
O PAPEL DA COMUNICAÇÃO NA ATIVAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL¹

Caroline de Miranda BORGES²
Monica Franchi CARNIELLO³
Lourival da Cruz GALVÃO Junior⁴
Universidade de Taubaté, Taubaté, SP

RESUMO

Essa pesquisa tem como tema o papel da comunicação na ativação do patrimônio cultural das 39 cidades do Vale do Paraíba e Litoral Norte. Considerando que a diversificação econômica tem relação com a resiliência dos territórios, que os municípios têm características específicas e que, devido ao processo de desindustrialização atual vivido na região, os modelos de acumulação flexível ganham espaço, o papel da comunicação se torna imprescindível para o entendimento das novas relações e necessidades entre poder público, iniciativa privada, universidade e sociedade. O objetivo geral é traçar um diagnóstico inicial da região para conhecer as variáveis que atuam no processo de ativação do patrimônio cultural e analisar o papel da comunicação. O método utilizado para abordagem do problema é misto, exploratório e descritivo, que envolveu coleta de dados em sites oficiais das cidades e do governo federal. Os principais resultados apontam para um vínculo direto entre a ativação do Sistema Municipal de Cultura, a arrecadação *per capita* e o número de matrículas no ensino médio das cidades estudadas.

PALAVRAS-CHAVE: Desenvolvimento Regional; Economia Criativa; Patrimônio.

INTRODUÇÃO

O mundo começou sua jornada de transformação econômica e social na transição do modelo industrial fordista para o modelo de acumulação flexível de capital, onde a sociedade do conhecimento emergiu como um ponto de virada crucial. As mudanças evidenciaram não só os reflexos das recentes crises sanitárias, mas também os resultados de uma evolução gradual e profunda na forma de organização e da compreensão do mundo. À medida que se avança surge um novo paradigma marcado pela flexibilidade e inovação e a tecnologia da informação tornou-se o principal motor econômico. Neste contexto, a ênfase na criatividade, na adaptabilidade e na aprendizagem contínua se torna essencial. Nasce então a sociedade do conhecimento que valoriza a diversidade de

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Aluno doutorado do Curso Planejamento e Desenvolvimento Regional – UNITAU – Caroline.mborges@unitau.br

³ Professora Dra. do Curso de Planejamento e Desenvolvimento Regional – UNITAU – monica.carniello@unitau.br

⁴ Professor Dr. do Curso de Planejamento e Desenvolvimento Regional – UNITAU – galvao.junior@unitau.br

perspectivas e incentiva a colaboração e o compartilhamento de ideias como ferramentas para impulsionar a inovação e o desenvolvimento.

REVISÃO TEÓRICA

Os valores culturais que identificam os indivíduos no espaço são fundamentais pois moldam o território e provocam o sentimento de pertencimento coletivo. A valorização do território a partir da sua capacidade de atrair investimentos e de gerar lucratividade tende a consumir de forma predatória os recursos naturais, sociais e culturais (Dallabrida, 2016). A relação entre território, cultura e poder é primordial para a definição de território cultural, formada pela apropriação do espaço físico de um lado e, de outro, a construção do espaço econômico e social. Com a globalização, houve a inserção e interação entre as culturas que trouxe para o território influências e comportamentos de maior complexibilidade e diversidade. Essa intensificação das relações é produto de uma economia global que cria uma forma de tomada de decisão coletiva, que intensifica cada vez mais a comunicação e a criação de outras ordens regionais (Burbules; Torres, 2005).

No Brasil, segundo o Ministério da Cultura (MINC), a economia criativa é responsável por 3,11% do Produto Interno Bruto (PIB), emprega cerca de 7,5 milhões de pessoas e possui mais de 130 mil empresas formalizadas. A cadeia da indústria Criativa do Brasil possui por volta de 185 categorias de atividades profissionais descritas no Código Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) e o MINC desempenha um papel fundamental ao distribuir recursos para todos os estados e municípios, com o objetivo de apoiar expressões culturais e artísticas (IBGE, 2008). O investimento previsto será de R\$ 15 bilhões do Fundo Nacional da Cultura (FNC) até 2027, que poderá proporcionar um suporte na manutenção, formação e desenvolvimento de agentes culturais, espaços, capacitações, produções e manifestações culturais (Cruz, 2023). O Produto Interno Bruto (PIB) é um indicador econômico que auxilia no entendimento da economia e quanto os governos, empresas e consumidores contribuem para a saúde e bem-estar da população e dita o padrão de vida de uma região. À medida que o PIB aumenta, também aumenta a possibilidade de acesso à educação, saúde e serviços sociais (Itaú Cultural, 2020).

Na Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte (RMVPLN) encontra-se um rico e diversificado patrimônio cultural, voltados à cultura e economia criativa. Esta região é composta por 39 municípios e tem uma população aproximada de

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, XIX Encontro dos Grupos de² Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Aluno doutorado do Curso Planejamento e Desenvolvimento Regional – UNITAU – Caroline.mborges@unitau.br

³ Professora Dra. do Curso de Planejamento e Desenvolvimento Regional – UNITAU – monica.carniello@unitau.br

⁴ Professor Dr. do Curso de Planejamento e Desenvolvimento Regional – UNITAU – galvao.junior@unitau.br

2,3 milhões de habitantes. Está localizada entre as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, um dos maiores centros produtores e consumidores do país. O turismo se destaca na região por estar próxima a Serra da Mantiqueira e a Serra do Mar e conta com o Santuário Nacional Nossa Senhora Aparecida com visitação média mensal de 1 milhão de pessoas. O desenvolvimento desses municípios é heterogêneo e está relacionado à capacidade de identificar as especificidades e potencialidades do patrimônio territorial e da sua forma de ativação. Como a diversificação econômica está relacionada com a resiliência dos territórios e os municípios têm características próprias devido ao processo de desindustrialização que vivem, os modelos de acumulação flexível ganham espaço. O patrimônio cultural passa a ser uma possibilidade para impulsionar a economia criativa e promover o desenvolvimento. Dessa forma, o problema norteador da pesquisa foi o crescente sucateamento do patrimônio cultural das cidades e a necessidade de investimentos.

METODOLOGIA

O método de pesquisa tem natureza aplicada, que segundo Kauark, Manhães e Medeiros (2010), objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática e para solução de um problema. A abordagem foi quali-quantitativa que segundo Martins e Bicudo (1989), lida tanto com fatos que podem ser medidos, como com fenômenos, eventos cujo sentido existe apenas num âmbito subjetivo. O objetivo é exploratório e descritivo, que segundo Gil (1991), possibilita maior familiaridade com o problema e o torna mais explícito. Envolveu levantamento de dados em sites oficiais do governo federal e das localidades estudadas, tem característica de estudo de caso pois estimula a compreensão do problema e visa identificar fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fenômenos.

ANÁLISE E PRINCIPAIS RESULTADOS

A cultura é protagonista na construção de identidades, na promoção da inclusão social e no fortalecimento das comunidades locais. Para isso os Sistemas Municipais de Cultura (SMC) surgem como um instrumento para o fomento, a proteção e a difusão das expressões culturais e os municípios que demonstram comprometimento com a gestão participativa poderão receber, com mais facilidade, os repasses do governo federal.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Aluno doutorado do Curso Planejamento e Desenvolvimento Regional – UNITAU – Caroline.mborges@unitau.br

³ Professora Dra. do Curso de Planejamento e Desenvolvimento Regional – UNITAU – monica.carniello@unitau.br

⁴ Professor Dr. do Curso de Planejamento e Desenvolvimento Regional – UNITAU – galvao.junior@unitau.br

Dos 39 municípios analisados, 9 municípios não aderiram ao Sistema Nacional de Cultura (SNC)., conforme mostra a Figura 1.

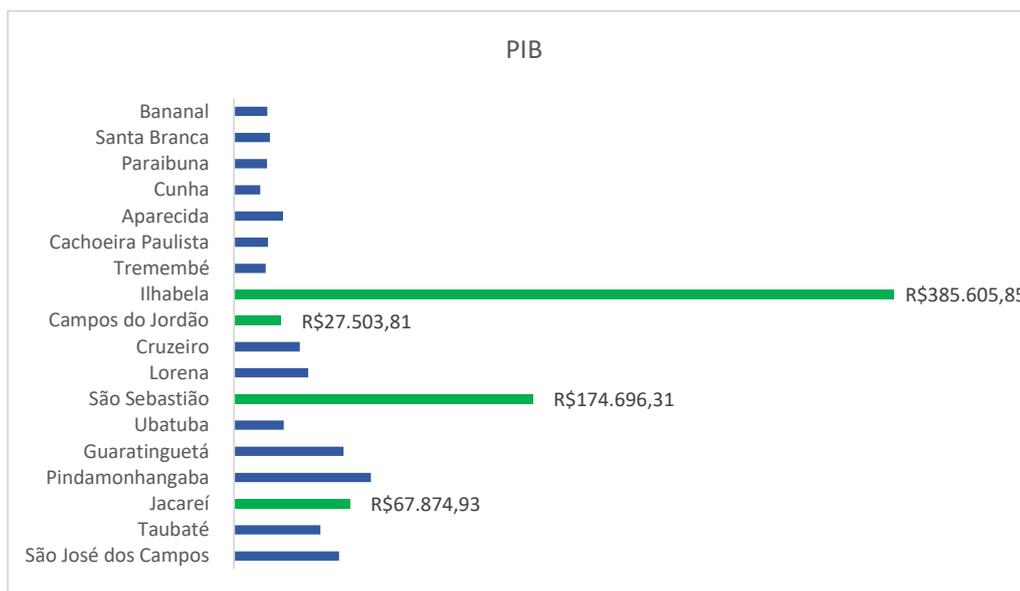
Figura 1 – Adesão dos Municípios da RMVPLN



Fonte: Adaptação MINC (2024)

A partir de 11/07/2024, os repasses do governo federal aos municípios se darão através do SMC e os que estiverem ativos terão prioridade. Dos 27 municípios que possuem registro do SMC, apenas seis estão ativos e os dados evidenciam que esses municípios estão entre os maiores valores de PIB *per capita* da região, conforme mostra a Figura 2.

Figura 2 – Produto Interno Bruto *per Capita*



Fonte: Adaptação IBGE (2024)

Os Micro Empreendedores Individuais (MEI's) são na sua maioria oriundos da economia criativa e arrecadam impostos sobre serviços (ISS). A Figura 3 mostra que nas cidades com SMC ativo a arrecadação deu um salto significativo após as leis de incentivo à cultura Aldir Blanc e Paulo Gustavo em 2020.

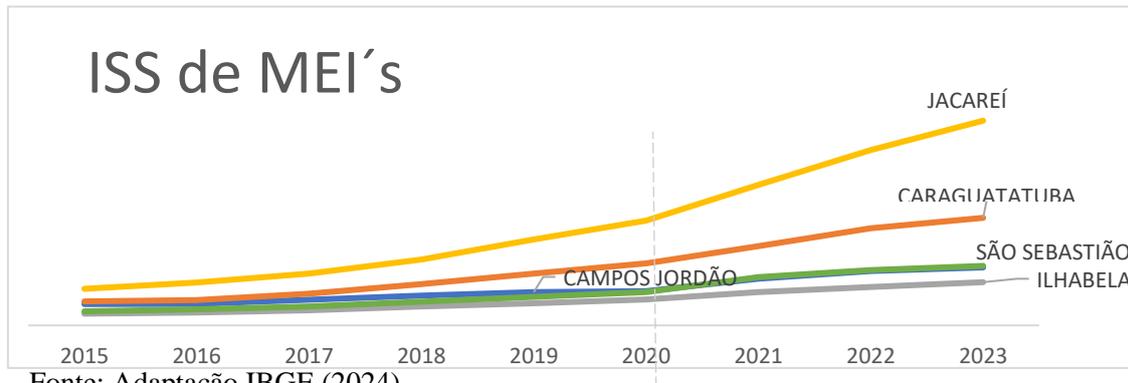
¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Aluno doutorado do Curso Planejamento e Desenvolvimento Regional – UNITAU – Caroline.mborges@unitau.br

³ Professora Dra. do Curso de Planejamento e Desenvolvimento Regional – UNITAU – monica.carniello@unitau.br

⁴ Professor Dr. do Curso de Planejamento e Desenvolvimento Regional – UNITAU – galvao.junior@unitau.br

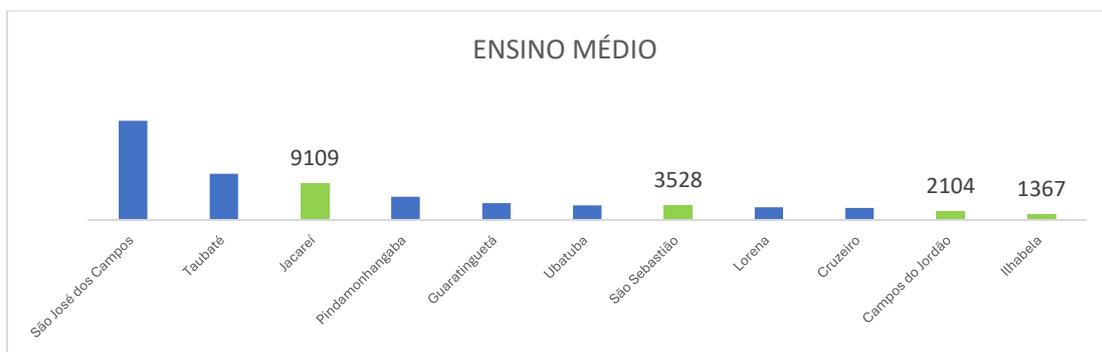
Figura 3 – Arrecadação dos Micro Empreendedores Individuais



Fonte: Adaptação IBGE (2024)

Esse cenário é resultado da dificuldade que os municípios têm no envio da documentação digital exigida pelo MINC, muitos não estão equipados de computadores, internet e mão de obra com conhecimento em informática. Há consenso entre os estudiosos que o desenvolvimento de um país está condicionado à qualidade da sua educação (Vidal; Neto, 2016) e o conhecimento de informática, a habilidade com a internet tem início no ensino médio, através das disciplinas de tecnologia e os municípios com SMC ativos possuem maior número de estudantes matriculados no ensino médio, conforme mostra Figura 4.

Figura 4 – Número de Matrículas Ensino Médio



Fonte: Adaptação IBGE (2024)

Esse cenário evidencia que as cidades com maior número de matrículas no ensino médio estão entre as cidades com SMC ativos e aptas a participar dos repasses do governo federal de incentivo à cultura.

CONCLUSÃO

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Aluno doutorado do Curso Planejamento e Desenvolvimento Regional – UNITAU – Caroline.mborges@unitau.br

³ Professora Dra. do Curso de Planejamento e Desenvolvimento Regional – UNITAU – monica.carniello@unitau.br

⁴ Professor Dr. do Curso de Planejamento e Desenvolvimento Regional – UNITAU – galvao.junior@unitau.br

Para que um município tenha acesso aos recursos financeiros e possa ativar o seu patrimônio cultural é necessária uma comunicação assertiva que viabilize a implantação do SMC no site oficial do governo federal. As instituições públicas precisam de funcionários que tenham o conhecimento em informática básica e internet para dar informações de forma clara e precisa. A disponibilidade dessa mão de obra está ligada ao incentivo à educação no ensino médio, cujo currículo disponibiliza disciplinas na área de informática, tratamento de dados e sistemas de informação. Para que o município tenha maior acesso aos investimentos na economia criativa é necessária a criação de projetos culturais com linguagem clara e acessível que resgatem o sentimento de pertencimento da população e protejam sua identidade, nesse sentido a comunicação é primordial.

REFERÊNCIAS

BURBULES, N. C.; TORRES, C. A.; **Globalização e Educação: perspectivas críticas**. Editora Penso, 2005. @EURE. 2015.

CRUZ, M. R.; **Como garantir mais recursos para a Cultura Municipal?** Advocacia Valente Reis Pessali; mai. 202. Disponível em: <<https://valentereispessali.com.br/como-garantir-mais-recursos-para-a-cultura-municipal/>>, Acesso em: 09 out. 2023.

DALLABRIDA, V. R., **Ativos territoriais, estratégias de desenvolvimento e governança territorial: uma análise comparada de experiências brasileiras e portuguesas**. v.32, n.126, pp. 187-212. 2015.

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

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. CNAE – **Classificação Nacional de Atividades Econômicas**. IBGE: 2008.

ITAÚ CULTURAL, **PIB da Economia da Cultura e das Indústrias Criativas: a importância da Cultura e da Criatividade para o Produto Interno Bruto Brasileiro**. Abr. 2020.

KAUARK, F. S.; MANHÃES, F. C.; MEDEIROS, C. H.; **Metodologia da Pesquisa: um guia prático**. Itabuna, Bahia: Via Litteratum. 2010.

MARTINS, J., BICUDO, M.A.V. **A pesquisa qualitativa em Psicologia: fundamentos e recursos básicos**. São Paulo: Educ/Moraes, 1989.

PALADINO, G. G.; **Economia Criativa, Cidades, Clusters e Desenvolvimento**. Curitiba, Paraná: Editora Insight, 2021.

VIDAL, K. D. B.; NETO, I. R. **Políticas Educacionais Orientadas à Inovação**. RPGE – Revista on line de Política e Gestão Educacional, v.20, n.2, p. 257-270, 2016.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Aluno doutorado do Curso Planejamento e Desenvolvimento Regional – UNITAU – Caroline.mborges@unitau.br

³ Professora Dra. do Curso de Planejamento e Desenvolvimento Regional – UNITAU – monica.carniello@unitau.br

⁴ Professor Dr. do Curso de Planejamento e Desenvolvimento Regional – UNITAU – galvao.junior@unitau.br