și DN67</li> <li>○ Amplasat aproape de Defileul Jiului – trecătoare importantă de acces prin Carpații Meridionali ce face legătura între Oltenia și Transilvania</li> <li>○ Calitate ridicată a factorilor de mediu – aer, apă, curățarea și amenajarea bazinului Jiului de sus</li> <li>○ Existența Ansamblului Monumental „Constantin Brâncuși”</li> <li>○ Amplasat într-o zonă deschisă turismului ecumenic (Mănăstirile Lainici, Tismana, Crasna, Polovragi)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Lipsa unei imagini puternice a orașului (brand) ca atracție turistică</li> <li>○ Infrastructură rutieră mediocră și aglomerată</li> <li>○ Lipsa unui aeroport în apropiere</li> <li>○ Lucrările de amenajare a centrului nu sunt încă finalizate</li> <li>○ Atracții turistice puține sau nepuse în valoare</li> <li>○ Nu s-au valorificat toate oportunitățile de amenajări ale potențialelor locuri de agrement (lacurile de acumulare, traseul de motocros etc)</li> <li>○ Calitate slabă a prezentării și traducerii la diverse obiective turistice (inclusiv la Ansamblul Monumental „Calea Eroilor”)</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Amplasat în județul cu cel mai mare potențial speologic din România</li> <li>○ Creșterea calitativă a ofertelor de cazare (hoteluri noi)</li> <li>○ Amplasat lângă un traseu omologat de automobilism – VTM Rânca și o posibilă pistă de motocros</li> <li>○ Posibilități de sport extrem (rafting) pe Jiu</li> <li>○ Existența unor trasee de alpinism în apropiere Cheile Sohodolului</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Promovarea insuficientă a atracțiilor culturale, vizibilitate redusă pe Internet</li> <li>○ Lipsa unor evenimente de anvergură și notorietate internațională</li> <li>○ Colaborare insuficientă între sectoarele public-privat</li> <li>○ Centre de informare turistică insuficiente, lipsa punctelor de informare turistică (hărți, totemuri documentare) în municipiu</li> <li>○ Lipsa personalului de specialitate – ghizi turistici</li> <li>○ Dispariția treptată a practicilor legate de obiceiuri și tradiții populare</li> </ul>
<b>Oportunități</b>	<b>Amenințări</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Dezvoltarea turismului cultural <b>în România</b> prin promovarea Ansamblului Monumental „Constantin Brâncuși”</li> <li>○ Dezvoltarea turismului cultural <b>din România</b> prin parteneriate</li> <li>○ Dezvoltarea turismului ecumenic</li> <li>○ Organizarea de activități sportive naționale și internaționale (raliuri, motocros) și de competiții de sport extrem în parteneriat cu entități specializate</li> <li>○ Revigorarea și promovarea tradițiilor și obiceiurilor populare ca atracții turistice</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Scăderea numărului de turiști și investițiilor în turism din cauza accentuării crizei economice</li> <li>○ Slăbirea mediului de afaceri privat</li> <li>○ Creșterea prețurilor la combustibili</li> <li>○ Dezvoltarea de oferte de turism festivalier în alte zone</li> <li>○ Lipsa de comunicare și de colaborare cu parteneri din mediul de afaceri privat</li> </ul>

<i>Obiective strategice</i>	<i>Direcții de acțiune</i>	<i>Termen</i>
<b>Promovarea Ansamblului Monumental „Calea Eroilor” ca punct de atracție turistică</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Realizarea calendarului de evenimente al manifestărilor Brâncuși și acțiuni de promovare</li> <li>○ Realizarea de materiale promoționale/documentare calitative</li> <li>○ Panotaj indoor și outdoor</li> </ul>	scurt, mediu, lung
<b>Realizarea bazelor de date</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Identificarea potențialului turistic al municipiului Târgu Jiu și realizarea bazelor de date</li> </ul>	scurt
<b>Realizarea de parteneriate și agende comune cu tour-operatori locali și cu firme specializate în turism</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Organizarea unui simpozion pe teme de turism pentru realizarea de parteneriate și stabilirea unei strategii comune de promovare a turismului</li> </ul>	scurt, mediu
<b>Dezvoltarea ofertelor de turism în două sensuri: ÎN și DIN România</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Lansarea programelor: „<b>BRÂNCUȘI – DRUMUL INIȚIERII</b>” și „<b>În lumea PRINȚULUI-ȚĂRAN / DANS LE MONDE DU PRINCE-PAYSAN</b>”</li> <li>○ Pregătirea și lansarea ofertelor turistice</li> </ul>	mediu, lung
<b>Promovarea evenimentelor culturale care pot genera atracții turistice pentru turismul ecumenic</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Realizarea calendarului de evenimente culturale și acțiuni de promovare în parteneriat cu mănăstirile</li> </ul>	scurt, mediu, lung
<b>Promovarea evenimentelor culturale care pot genera atracții turistice pentru turismul festivalier</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Realizarea calendarului local de evenimente culturale și acțiuni de promovare în parteneriat cu alte instituții de cultură</li> </ul>	scurt, mediu, lung
<b>Promovarea evenimentelor sportive care pot genera atracții turistice</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Realizarea calendarului local de evenimente sportive și acțiuni de promovare în parteneriat</li> </ul>	scurt, mediu, lung
<b>Pregătirea resurselor umane</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Organizarea de activități de training pentru personalul specializat – ghizi turistici</li> </ul>	mediu

*Strategia pentru lansarea, organizarea și coordonarea unui program care să conțină proiecte ale evenimentelor din Municipiul Tg-Jiu, având drept scop revitalizarea vieții culturale și sociale a municipiului, precum și atragerea de fonduri către bugetul instituției și către bugetul local.*

### Considerații generale:

Patru mari principii guvernează politica culturală europeană și au ghidat Consiliul Europei mai bine de 25 de ani: **promovarea identității culturale, respectarea diversității culturale, susținerea creativității, stimularea participării**. Aceste principii vor sta în continuare la baza elaborării strategiei privind organizarea evenimentelor culturale din municipiul Târgu Jiu. Programele cu adresare locală propuse în oferta culturală a instituției vor fi alcătuite pentru toate categoriile de populație, indiferent de naționalitate, etnie, confesiune religioasă, sexe, vârstă, ocupații, venituri sau preferințe culturale, extrapolând astfel un alt principiu european „**Cultură pentru toți**”.

Ne fundamentăm, de asemenea, strategia pe premisa absolut corectă că **orașele cu o mare vitalitate culturală** constituie **mari centre polarizatoare** de care trebuie să țină cont orice programe și strategii de dezvoltare locală sau națională.

Orașe importante ale lumii – Londra, Bruxelles, Paris, Tokyo – au înțeles că **arta, mișcările culturale** joacă un rol esențial în **succesul economic al acestor orașe, integrând activitățile artistice în politicile de dezvoltare urbană**. De ce nu am face același lucru, evident, păstrând proporțiile, la Târgu Jiu ? Pentru că o ofertă culturală de calitate înseamnă un număr mare de receptori, care dau valoare bunului cultural primit. Pe de altă parte, un număr mare de participanți la evenimentele culturale este un dorit pentru orice sponsor, pentru că, astfel, mesajul său ajunge la cât mai mulți consumatori, acest lucru însemnând implicit o disponibilitate mai mare de a investi în evenimentele culturale.

### ANALIZA SWOT

Puncte tari	Puncte slabe
<b>ALE COMUNITĂȚII LOCALE</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ O comunitate locală participativă cu premise culturale și cu un istoric al evenimentelor culturale</li><li>○ Spații publice generoase pentru organizarea evenimentelor în aer liber</li><li>○ Existența unor instituții culturale locale puternice, cu tradiție și experiență și premisele unei bune colaborări cu acestea</li><li>○ Existența unor evenimente culturale cu notorietate („Zilele Elvira Godeanu”, Festivalul Internațional de Folclor, Festivalul național de folk și baladă „Poarta Sărutului” etc)</li><li>○ Resurse umane locale profesioniste și de calitate</li><li>○ Existența unei „pepinieră” de artiști locali (Liceul de Muzică „C. Brăiloiu”, Palatul Copiilor, interpreți și creatori independenți)</li></ul> <b>ALE INSTITUȚIEI</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Existența unei tradiții bine conturate a Centrului Municipal de Cultură în organizarea de evenimente</li><li>○ Parteneriate tradiționale cu instituții și cu personalități internaționale</li></ul>	<b>ALE COMUNITĂȚII LOCALE</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Infrastructura culturală a municipiului este slab dezvoltată (Instituții culturale care nu au sedii proprii, lipsa unor săli de spectacole de anvergură cu dotările corespunzătoare, a spațiilor mari pentru expoziții, lipsa în comunitate a unui cinematograf/spațiu amenajat pentru vizionare filme modern și funcțional etc)</li><li>○ O comunitate artistică locală divizată și dispusă la contradicții</li><li>○ Economie creativă slab dezvoltată ( număr redus de edituri, tipografii, case de producție, sau lipsa anticariatelor de artă, a caselor de licitații</li></ul> <b>ALE INSTITUȚIEI</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Infrastructura culturală a instituției este slab dezvoltată (Centrul Municipal de Cultură nu are un sediu central cu vizibilitate)</li><li>○ Nu are dotări tehnice performante</li><li>○ Nu are personal angajat</li><li>○ Necesitatea corectării deficitului de imagine</li></ul>
Oportunități	Amenințări
<ul style="list-style-type: none"><li>○ Crearea unui brand cu consistență și notorietate în conexiune cu Brâncuși</li><li>○ Dezvoltarea parteneriatelor locale, naționale și internaționale cu instituții și personalități pe baza atracției acestora către brandul mondial Brâncuși</li><li>○ Crearea unei echipe de profesioniști care să pună în operă programele instituției</li><li>○ Dezvoltarea unor programe culturale complexe</li><li>○ Posibilitatea de a atrage fonduri europene pentru realizarea programelor culturale</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Diminuarea alocațiilor bugetare</li><li>○ Scăderea numărului de sponsori ai culturii și diminuarea sponsorizărilor datorită deteriorării situației economice</li><li>○ Diminuarea apetitului cultural al populației având în vedere situațiile speciale determinate de criza economică</li><li>○ Un număr destul de important de receptori cu afinități non-culturale și cu gusturi îndoielnice (trend național)</li></ul>

<b>Obiective strategice</b>	<b>Direcții de acțiune</b>	<b>Termen</b>
-----------------------------	----------------------------	---------------

<b>Asigurarea resurselor umane</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Organizarea concursurilor pentru ocuparea posturilor vacante în cadrul instituției</li> <li>○ Întocmirea fișelor de post și repartizarea responsabilităților</li> </ul>	scurt
<b>Crearea unui brand cu consistență și notorietate „Centrul Municipal de Cultură Contantin Brâncuși”</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Identificarea și contractarea unei firme specializată în branding, realizarea documentelor de brand, a manualului de identitate și a materialelor personalizate</li> </ul>	scurt, mediu, lung
<b>Mediatizarea noului brand</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Campanii de marketing</li> </ul>	mediu, lung
<b>Îmbunătățirea infrastructurii culturale a instituției</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Demararea procedurilor pentru identificarea, achiziționarea și dotarea unui sediu central corespunzător profilului și aspirațiilor instituției</li> <li>○ Achiziționarea dotărilor tehnice și aparaturii necesare funcționării instituției</li> </ul>	scurt, mediu, lung
<b>Organizarea arhivelor și bazelor de date culturale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Identificarea, inventarierea și arhivarea – inclusiv în format electronic a tuturor documentelor culturale ale instituției</li> <li>○ Organizarea bazelor de date și a mecanismelor de punerea ei la dispoziția cetățenilor</li> <li>○ Organizarea unei biblioteci</li> </ul>	scurt, mediu, lung
<b>Susținerea, protejarea și valorificarea moștenirii culturale, a identității spirituale locale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Întocmirea bazelor de date locale și arhive (biografii și evenimente, albume etc) digitalizarea informațiilor și stabilirea modalităților de punere la dispoziție pentru publicul larg</li> <li>○ editarea de materiale (cărți, albume etc)</li> </ul>	mediu, lung
<b>Susținerea creativității locale, promovarea creatorilor locali și dezvoltarea schimburilor interculturale europene</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Reactualizarea bazelor de date</li> <li>○ Refacerea parteneriatelor</li> <li>○ Demararea programelor: „Pasul spre cultură” - ateliere de creație pentru tineri, Programele de spectacole</li> <li>○</li> </ul>	scurt, mediu, lung
<b>Comunicare/ PR / Marketing cultural</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Redactarea și publicarea Agendei anuale a evenimentelor culturale</li> <li>○ Înființarea Consiliului Consultativ Media format din editorii departamentelor de Cultură-Artă ale publicațiilor, radiourilor și televiziunilor locale</li> <li>○ Editarea de reviste, broșuri cu profil cultural-artistic, materiale culturale, afișe, pliante, CD, DVD și alte materiale promoționale, publicitate in și out door, parteneriate media</li> </ul>	scurt, mediu, lung

Considerăm că strategiile prezentate mai sus, în concordanță cu strategiile privind dezvoltarea locală a comunității vor reuși să atenueze amenințările și punctele slabe, să promoveze punctele tari, precum și să valorifice oportunitățile existente.

#### ***BIBLIOGRAFIE folosită în elaborarea strategiilor:***

UNESCO - Conferința Interguvernamentală privind politicile culturale pentru dezvoltare - Recomandarea 3.12 - 1998

Decizia nr. 1855/2006/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 12 decembrie 2006 de instituire a Programului Cultura (2007-2013)

Comisia Europeană - Comunicat cu privire la o agendă europeană pentru cultură într-o societate în proces de globalizare, Bruxelles, 10.5.2007

Simon Mundy, Politici culturale - Un scurt ghid

Centrul de Studii și Cercetări în Domeniul Culturii - „DIAGNOZA SECTORULUI CULTURAL”, Editura POLIROM - 2009.

[http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc599\\_en.htm](http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc599_en.htm) .

<http://www.scritube.com/stiinta/stiinte-politice/Politici-culturale-Strategii-c43398.php>

e.2. Scurtă descriere a programelor propuse, cu precizarea denumirii, scopului și publicului țintă

**Programe în cadrul Compartimentului  
CONSERVARE, PROTEJARE ȘI PUNERE ÎN VALOARE A ANSAMBLULUI MONUMENTAL  
„CALEA EROILOR”:**

**1.„BRÂNCUȘI PENTRU POSTERITATE”**

- Program de monitorizare a stării operelor Ansamblului Monumental „Calea Eroilor”

*Scopul programului: Conservarea și întreținerea operelor de artă brâncușiene pentru a păstra caracterul de unicat al acestora*

*Public țintă: comunitatea internațională prezentă și viitoare*

*Perioadă de desfășurare 2011 - 2013*

**2.„BRÂNCUȘI - UN LOC ÎN PATRIMONIUL MONDIAL”**

- Program pentru înscrierea Ansamblului Monumental „Calea Eroilor” pe lista patrimoniului mondial UNESCO

*Scopul programului: Creșterea notorietății operelor, avantaje în obținerea de fonduri pentru întreținere și restaurare, creșterea numărului de vizitatori*

*Public țintă: comunitatea internațională prezentă și viitoare*

*Perioadă de desfășurare 2011 - 2013*

**3.„2011 – ANUL BRÂNCUȘI”**

- Programul evenimentelor ocazionate de împlinirea a 135 de ani de la nașterea lui Constantin Brâncuși

*Scopul programului: Aniversarea a 135 de ani de la nașterea lui Constantin Brâncuși, oferirea unei platforme de comunicări și dezbateri tematice*

*Public țintă: comunitatea locală, comunitatea internațională a brâncușologilor*

*Perioadă de desfășurare 2011*

**4.„EDITORIALA BRÂNCUȘI”**

- Program de editorial pentru: Revista „BRÂNCUȘI”, „Caietele COLUMNA”, ALBUM OMAGIAL

*Scopul programului: Editarea de publicații tematice*

*Public țintă: mediul intelectual local, comunitatea brâncușologilor, ambasade, instituții culturale din țară și străinătate*

*Perioadă de desfășurare 2011 - 2013*

**5.„Brâncuși@na”**

- Program de creșterea vizibilității pe Internet

*Scopul programului: Creșterea vizibilității pe Internet, alcătuirea unor baze de date virtuale și punerea la dispoziția publicului*

*Public țintă: utilizatori Internet*

*Perioadă de desfășurare 2011 - 2012*

**6.„PRĂVĂLIA LUI COSTACHE”**

- Program de comercializare suveniruri și gablonzuri

*Scopul programului: Sursă de autofinanțare*

*Public țintă: comunitatea locală, turiști*

*Perioadă de desfășurare 2011 - 2013*

**Programe în cadrul Compartimentului  
PROGRAME TURISM CULTURAL**

**1. „BRÂNCUȘI – DRUMUL INIȚIERII”**

- Program turistic în parteneriat cu tour-operatori

*Scopul programului: Participarea la programe turistice internaționale*

*Public țintă: Agenții de turism, ambasade (atașați culturali), turiști români și străini*

*Perioadă de desfășurare 2011 - 2013*

**2. „ÎN LUMEA PRINȚULUI-ȚĂRAN” / „DANS LE MONDE DU PRINCE – PAYSAN”**

- Program pentru dezvoltarea turismului în Târgu-Jiu și județul Gorj

*Scopul programului: Dezvoltarea de programe turistice în Târgu-Jiu și județul Gorj*

*Public țintă: Tour-operatori din străinătate, turiști din străinătate*

*Perioadă de desfășurare 2011 - 2013*

**Programe în cadrul Compartimentului  
ORGANIZARE EVENIMENTE**

**1. „CENTRUL MUNICIPAL DE CULTURĂ CONSTANTIN BRÂNCUȘI – UN BRAND NECESAR”**

- Program de construcția brand-ului instituției

*Scopul programului: Conturarea unei imagini personalizate, cu consistență și notorietate pentru instituție*

*Beneficiarul proiectului: Centrul Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși”*

*Perioadă de desfășurare 2011*

**2. „TRECUTUL CONJUGAT LA VIITOR”**

- Program complex de realizare a bazelor de date culturale

*Scopul programului: Organizarea bazelor de date conținând arhivele culturale ale municipiului, documente, fotografii, etc.*

*Beneficiarul proiectului: Comunitatea locală, cercetători*

*Perioadă de desfășurare 2011 - 2012*

**3. „PASUL SPRE CULTURĂ”**

- Program cultural de spectacole, lansări de carte, expoziții în școli generale și licee

*Scopul proiectului: Revitalizarea actului cultural printre tineri*

*Beneficiarul proiectului: Tineri din comunitatea locală*

*Perioadă de desfășurare 2011 - 2013*

**4. „VARA VEDETELOR”**

- Program cultural

*Scopul proiectului: Descoperirea și încurajarea tinerilor interpreți locali*

*Beneficiarul proiectului: Tineri interpreți de muzică din comunitatea locală*

*Perioadă de desfășurare 2011 – 2013*

Proiecte propuse în cadrul programelor: detalierea proiectelor care alcătuiesc programele propuse pentru oferta culturală a instituției:

**PROGRAMUL „BRÂNCUȘI PENTRU POSTERITATE”**

– Program de monitorizare a stării operelor Ansamblului Monumental „Calea Eroilor”

*Scopul programului: Conservarea și întreținerea operelor de artă brâncușiene pentru a păstra caracterul de unicat al acestora*

*Public țintă: comunitatea internațională prezentă și viitoare*

*Precizări: Programul se desfășoară pe baza recomandărilor făcute de Proiectantul general și va fi adaptat indicațiilor acestuia. Detaliile prezentate mai jos reprezintă o parte dintre activități, celelalte urmând a fi prezentate instituției de Proiectantul general*

<i>Proiecte în cadrul programului</i>	<i>Tipul proiectului</i>	<i>Rezultate așteptate</i>	<i>Activități</i>	<i>Perioada de desfășurare Observații</i>
Monitorizarea stării operelor		Constatarea stării operelor Înțelegerea și îndepărtarea condițiilor care duc la degradări	Examinarea operelor Efectuarea de fotografii și înregistrări VIDEO detaliate Arhivare în baza de date Verificarea integrității suprafețelor Raportarea stării operelor	2011 – 2013 periodic după indicațiile proiectantului general
Lucrări curente de întreținere și curățare		Menținerea stării de conservare	Curățarea suprafețelor Remedierea defectelor Refinisări Operațiuni menite să păstreze substanța originală a operelor	2011 – 2013 periodic după indicațiile proiectantului general
Monitorizarea factorilor de mediu		Înțelegerea condițiilor de mediu care pot duce la degradarea operelor în timp	Activități specifice de monitorizare Analiza aerului, a umidității, poluării, particulelor mecanice în suspensie, vibrațiilor etc	2011 – 2013 periodic după indicațiile proiectantului general
Inspecții detaliate la Coloana Infinită		Constatarea stării stâlpului central al operei, a fundației și îmbinărilor dintre module	Vizualizarea zonelor interioare, a sistemului de ventilație Verificarea abaterii de la verticală Întreținerea fundației Întreținerea chiturilor dintre module Verificarea protecției peliculogene	2011 – 2013 anual
Inspecții detaliate la operele din piatră		Constatarea stării operelor	Activități conform Regulilor generale și Instrucțiunilor de întreținere impuse de Proiectantul general	2011 – 2013 periodic după indicațiile proiectantului general

**NOTĂ:** Costurile efective pentru programele de monitorizare și conservare a Ansamblului Monumental Calea Eroilor vor rezulta în urma rapoartelor ce urmează a fi transmise de Proiectanții Generali. Prin acest proiect propunem, estimativ sumele de mai jos, considerând programul ca pe un proiect de tip mare..

<b>Anul</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
<b>Suma estimată</b>	<b>70.000</b>	<b>300.000</b>	<b>200.000</b>

## PROGRAMUL „BRÂNCUȘI - UN LOC ÎN PATRIMONIUL MONDIAL”

- Program pentru înscrierea Ansamblului Monumental „Calea Eroilor” pe lista patrimoniului mondial UNESCO

*Scopul programului: Creșterea notorietății operelor, avantaje în obținerea de fonduri pentru întreținere și restaurare, creșterea numărului de vizitatori*

*Public țintă: comunitatea internațională prezentă și viitoare*


*Precizări: Procedurile detaliate presupun un volum mare de documentație care nu poate fi reprodus în această lucrare*

“Criteriul” UNESCO este unul extrem de important din punct de vedere turistic – valoarea culturală, istorică precum și notorietatea unei țări crește în funcție de numărul obiectivelor sale recunoscute.

Patrimoniul Mondial al UNESCO (UNESCO World Heritage List) include în prezent 851 de obiective. Acestea fac parte din moștenirea culturală și naturală pe care Comitetul Patrimoniului Mondial (World Heritage Committee) o consideră ca având o valoare universală remarcabilă. Patrimoniul UNESCO include 660 de obiective culturale, 166 naturale și 25 mixte, în 141 de state. România este membră UNESCO din 27 iulie 1956. Obiectivele din România aflate pe lista UNESCO sunt: bisericile cu picturi murale din nordul Moldovei, Mănăstirea Horezu, satele cu biserici fortificate din Transilvania, cetățile dacice fortificate din Munții Orăștiei, centrul istoric din Sighișoara, ansamblul de biserici din lemn din Maramureș, Rezervația Biosferei Delta Dunării. Ansamblul sculptural Constantin Brâncuși de la Târgu Jiu a fost înscris la 01.03.1991 pe lista de așteptare, de la acea dată și până în prezent, demersurile fiind stopate:

Iată cum figurează Ansamblul pe site-ul [www.unesco.org](http://www.unesco.org)

**L'ensemble monumental de Tirgu Jiu** Property names are listed in the language in which they have been submitted by the State Party.

 **Romania** (Europe and North America)

<b>Date of Submission:</b>	01/03/1991
<b>Criteria:</b>	<a href="#">(i)(ii)</a>
<b>Category:</b>	Cultural
<b>Submitted by:</b>	Commission Nationale des Monuments, Ensembles et Sites Historiques - Bucarest
<b>Coordinates:</b>	Le nord de la Petite Valachie
<b>Ref.:</b>	548

Description: L'unique ensemble monumental du sculpteur Constantin Brancusi "La voie des Heros" fut realise en 1937 a la memoire des heros trombes pendant la Premiere Guerre Mondiale. L'axe de composition oriente est-ouest contient : la " Colonne de la reconaissance sans fin", la " Porte du baiser", la "Table du silence", "l'Alee des chaises". L'eglise des Saints-Apotres-Pierre-et-Paul, batie en 1927, doit, dans la conception de Brancusi, s'engrener dans l'ensemble de sa composition

**NOTĂ:** *Costurile efective pentru programul înscrierea Ansamblului Monumental „Calea Eroilor” pe lista patrimoniului mondial UNESCO vor rezulta în urma transmiterii condițiilor de includere de către UNESCO. Propunem, estimativ, sumele de mai jos.*

Anul	2011	2012	2013
Suma estimată	15.000	100.000	200.000

## PROGRAM „2011 – ANUL BRÂNCUȘI” - PROGRAM COMUN AL TUTUROR

### DEPARTAMENTELOR pentru anul 2011

- Programul evenimentelor ocazionate de împlinirea a 135 de ani de la nașterea lui Constantin Brâncuși

*Scopul programului: Aniversarea a 135 de ani de la nașterea lui Constantin Brâncuși, oferirea unei platforme de dialog, comunicări și dezbateri tematice*

*Public țintă: comunitatea locală, comunitatea internațională a brâncușologilor, artiști și iubitori de artă, turiști români și străini*

<i>Proiecte în cadrul programului</i>	<i>Tipul proiectului</i>	<i>Valoare proiect</i>	<i>Activități</i>	<i>Perioada de desfășurare Observații</i>
<b>„BRÂNCUȘIANA – 2011”</b>	mare	45.000	Primirea invitațiilor Spectacol de gală	17 februarie 2011
			Seminar Vizită la Casa Memorială - Hobița	18 februarie 2011
			Sesiune de comunicări. Vernisaj Muzeul Județean Recepție de gală oferită de primarul municipiului Târgu Jiu Acordarea Premiilor de exelență „Constantin Brâncuși	19 februarie 2011
<b>„BRÂNCUȘI CEL FĂRĂ DE SFÂRȘIT” 54 de ani de la moartea sculptorului</b>	mediu	4.000	TE DEUM - Slujbă de pomenire la Biserica Sfinții Apostoli Simpozion „Brâncuși cel fără de sfârșit” Concert muzică clasică	17 martie 2011
<b>Lansarea programului turistic „ÎN LUMEA PRINȚULUI-ȚĂRAN” / „DANS LE MONDE DU PRINCE – PAYSAN”</b>	mediu	3.000	Prezentarea programului turistic Invitați: Tour operatori din țară și străinătate	aprilie 2011 Proiect comun al compartimentelor
<b>„TÂRGU JIU – orașul meu”</b>	mediu	5.000	„Brâncuși – sunet și lumină” spectacol în Parcul Central Salonul internațional de fotografie „Masa Tăcerii”	19 – 22 mai 2011 în cadrul manifestărilor Zilele Municipiului
<b>„AROMĂ DE CIREȘAR”</b>	mediu	2.500	Raliul „Coloana Infinitului”. Raliul mașinilor de epocă „Noaptea Sânzâienelor” – Drăgaica – Spectacol în aer liber	21 iunie 2011 Proiect comun cu Compartimentul Programe Turism
<b>„VARA VEDETELOR”</b>	mediu	3.800	Animație - Concursuri de muzică pentru tineret în Parcul Central	iulie 2011
<b>Tabăra de sculptură</b>	mare	50.000	Tabăra de sculptură „Constantin Brâncuși”	august 2011

			Inițierea și atribuirea unei burse „BRÂNCUȘI” – Primăria Tg Jiu	
<b>FILM FEST</b>	mediu	8.000	Festivalul internațional de film documentar, scurt metraj și clip publicitar Proiecții în aer liber	septembrie 2011
<b>„MOȘTENIREA BRÂNCUȘI”</b>	mic	1.500	Colocviu „Moștenirea Brâncuși – soluții și responsabilități” „UN SĂRUT ÎN PLINĂ TOAMNĂ” – Spectacol la Poarta Sărutului 74 de ani de la inaugurarea sculpturii	octombrie 2011 27 octombrie 2011
<b>„Brâncuși@na”</b>	mediu	8.000	„Brâncuși@na” – Lansarea siteurilor Lansarea sesiunii de nominalizări pentru premiile „Brâncuși” pentru cultură, artă și mass-media -	noiembrie 2011
<b>Gala premiilor „BRÂNCUȘI”</b>	mare	20.000	Lansarea ideea de brand „CENTRUL MUNICIPAL DE CULTURĂ CONSTANTIN BRÂNCUȘI” Prezentare materialelor editate <i>Premiile „Brâncuși” pentru cultură, artă și mass-media</i> - decernări	decembrie 2011

**TOTAL COSTURI PROGRAM: 150.800**

### **PROGRAM „EDITORIALA BRÂNCUȘI”**

- Program de editorial pentru: Revista „BRÂNCUȘI”, „Caietele COLUMNA”, ALBUM OMAGIAL  
Scopul programului: **Ediția de publicații tematice**  
Public țintă: mediul intelectual local, comunitatea brâncușologilor, ambasade, instituții culturale din țară și străinătate  
Perioadă de desfășurare 2011 – 2013

<b>Proiecte în cadrul programului</b>	<b>Tipul proiectului</b>	<b>Valoare proiect</b>	<b>Activități</b>	<b>Perioada de desfășurare Observații</b>
<b>Caietele COLUMNA</b>	mare	<b>8.000</b>	<b>Editare, tipărire și distribuire Revistă Caietele COLUMNA</b>	<b>2011 – 2013</b>
<b>Revista BRÂNCUȘI</b>	mare	<b>12.000</b>	<b>Editare, tipărire și distribuire Revista BRÂNCUȘI</b>	<b>2011 – 2013</b>
<b>ALBUMUL BRÂNCUȘI</b>	mare	<b>25.000</b>	<b>Editare, tipărire și distribuire ALBUM BRÂNCUȘI</b>	<b>2011 - 2013</b>

## **PROGRAM „Brâncuși@na”**

- Program de creșterea vizibilității pe Internet

Scopul programului: *Creșterea vizibilității pe Internet, alcătuirea unor baze de date virtuale și punerea la dispoziția publicului*

Public țintă: *utilizatori Internet*

Perioadă de desfășurare *2011 – 2013*

Valoare totală proiect: *24.000 lei*

<i>Proiecte în cadrul programului</i>	<i>Tipul proiectului</i>	<i>Valoare proiect</i>	<i>Activități</i>	<i>Perioada de desfășurare Observații</i>
<a href="http://www.centrulbrancusi.ro">www.centrulbrancusi.ro</a>		<b>8.000</b> ( Valoare prinsă în programul 2011 Anul Brâncuși)	<i>Achiziționare domeniu și realizare site</i>	<b>2011</b>
<a href="http://www.brancusi.arts.ro">www.brancusi.arts.ro</a>	<i>mediu</i>	<b>4.000</b>	<i>Achiziționare domeniu și realizare site</i>	<b>2012</b>
	<i>mediu</i>	<b>4.000</b>	<i>Achiziționare aparatură</i>	<b>2012</b>
<a href="http://www.brancusi.eu">www.brancusi.eu</a>	<i>mediu</i>	<b>4.000</b>	<i>Achiziționare domeniu și realizare site</i>	<b>2013</b>
	<i>mediu</i>	<b>4.000</b>	<i>Achiziționare aparatură</i>	<b>2013</b>

## **PROGRAM „PRĂVĂLIA LUI COSTACHE”**

- Program de comercializare suveniruri și gablonzuri

Scopul programului: *Sursă de autofinanțare*

Public țintă: *comunitatea locală, turiști*

Perioadă de desfășurare *2011 – 2013*

Descrierea programului: Programul „Prăvălia lui Costache” se constituie într-un proiect comercial generator de venituri pentru instituție.

Produse comercializate la magazin și pe Internet:

- Suveniruri, gablonzuri, creații „hand-made” etc
- Albume, ilustrate, cărți

**Programe în cadrul Compartimentului  
PROGRAME TURISM CULTURAL**

**PROGRAMUL „BRÂNCUȘI – DRUMUL INITIERII”**

- Program turistic în parteneriat cu tour-operatori

*Scopul programului: Participarea la programe turistice internaționale*

*Public țintă: Agenții de turism, turiști români și străini*

*Perioadă de desfășurare 2011 – 2013*

*Valoare proiect: 3.000 lei*

<i>Proiecte în cadrul programului</i>	<i>Tipul proiectului</i>	<i>Valoare proiect</i>	<i>Activități</i>	<i>Perioada de desfășurare Observații</i>
<i>Editare materiale promoționale</i>	<i>mediu</i>	<b>3.000</b>	<i>Editare materiale promoționale</i>	<b>2011 - 2013</b>

**PROGRAMUL „ÎN LUMEA PRINȚULUI-TĂRAN” / „DANS LE MONDE DU PRINCE – PAYSAN”**

- Program pentru dezvoltarea turismului în Gorj

*Scopul programului: Dezvoltarea de programe turistice în Târgu-Jiu, integrând oferta culturală a orașului în oferta generală turistică a zonei Gorjului (turism de aventură, turism ecumenic, turism rural, agroturism)*

*Public țintă: Tour-operatori din străinătate, ambasade, turiști din străinătate*

*Perioadă de desfășurare 2011 – 2013*

*Valoare proiect: 12.000 lei*

<i>Proiecte în cadrul programului</i>	<i>Tipul proiectului</i>	<i>Valoare proiect</i>	<i>Activități</i>	<i>Perioada de desfășurare Observații</i>
PARTENERIAT PUBLIC – PRIVAT	<i>mediu</i>	12.000	Organizarea unui simpozion pe teme de turism cu tour-operatori din România pentru realizarea de parteneriate și stabilirea unei strategii comune de promovare a turismului Redactarea ofertelor de program Realizarea materialelor promoționale (mape, pliante, CD-uri)	<i>aprilie 2011</i>
				<i>termen: decembrie 2011</i>

**Programe în cadrul Compartimentului  
ORGANIZARE EVENIMENTE CULTURALE**

**PROGRAMUL „CENTRUL MUNICIPAL DE CULTURĂ CONSTANTIN BRÂNCUȘI - UN BRAND NECESAR”**

- Program de construcția brand-ului instituției

Scopul programului: *Conturarea unei imagini personalizate, cu consistență și notorietate pentru instituție*

Beneficiarul proiectului: *Centrul Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși”*

Perioadă de desfășurare 2012-2013

Valoare totală proiect: **60.000 lei**

<b>Proiecte în cadrul programului</b>	<b>Tipul proiectului</b>	<b>Valoarea proiectului</b>	<b>Activități</b>	<b>Perioada de desfășurare Observații</b>
<b>„UN BRAND NECESAR”</b>	<i>mare</i>	60.000	Stabilirea identității corecte, simple, care să se potrivească geografic, psihografic, sociografic cu misiunea și obiectivele instituției Poziționarea de marketing / comunicare rezultată din capitalul de brand Întocmirea caietului de sarcini și alegerea firmei de branding Cercetarea și realizarea strategiei mesajelor și a comunicării de marketing Definitivarea manualului de identitate Implementarea conceptelor Realizarea materialelor promoționale Lansarea publică a brandului	2012 - 2013

**PROGRAMUL „TRECUTUL CONJUGAT LA VIITOR”**

- Program complex de realizare a bazelor de date culturale

Scopul programului: *Organizarea bazelor de date conținând arhivele culturale ale municipiului, documente, fotografii, etc.*

Beneficiarul proiectului: *Comunitatea locală, cercetători*

Perioadă de desfășurare 2011 – 2012

Valoare totală proiect: **16.000 lei**

*Descrierea proiectului: Proiectul se constituie într-o laborioasă activitate de cercetare, culegere de documente, publicații, fotografii, materiale conținând informații culturale din municipiul Târgu Jiu. Materialele vor fi înregistrate, organizate pe categorii și arhivate, sau expuse, după caz. Înregistrarea se va face inclusiv în format electronic, constituindu-se arhiva. Pentru completarea colecțiilor se va face apel inclusiv la deținătorii particulari. Bazele de date vor sta la dispoziția publicului în format electronic pe siteurile instituției sau, pentru cercetători, în forma originală la sediu. Termenul de implementare a proiectului este 2012, baza de date urmând să fie completată periodic.*

**ANEXA 1. VITALITATEA CULTURALĂ A MUNICIPIULUI TÂRGU JIU, PE BAZA DATELOR  
PREZENTATE DE STUDIUL „DIAGNOZA SECTORULUI CULTURAL”**  
realizat de *Centrul de Studii și Cercetări în Domeniul Culturii* în 2009

O analiză relevantă a „*vitalității culturale*” a municipiului Târgu Jiu se poate face prin prisma **indicatorilor culturali**, luându-se în calcul infrastructura sectorului cultural, echiparea instituțiilor de cultură, resursele umane locale, susținerea de la bugetul local, activitățile culturale și economia creativă. Menționăm că ne-am limitat în această analiză doar la aspectele care dau relevanță în contextul aplicării *Proiectului de management*, fără a consemna alte istorii culturale locale.

**A. Infrastructura sectorului cultural**

*La acest indicator sunt incluse unitățile bazice de „entertainment” (cinematografe), unități cu utilizare populară (biblioteci) precum și instituții de elită (teatru, filarmonică, simfoni etc.)*

În ceea ce privește infrastructura sectorului cultural, **cota municipiului Târgu Jiu, conform publicației amintite mai sus este de 0,54**. Pentru comparație, cel mai dotat oraș al României din punct de vedere al infrastructurii culturale este Constanța, cu o cotă de 3,72, la egalitate cu Cluj-Napoca - 3.72, urmate de Timișoara – 2,32. Orașe cu o infrastructură culturală similară celei de la Târgu Jiu sunt Zalău, Bistrița sau Piatra Neamț.

De menționat este faptul că, în Târgu Jiu, singurele condiții favorabile pentru „consumatorii” de cultură sunt oferite de Teatrul Dramatic „Elvira Godeanu”, prin spațiul cultural în sine (dar și prin oferta de spectacole), de Biblioteca județeană „Christian Tell” și, parțial, de Școala Populară de Artă Târgu Jiu care funcționează destul de limitat ca spațiu în incinta Teatrului de Vară, având însă o ofertă culturală constantă, cu implicare activă în viața culturală a municipiului Târgu Jiu și cu un ansamblu folcloric de prestigiu

Uniunea Artiștilor Plastici beneficiază și ea de un spațiu aproximativ ca utilitate și amplasare

La polul opus se află oferta din zona artei cinematografice, unde, nu mai există decât un singur cinematograful care se zbate într-o stare de precaritate.

Alte instituții ofertante în domeniul cultural nu au sedii proprii (vezi cazul Ansamblului Artistic „Doina Gorjului”, orchestra de cameră „Lyra Gorjului” etc). Constatăm că la acest indicator, municipiul Târgu Jiu are de suferit, iar una dintre condițiile primare pentru ca activitatea culturală să se îmbunătățească este (din păcate, ca peste tot în România), **dezvoltarea infrastructurii**.

**B. Resurse umane**

*La acest indicator s-a avut în vedere doar numărul elevilor/cursanților înscriși la licee de artă și în școlile de arte și meserii, categorii considerate baza unei „pepinierii” de persoane specializate în activități artistice și culturale, de valorizat în activitățile culturale viitoare și în dinamizarea industriilor creative.*

Prin Liceul de muzică și arte plastice „Constantin Brăiloiu” (în cadrul căruia funcționează și o clasă vocațională de teatru), dar și prin cursanții Școlii Populare de Artă, municipiul Târgu Jiu ocupă un onorabil loc 8, pe aceeași poziție cu Satu Mare, Deva și Focșani. Există, așadar, la nivelul municipiului Târgu Jiu un potențial important, atât la nivelul creatorului cât și la cel al consumatorului de eveniment cultural. Dacă adăugăm acest potențial la cel deja existent, putem considera acest indicativ ca pozitiv și încurajator.

**C. Buget local**

*Studiul pe care îl cităm a luat în calcul sumele trecute în bugetele locale la capitolul „Cheltuieli pentru cultură, recreere și religie”, chiar dacă suportul financiar pentru cultură a reprezentat doar o parte. Valorile au fost ponderate prin raportarea sumelor la numărul de locuitori.*

Alocarea bugetară pentru cultură în municipiul Târgu Jiu a fost una aproape de media pe țară, la acest indicator, aflându-ne pe locul 10. Astfel, dacă, la nivelul României o sumă de circa 52 lei revine fiecărui locuitor pentru cultură, religie și recreere, bugetul nostru pentru cultură a fost în 2009 tot în jurul a 520.000 lei, deci, în zona medie. Este de menționat faptul că orașe mari precum Cluj Napoca, Brașov sau Iași se situează sub această medie, susținerea culturii de la bugetul local fiind relativ limitată, compensată, în schimb de economia locală creativă, care asigură o rețetă financiară importantă. La polul opus, cele mai finanțate orașe sunt Oradea, Constanța, Galați, Buzău, Craiova sau Ploiești.

**D. Activități culturale**

*Acest indicator redă atracția pe care o exercită activitățile culturale organizate în oraș și dinamica afluxului de spectatori, consumatori de cultură etc. Studiul la care ne-am raportat în a compara activitatea culturală din municipiul Târgu Jiu cu cea din alte capitale de județ relevă totuși un minus prin faptul*

*că nu include publicul participant la festivaluri și la evenimente culturale anuale sau ocazionale, limitându-se la instituțiile culturale de grad „înalt” – teatru, operă, filarmonică.*

În contextul în care municipiul Târgu Jiu este deficitar la sectorul infrastructură culturală, suntem plasați în ierarhia națională pe locul 26. Poziția nu este, totuși, dezonorantă, având în vedere că numai Teatrul „Elvira Godeanu” reușește să atragă la spectacole în fiecare stagiune aproape o treime din populația orașului. Trebuie să aducem acestui studiu o completare necesară. Este adevărat că participarea locală la activitățile culturale nu este una satisfăcătoare și ne referim aici la evenimente din segmentele conferințelor, simpoziunilor, expozițiilor de artă, lansărilor de carte care ar trebui să polarizeze mai mult audiența. Nu este de condamnat apetența publicului pentru subcultură, pentru spectacolul facil și derizoriu, însă, nu putem lua în calcul pentru acest studiu, participarea la concertele de manele ca aflus de consumatori culturali.

#### **E. Economia creativă**

*Deși, la prima vedere, nu pare un termen legat strict de cultură, economia creativă este un indicator important care se referă, în general, la produsele protejate prin drepturi de autor. În lume, acest sector a devenit unul cu o contribuție semnificativă în formarea produsului intern brut. O contribuție de 5 % este frecventă în cele mai multe țări avansate economic, chiar 6 % în SUA. Practic, indicatorul se definește, în primul rând prin produse bazate pe creații purtătoare de copyright: presă, editare carte și reviste, servicii de tipărire, producții teatrale, cinematografice, muzicale, radio-tv, comerț cu artă, publicitate etc. Practic, toate aceste activități operează în subsidiar cu artă, aducând un plus de vitalitate vieții culturale din comunitatea respectivă.*

Pentru a înțelege mai bine acest indicator, exemplificăm cu orașul care ocupă poziția dominantă a clasamentului, Odorheiu Secuiesc. Este un oraș de mărime medie, însă cu o reputație incontestabilă în industria tipografică. În acest oraș denumit de studiul citat „un veritabil print-city”, publicațiile imprimate produc anual circa 50 milioane de euro, iar dinamica imprimeriilor este în continuă ascendență.

La acest indicator, municipiul Târgu Jiu se situează pe locul 32. Apreciem că această poziție este determinată de factori precum numărul mic al editurilor, al asociațiilor culturale puternice, lipsa firmelor cu servicii orientate spre cultură. Industriile creative menționate mai sus sunt, în Târgu Jiu, slab reprezentate, fără impact cultural major și cu performanțe economice reduse.

Am insistat asupra acestui indicator pentru că agenții care operează în această zonă sunt, de obicei, primii care investesc în cultura locală. Pe de o parte, alocând sume importante pentru sponsorizarea manifestărilor culturale locale, iar, pe de altă parte, prin formarea unui personal capabil atât să „consume” cultura, dar și să o producă.

În concluzie, acest studiu **plasează municipiul Târgu Jiu pe locul 29 în topul „vitalității culturale” a capitalelor de județ**. Chiar dacă ne putem îndoi de relevanța unor indicatori nu putem să nu ținem cont de faptul că dinamica locală a culturii este una mult sub media pe țară și că trebuie revizuite atât politicile culturale cât și strategiile pe termen mediu și lung. Infrastructura culturală este nesatisfăcătoare, gradul de echipare al instituțiilor culturale din municipiu este mediocru în contextul european al secolului XXI, iar economia culturală a orașului este și ea slab reprezentată. Deși studiul dovedește că din punct de vedere al resurselor umane suntem plasați destul de bine comparativ cu alte orașe, iar bugetarea culturii la nivel local a fost una de nivel mediu, rezultatele obținute s-au situat mult mai jos.