



SESSÃO TEMÁTICA Nº 13 - DESENHO DE POLÍTICAS PÚBLICAS: ANALISANDO PROBLEMAS, OBJETIVOS, INSTRUMENTOS E GOVERNANÇA

A AÇÃO CONECTANDO PATRIMÔNIOS COMO INSTRUMENTO DE AÇÃO PÚBLICA

Mariana Marra Dantas, Faculdade Unileya

Resumo: A crise iniciada pela pandemia da covid-19 produziu grande impacto na sociedade brasileira, não sendo diferente seus desdobramentos sobre o setor cultural. Para minimizar os impactos neste setor, o governo brasileiro editou a Lei 14.017, de 29 de junho de 2020, que ficou conhecida como Lei Aldir Blanc, em homenagem ao famoso compositor. Tal regulamento teve duas ações: a primeira foi estender aos trabalhadores do setor cultural o direito a um auxílio emergencial à renda; e, em segundo, estabelecer que a gestão pública voltada ao setor cultural priorizasse iniciativas e ações que viabilizasse a promoção cultural por meios virtuais, com o uso da internet. Sob os auspícios de tal missão, inseridos no contexto das limitações e dos novos regulamentos trazidos em razão da pandemia, o Departamento de Patrimônio do Iphan tomou a decisão de implementar uma ação chamada “Conectando Patrimônios”, alvo desta pesquisa, que se trata de uma plataforma na internet que permite a difusão de bens culturais imateriais pela sua divulgação no site e direcionamento para as redes sociais dos detentores de bens culturais imateriais que tenham aderido a esta ação por meio de cadastro perante ao Iphan. A plataforma criada permite a interação entre o público visitante do site e das redes sociais e os detentores dos bens culturais de forma virtual, permitindo até mesmo a exploração de um potencial comercial desses bens culturais por meio das redes sociais. Nesse sentido, o objetivo deste trabalho é analisar a implementação deste projeto como um instrumento de ação pública, buscando entendimento sobre os pressupostos por trás da escolha de implementação, as mudanças na gestão trazidas por este instrumento, assim como possíveis limites e potencialidades a serem desenvolvidas por esta ação.

Palavras-chave: visibilização, ação pública, bens culturais registrados, patrimônio imaterial

1-Introdução

Sob os auspícios de sua missão institucional e do dever de gerir o patrimônio imaterial, e inseridos no contexto das limitações e dos novos regulamentos trazidos em razão da pandemia, o Departamento de Patrimônio Imaterial(DPI) do Instituto do Patrimônio Histórico Artístico Nacional (Iphan) tomou a decisão de implementar uma ação chamada “Conectando Patrimônios”, que se trata de uma campanha nacional de visibilização dos bens culturais imateriais registrados e dos produtos de valor comercial associados a estes por meio da divulgação destes bens e produtos em uma interface ou subsite dentro do próprio site do Iphan, assim como nas redes sociais do Instituto, direcionando o público e seguidores para as redes sociais dos detentores desses bens. O próprio nome “Conectando Patrimônio” foi pensado no sentido de remeter à ideia de facilitação da conexão entre detentores dos bens culturais imateriais registrados e público em geral, interessado em ter contato e até mesmo em consumir tais bens e produtos culturais.

A implementação da iniciativa da campanha “Conectando Patrimônio”, produto inovador surgido em resposta ao contexto de pandemia, é o objeto de análise deste artigo e tal campanha é analisada como um instrumento de ação pública que permite o relacionamento entre poder público e detentores e público por meio de uma plataforma digital com vistas a promover, diretamente, a difusão e visibilização de bens culturais imateriais registrados e, ao mesmo tempo, atrair oportunidades de fomento da renda para indivíduos do setor cultural. Os objetivos desse artigo remetem à análise da historicidade, filosofia gerencial, modelo organizacional e substrato técnico, presentes implementação da campanha perfazendo um instrumento de ação pública, buscando a compreensão de seus significados, assim como apreensão de possíveis eixos de inovações na salvaguarda de bens culturais imateriais registrados.

A campanha Conectando Patrimônios ganhou concretude, no contexto de pandemia, por força de dois fluxos de eventos: a demanda de detentores de bens culturais imateriais pelo apoio ao Iphan para divulgação de tais bens e do direcionamento trazido pela lei Aldir Blanc no sentido de priorizar de ações culturais veiculadas por meios digitais ou virtuais. Aldir Blanc Mendes foi famoso um letrista, compositor, cronista brasileiro, sendo médico psiquiatra de formação. Abandonou a profissão e ganhou grande reconhecimento como compositor e um dos grandes letristas da história da música brasileira. No entanto, em 4 de maio de 2020, Aldir veio a falecer em razão do Covid, nas circunstâncias de uma pandemia de proporções mundiais, que impactou inclusive o Brasil gerando crise sem precedente, exigindo o isolamento e o impondo o fechamento do setor de comércio, mesmo que por medidas não oficiais. Tal crise afetou igualmente ao setor cultural, e, em reação a este contexto, foi aprovada a Lei 14.017 de 29 de junho de 2020, que

recebeu o nome do letrista, e dispôs “sobre ações emergenciais destinadas ao setor cultural a serem adotadas durante o estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020”¹.

Tal lei estabeleceu medidas de apoio ao setor cultural, sendo a mais importante delas talvez a concessão de auxílio financeiro a indivíduos, cujo sustento advém do setor cultural, e que sofreram a perda ou diminuição da renda pelo impacto das medidas de distanciamento social e pela crise em si. Inicialmente, com esse fim, seriam liberados 3 bilhões de reais para os estados, municípios e Distrito Federal, os quais atuariam operacionalizando a disponibilização do recurso para manutenção de espaços culturais, bem como para o pagamento, em parcelas de determinado valor, para garantia de renda emergencial a trabalhadores do setor que tiveram suas atividades interrompidas, e para instrumentos como editais e chamadas públicas.

A lei Aldir Blanc foi regulamentada pelo Decreto nº 10.464, de 17 de agosto de 2020², que também propôs a sua prorrogação para 2021, por meio do projeto de lei nº 945 do Senado Federal, de 31 março de 2021. Tal regulamento estabeleceu que os setecentos mil trabalhadores da cultura beneficiados deveriam prestar contas em até 120 dias após o recebimento da última parcela, teriam o prazo de prestação de contas dilatado em até 2 anos, estendendo-se até o final de 2022. No entanto, cumpre destacar que um grande problema identificado na implementação da Lei Aldir Blanc se refere ao fato de que os recursos disponibilizados não foram utilizados ou executados por razões de diversas ordens, tendo sua execução orçamentária efetiva limitada a 65% dos 3 bilhões de reais disponibilizados. Para lidar com esse problema, o Decreto tentou estender a data-limite para a devolução dos recursos não utilizados, sendo prorrogada até dezembro de 2021.

Outra importante vertente de reação à crise na Lei Aldir Blanc refere-se a um artigo desta dispondo que, diante das circunstâncias de calamidade, deveriam ser priorizadas iniciativas, programas e políticas de promoção de atividades culturais por meios virtuais no âmbito da internet, conforme o disposto no seguinte artigo:

“Art. 13. Enquanto vigorar o estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020, a concessão de recursos no âmbito do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dos programas federais de apoio ao audiovisual,

Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/L14017.htm¹

² Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/cultura-artes-historia-e-esportes/2020/08/lei-aldir-blanc-de-apoio-a-cultura-e-regulamentada-pelo-governo-federal>

bem como as ações estabelecidas pelos demais programas e políticas federais para a cultura, entre os quais a Política Nacional de Cultura Viva, estabelecida nos termos da Lei nº 13.018, de 22 de julho de 2014, deverão priorizar o fomento de atividades culturais que possam ser transmitidas pela internet ou disponibilizadas por meio de redes sociais e de plataformas digitais ou meios de comunicação não presenciais, ou cujos recursos de apoio e fomento possam ser adiantados, mesmo que a realização das atividades culturais somente seja possível após o fim da vigência do estado de calamidade pública reconhecido pelo Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020 (Brasil, 2020).”

Nesse sentido, buscando estabelecer uma gestão pública voltada ao setor cultural que priorizasse iniciativas e ações que viabilizassem a promoção cultural por meios virtuais, com o uso da internet, além de cientes das dificuldades enfrentadas pelos detentores de bens em contexto de pandemia, submetidos pedidos de apoio por parte dos detentores de bens e desafiados a agir e criar soluções para atenuar tais condições, os gestores do Instituto de Patrimônio de Histórico, Artístico Nacional (Iphan) da área de salvaguarda de bens de patrimônios de cultural imaterial encontraram a oportunidade de implementação de um projeto inovador sob o propósito de cumprir, ao mesmo tempo, os objetivos de promoção dos bens salvaguardados do patrimônio cultural imaterial nacional por via digital.

2 – Metodologia

Para a construção desse artigo, utilizou-se métodos de pesquisa condizentes com o universo metodológico do campo de públicas, aplicando-se uma abordagem qualitativa, que buscou se aprofundar na apreensão dos significados. Para a análise da campanha Conectando Patrimônio como instrumento de ação pública, foram aplicadas como ferramentas metodológicas a pesquisa documental de material teórico acadêmico, de abordagem instrumentalista, bem como a análise de documentos oficiais do Iphan, o estudo etnográfico, com a observação participante e a realização de entrevistas com os profissionais do Iphan, envolvidos diretamente com coordenação da execução desta campanha.

3 – Referencial teórico

A análise desenvolvida neste artigo se deu à luz do suporte teórico da teoria instrumentalista de Lascoumes e Le Galés (2004), que considera a campanha “Conectando Patrimônio” como um instrumento de ação pública, com suas dimensões técnica e social, revelador de como se dá a organização das relações sociais específicas entre o poder público, o Iphan, e destinatários dessa campanha, que no caso são os detentores de bens culturais imateriais registrados. Essa opção teórica permitirá alcançar as funções das representações e as significações construídas. Para tanto, busca-se a historicidade da campanha, isto é, a reunião de fatos que antecederam e precipitaram a criação desta campanha.

Ademais, a análise incluiu dimensões adicionais, buscando-se a compreensão desse instrumento de ação pública, de como ele disciplina o relacionamento entre a esfera pública e detentores, permitindo a produção de conhecimento a partir da apreensão dos significados produzidos na implementação da campanha Conectando Patrimônios. Para tanto, elegeu-se como base ferramental as dimensões apresentadas por Labatut et al (2012) no estudo “*Discipline and Change: how technologies and organizational routines interact in new practice creation*”, no qual este analisa um instrumento, dispositivo ou artefato, a partir de três dimensões: a filosofia gerencial, o modelo organizacional e o substrato técnico.

Nesse sentido, a dimensão da filosofia de gerencial, segundo Labatut et al. (2012), refere-se aos sistemas de conceitos que refletem os objetos e objetivos do processo de racionalização que os gestores têm em mente e desejam pôr em prática na criação do instrumento. Trata-se da apreensão do “espírito da coisa”, o fundamento por trás do desenvolvimento do aparato, da campanha Conectando Patrimônios. Por sua vez, o modelo organizacional, segundo o referido teórico, diz respeito aos papéis e ao cenário coletivo envolvido no contexto de criação de um instrumento. Os instrumentos impõem mudanças, o que, por sua vez, provocam inovações nas tarefas e nos papéis desempenhados.

Por fim, o substrato técnico se refere ao conjunto de técnicas, aspectos materiais e regras que foram mobilizadas no emprego do artefato (LABATUT et al., 2012), o qual, no contexto desse artigo, remete-se diretamente ao subsite da campanha no próprio site do Iphan e demais produtos de divulgação virtuais dos bens imateriais salvaguardados, realizando a dimensão concreta dos propósitos da campanha. Para tanto, buscou-se identificar a tecnologia ou conjunto de técnicas envolvidas, por meio do papel que desempenham, dos sistemas que a constituem e das suas características e objetivos. Mais além, intentou-se saber o que determinou a escolha da tecnologia a ser implementada por este instrumento, assim como identificar os atores que participaram de tal decisão. Outro ponto analisado nesta dimensão de trabalho é como a tecnologia

empregada estabelece processos que modificam o comportamento dos atores envolvidos, produzindo novas ações ou práticas. Cumpre mencionar que o modelo organizacional e substrato técnico estarão na mesma sessão deste artigo, em razão da relação direta entre a interação dos atores envolvidos e os produtos gerados.

4- Historicidade

O Iphan é uma entidade, com mais de 80 anos de existência, cuja missão, descrita no seu Planejamento Estratégico, é a de “promover a proteção do patrimônio cultural brasileiro de maneira sustentável, contribuindo para a cidadania plena e para o reconhecimento, a valorização e a difusão da diversidade cultural” (Iphan, 2021), fortalecendo identidades, garantindo o direito à memória, bem como contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico do país. De maneira geral, a missão institucional desta entidade está dividida entre dois pilares: a salvaguarda do patrimônio material, associados a processos de tombamento, e a salvaguarda do patrimônio imaterial, ligada a processos de registro. O fundamento de sua missão pode ser observado no art. 216 da Constituição de 1988, no qual está estabelecido o seguinte:

“Art. 216. Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:

I - as formas de expressão;

II - os modos de criar, fazer e viver;

III - as criações científicas, artísticas e tecnológicas;

IV - as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;

V - os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

§ 1º O poder público, com a colaboração da comunidade, promoverá e protegerá o patrimônio cultural brasileiro, por meio de inventários, registros, vigilância, tombamento e desapropriação, e de outras formas de acautelamento e preservação.

§ 2º Cabem à administração pública, na forma da lei, a gestão da documentação governamental e as providências para franquear sua consulta a quantos dela necessitem.

§ 3º A lei estabelecerá incentivos para a produção e o conhecimento de bens e valores culturais.

§ 4º Os danos e ameaças ao patrimônio cultural serão punidos, na forma da lei.

§ 5º Ficam tombados todos os documentos e os sítios detentores de reminiscências históricas dos antigos quilombos” (BRASIL, 1988).

Nos primeiros meses de impacto da pandemia, em abril de 2020, com o isolamento forçado, muitos eventos culturais foram adiados e muitos espaços de cultura foram fechados. A ASCOM, buscando remediar a paralisia quase total das atividades e o esgarçamento de conteúdos relativos a cultura para publicação, resultantes das circunstâncias, lançou a iniciativa “Patrimônio Cultural #Emcasa”. Trataram-se de *lives* marcadas nas redes sociais a partir do ambiente doméstico, em que mestres e mestras da cultura popular conduziam bate papos e realizavam apresentações artísticas abertas ao grande público virtualmente, ao mesmo tempo que incentivavam o isolamento populacional e dos próprios detentores³. A ASCOM atuou divulgando o evento em subsite do site do Iphan e redes sociais e canais de comunicação, assim como prestou todo suporte técnico para capacitação e inscrição nas redes sociais dos detentores envolvidos, assim como para realização das *lives*. O DPI deu o aval a proposta e trabalho no sentido de selecionar e contactar os detentores em âmbito regional, local. Entre os eventos virtuais realizados nesse contexto envolveu um mestre do Carimbó, representante do Samba do Recôncavo, do Samba do Rio de Janeiro, todos relacionados aos bens culturais registrados e salvaguardados pelo Iphan. Tal iniciativa contou como uma experiência precursora para o posterior desenvolvimento da campanha Conectando Patrimônios⁴.

Um pouco mais adiante, detentores de bens culturais imateriais no Pará, relacionados à capoeira e ao carimbó, tomaram a iniciativa de realizar uma campanha de divulgação de seus trabalhos a fim de contornar a paralisia do setor cultural e procuraram a Superintendência do Iphan no estado do Pará, a fim de conseguir algum apoio para divulgação. Um técnico do Iphan do Pará responsável pela gestão de patrimônio imaterial levou a demanda para Assessoria de Comunicação (ASCOM) da autarquia, criando uma espécie de pressão perante à entidade para uma construção de uma resposta de apoio aos detentores que, frente às circunstâncias de dificuldades impostas pela pandemia, paralisaram suas atividades e sofreram importantes perdas em sua renda. A partir daí, em reuniões entre o Departamento de Patrimônio Imaterial (DPI) da sede do Instituto e da ASCOM, surgiu a ideia de se desenvolver um projeto que não fosse só de apoio à campanha dos mencionados detentores do Pará, mas que se delineasse um formato para atender um espectro mais amplo, embora neste momento não houvessem definições de como isso iria se dar exatamente. Inicialmente, a Assessoria de Comunicação buscou inspiração em várias iniciativas no setor da cultura, sendo uma iniciativa investigada a da Secretaria de Cultura do

³ Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/noticias/detalhes/5653/frente-a-pandemia-mestres-da-cultura-popular-realizam-acao-nas-redes-sociais> Acessado em 27/07/2021.

⁴ Informação concedida em entrevista por Moises Taate Alves Saraf, em 22/07/2021.

estado de Pernambuco, que criou um mapa, localizando os bens culturais territorialmente e servindo de “vitrine” para a divulgação dos produtos associados a esses bens.

Entre os meses de maio e junho de 2020, a ASCOM produziu uma amostra de um modelo de campanha de divulgação apenas para os bens e produtos culturais do Pará, o qual não foi para frente, não sendo executado naquele momento. Neste momento, os numerosos eventos e espaços culturais e religiosos como feiras, procissões, festas religiosas, cultos e encontros em terreiros tinham sido todos suspensos no Brasil. No entanto, em agosto e setembro, a ideia foi retomada pelo DPI, que tomou a frente do projeto, envolvendo a sua Coordenação Geral de Promoção e Sustentabilidade (CGPS), e propondo que a iniciativa se realizasse de forma ampla, nacionalmente, não ficando circunscrita apenas aos bens culturais imateriais registrados do estado do Pará. A partir daí, o DPI assumiu o papel de promover a articulação direta com os detentores que estivessem interessados⁵. Cumpre registrar que, neste período, foi instituída e aprovada a Lei Aldir Blanc e as diretrizes norteadoras para a priorização das iniciativas culturais por meio digitais foram estabelecidas, o que ajuda explicar em alguma medida a decisão de implementação da campanha Conectando patrimônios pelas as instâncias internas do Iphan.

5 – A filosofia gerencial: Política de Salvaguarda de Patrimônio Cultural

De maneira geral, a iniciativa da campanha Conectando Patrimônios se insere na Política de Salvaguarda de Patrimônio Cultural Imaterial do governo brasileiro, a qual se tornou uma política oficial desde o ano 2000 e constitui hoje um dos pilares da missão institucional do Iphan. Antes disso, apenas a dimensão material ou tangível do patrimônio artístico, histórico e cultural brasileiro era reconhecida e recebia proteção, ou seja, somente as edificações, monumentos, sítios históricos e arqueológicos e objetos e coleções, que possuíam em comum a presença da dimensão material e concreta, recebiam a atenção do Estado em termos de reconhecimento de valor cultural e patrimonial, sob o amparo do Decreto-Lei 25/1937, primeiro relevante regulamento sobre patrimônio cultural no Brasil, sendo, portanto, protegidos, zelados e divulgados.

Embora iniciativas públicas referentes à dimensão imaterial do patrimônio estivessem em curso no país desde os anos de 1950, instrumentalizadas por meio de trabalhos desenvolvidos no campo do folclore e da cultura popular, e alusão à dimensão imaterial no patrimônio cultural brasileiro ter sido introduzida ao ordenamento jurídico brasileiro pela Constituição de 1988 no seu artigo 216, § 1º, foi apenas com a edição do Decreto nº 3.551, de 4 de agosto de 2000, que foi

⁵ Informação concedida em entrevista por Moises Taate Alves Saraf, em 22/07/2021.

instituído o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial e criou-se o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial (PNPI), a fim de salvaguardar os bens e manifestações culturais imateriais, assim como seus detentores, adicionando esse pilar à missão institucional e instrumentalizando a ação pública do Iphan na gestão dessa espécie de patrimônio.

O Decreto nº 3.551/2000 disciplina que os bens culturais imateriais devem receber registro em um livro dedicado a isso. Pelo Decreto, foram criados quatro livros de registro para tais bens, que são os seguintes: o Livro de Registro dos Saberes, destinado à inscrição de conhecimentos e modos de fazer enraizados no cotidiano das comunidades; o Livro de Registro das Celebrações, com a inscrição de rituais e festas que marcam a vivência coletiva do trabalho, da religiosidade, do entretenimento e de outras práticas da vida social; o Livro de Registro das Formas de Expressão, dedicado às manifestações literárias, musicais, plásticas, cênicas e lúdicas, que são produzidas por coletividades e com transmissão geracional de seus saberes e práticas; e, por fim, o Livro de Registro dos Lugares, para a inscrição de espaços representativos de identidades, como feiras, mercados, feiras, praças e santuários nos quais têm lugar, acontecem e se reproduzem práticas culturais coletivas (Iphan, 2018).

O resultado desse decreto foi a concretização da perspectiva de valorização e promoção dos saberes e modos de fazer tradicionais, de festas e celebrações, de formas de práticas coletivas e expressão social e artísticas, assim como dos lugares onde ocorre a produção e reprodução dessas manifestações culturais. Tudo isto sob o objetivo de apoiar e fomentar a transmissão e continuidade deste patrimônio para as futuras gerações, e, sobretudo, promover a gestão compartilhada entre Estado e comunidades de detentores desses bens culturais (Iphan, 2018). Ademais, este decreto teve influência direta na elaboração da Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial, aprovada em 2003 pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), o primeiro instrumento multilateral de nível mundial sobre o tema, ratificada pelo Brasil por meio do Decreto 5.753 de 2006 (Iphan, 2018). Cumpre ressaltar o fato de que o Brasil tem sido um ator global importante no reconhecimento do patrimônio cultural imaterial, tendo um papel pioneiro na valorização, inclusão e na promoção dos bens culturais imateriais ou intangíveis mundialmente, como marcada postura protagonista e militante para o reconhecimento e inclusão desta modalidade de bem cultural no âmbito da Unesco.

A salvaguarda dos bens imateriais busca a valorização da diversidade cultural do Brasil, fomentando a pesquisa, documentação e realização de ações que possibilitem a melhoria das condições de sustentabilidade dos saberes e práticas culturais coletivas dos diferentes povos

originários que constituem a nação brasileira: “indígenas, de matriz africana, de imigração, comunidades tradicionais, dentre outros”, em toda extensão nacional, buscando a participação da sociedade civil e mecanismos de governança. Hoje o Iphan tem o dever de salvaguardar mais de 48 bens culturais registrados e classificados como de expressão imaterial, tendo entre os bens registrados o Frevo, o Maracatu, a Feira de Caruaru, a arte indígena Kusiwa, as Cavalhadas de Pirenópolis, o samba do Recôncavo e o samba carioca, a capoeira entre outros (Iphan, 2018).

O segundo instrumento de gestão dos bens de patrimônio imaterial estabelecido pelo Decreto nº 3.551/00 e, regulamentado pela Portaria Iphan nº 200, de 18 de maio de 2016, refere-se ao Programa Nacional do Patrimônio Imaterial (PNPI). A referida portaria disciplina sobre os objetivos, princípios, diretrizes e linhas de atuação do PNPI. Nesse sentido, tal regulamento delineou quatro objetivos para o Programa, que são os seguintes: em primeiro, “implantar, executar, monitorar e avaliar a Política de Salvaguarda do Patrimônio Imaterial”; em segundo, “contribuir para a preservação, promoção e valorização da diversidade étnica, cultural e linguística do país, assim como para a disseminação de informações sobre o patrimônio cultural brasileiro”; em terceiro, “captar recursos e promover a constituição de redes de parceiros com vistas à execução e gestão compartilhada de ações de salvaguarda do patrimônio cultural imaterial”; e por fim, “incentivar e apoiar iniciativas e práticas de salvaguarda desenvolvidas pela sociedade civil” (Iphan, 2018).

Quanto aos princípios norteadores, o art. 4º da portaria citada estabelece que as ações promovidas pelo PNPI deve considerar a “participação social dos atores que produzem, mantêm e transmitem este patrimônio nos processos de identificação, reconhecimento e apoio e fomento, como condição sine qua non”; a “descentralização e socialização de instrumentos de salvaguarda e de gestão com vistas à autonomia dos atores sociais na preservação do seu patrimônio cultural”; assim como a “articulação institucional e intersetorial para execução coordenada de políticas públicas e ações, envolvendo diferentes níveis de governo e sociedade civil, considerando a natureza transversal do patrimônio imaterial”(Iphan, 2018).

O art. 5º da Portaria nº 200 define como diretrizes, a saber: a promoção e difusão da Política de Salvaguarda do Patrimônio Imaterial, para todos os grupos, coletividades e segmentos que compõem a sociedade brasileira, o fortalecimento e difusão das bases institucionais, conceituais e técnicas do reconhecimento e valorização da dimensão imaterial do patrimônio cultural; a contemplação da diversidade e heterogeneidade dos contextos socioculturais existentes, priorizando, sempre que possível, grupos, segmentos e regiões menos atendidas na execução da sua ação institucional; a promoção da salvaguarda dos bens culturais por meio do

apoio às condições materiais que propiciam sua existência, a transmissão de saberes e práticas constituintes da sua dinâmica e o fortalecimento dos seus detentores enquanto coletividades; a promoção da gestão compartilhada do patrimônio cultural imaterial, articulando sociedade civil e instituições governamentais, respeitando as diferentes possibilidades de atuação e responsabilização dos atores envolvidos; e, por fim, o apoio, por meio de mediação junto às instâncias competentes, ao reconhecimento e à defesa de direitos difusos, coletivos, autorais e conexos e de propriedade intelectual, referentes ao patrimônio cultural imaterial e seus detentores.

Não menos importante, as linhas de atuação do PNPI, previstas no art. 6º da Portaria nº 200, remetem a cinco grupos de esforços: o de Pesquisa, documentação e informação, contempla ações de produção de conhecimento e documentação nas suas diferentes modalidades – inventário, mapeamento, etc. -, assim como aquelas de sistematização de informações, constituição e implantação de banco de dados, incluindo o apoio à produção, conservação de acervos documentais e etnográficos, considerados fontes fundamentais de informação sobre o patrimônio cultural imaterial; o de reconhecimento e valorização, contemplando ações que visam reconhecer do valor patrimonial dos bens culturais imateriais que são referenciais culturais para comunidades detentoras, possuem continuidade histórica e relevância nacional, por meio dos instrumentos legais de reconhecimento, ocasionando a ampla divulgação e promoção desses bens culturais reconhecidos e valorados; o de sustentabilidade, visando ações que têm como objetivo apoiar a sustentabilidade de bens culturais de natureza imaterial, considerando focos de atuação diversos, que incluem desde a transmissão de conhecimentos e saberes, até o fortalecimento das condições sociais e materiais de continuidade desses bens, incluindo ainda o apoio a atividades de organização comunitária e a constituição de instâncias de gestão compartilhada da salvaguarda, envolvendo instâncias públicas e privadas; o de promoção e difusão, por meio de ações de divulgação visando à apropriação, pela sociedade civil, da Política de Salvaguarda do Patrimônio Imaterial, através do desenvolvimento de programas educativos, de ações de sensibilização para a importância do patrimônio cultural imaterial e da promoção das ações desenvolvidas e dos bens culturais imateriais reconhecidos ou inventariados; e, finalmente, o de capacitação e fortalecimento institucional, com ações de formação e capacitação de agentes para gestão da salvaguarda do patrimônio cultural imaterial, incluindo apoio a instituições e centros de formação públicos ou privados, voltados para o desenvolvimento metodológico no campo da preservação e transmissão de conhecimentos tradicionais.

6- Modelo organizacional e substrato técnico

6.1 – Modelo organizacional

Os técnicos do Iphan dedicados ao patrimônio imaterial das 27 superintendências espalhadas por todos os estados e Distrito Federal, fizeram levantamento dos bens em cada território, buscaram contactar diretamente os detentores de bens imateriais registrados, desenvolveram diálogo, explicando do que se tratava a campanha Conectando Patrimônio. Segundo o Ofício 373, subscrito, em agosto de 2020, pelo Diretor do Departamento de Patrimônio Imaterial, a diretriz para a ação dos técnicos do Iphan era:

“Apresentar proposta do Iphan de difusão de canais de comercialização de bonecos, performances, oficinas e aulas online que são produzidas pelos detentores do bem cultural. Informar que se trata de espaço virtual específico, dentro do próprio site do Iphan, o qual descreverá brevemente o contexto do bem cultural e seus produtos associados e remeterá a um link de página virtual dos próprios detentores (site, blog ou perfil em rede social). Esta página virtual dos detentores não pertence ao Iphan e sua manutenção e gerenciamento são de responsabilidade dos próprios detentores. Nesta página ou perfil de rede social, deverão constar informações básicas sobre os produtos e como adquiri-los (contatos e links de lojas físicas e virtuais, contatos de detentores, etc). Averiguar se há interesse daqueles interlocutores na divulgação pelo Iphan de detentores/produtores que comercializem bonecos, performances, oficinas e aulas online. Em caso positivo, é necessário criar ou adequar espaço virtual como site, blog ou página de redes sociais, de acordo com o roteiro anexado”
(Ofício 373)

Dessa forma, os técnicos partiram para a identificação detentores de bens culturais imateriais registrados e dos possíveis produtos de valor comercial associados a esses bens, e do grau de engajamento desses detentores com as redes sociais para divulgação dos respectivos bens. Cabe mencionar que os detentores de bens salvaguardados devem estar identificados enquanto associações representativas ou coletivos deliberativos para a assinatura do referido Termo de Adesão e Compromisso. Ademais, existem bens culturais imateriais que não possuem produtos ou artigos associados passíveis de serem comercializados, mas que nem por isso perdem o direito à campanha de visualização ou de divulgação. Outro ponto refere-se ao fato de que o site da ação “Conectando Patrimônios” reúne os bens culturais e os produtos associados, mas não realiza vendas ou a comercialização. Os interessados em consumir tais produtos devem entrar nas páginas

de site na internet ou redes sociais dos detentores de bens que aderiram a esta campanha e adquirir os artigos diretamente com estes.

Em contrapartida, os detentores interessados precisam assinar um Termo de Adesão e Compromisso junto ao DPI, manifestando vontade de participar da campanha Conectando Patrimônio e por meio de interação por processo administrativo virtual, e tem o dever de indicar quatro nomes, sendo dois referentes aos representantes para lidar com as redes sociais, assim como manter o canal de diálogo com o Iphan e dois referentes aos representantes para participar de vídeo de apresentação do bem a ser divulgado no site, podendo ser ou não os mesmos dois indicados para lidar com redes sociais e com o Iphan, conforme de verifica nos dois trechos abaixo retirados do Ofício 373:

“Os interlocutores da salvaguarda do bem cultural deverão atestar, por meio de Termo de Adesão e Compromisso (modelo anexado), que estão de acordo com as condições do Iphan para a divulgação do endereço virtual com informações sobre os meios para aquisição dos produtos (contatos, endereços físicos e virtuais de lojas ou detentores, etc).”

“Indicar dois responsáveis pelo gerenciamento da página e contato com o Iphan e dois detentores para participar de vídeo institucional que integrará o subsite. Não é necessário que os responsáveis pelo gerenciamento sejam os mesmos do vídeo.”

A partir da assinatura do Termo de Adesão, o papel da ASCOM na implementação da campanha Conectando Patrimônios ganha relevância, indo além de seu tradicional papel de assessoria, de staff, e atuando em duas frentes: seja fazendo a articulação com os detentores, seja no desenvolvimento das estratégias de comunicação para essa campanha de visibilização nacional dos bens culturais imateriais registrados e dos artigos e produtos associados a esses bens. De modo mais específico, as estratégias de comunicação da ASCOM para a campanha Conectando Patrimônios se dão por meio de atividades e entregas em todas suas quatro subáreas que são: design audiovisual, imprensa, comunicação interna, e redes sociais (informação verbal) ⁶.

6.2 -Substrato Técnico

A primeira atividade desenvolvida, juntamente com o DPI, foi a identidade visual da campanha, i.e., movimentando a área de design audiovisual. A partir daí, todos os produtos entregues pela ASCOM, inclusive a criação do próprio subsite, cards de divulgação, convites para

⁶ Informação concedida em entrevista por Marina Soares Sabioni Martins, em 27 de julho de 2021.

lives, banners do site, tudo segue essa identidade. O recurso imagético foi considerado importante em razão do fato de o patrimônio imaterial ser considerado muito bonito, ornamentado e com grande potencial de produzir belas imagens e tal característica ser bastante apelativa ao público por si só. Na frente imprensa, realizou-se matérias a serem veiculadas em órgãos de imprensa nacional e regionais, utilizou-se como suporte a ferramenta “Comunique-se” que realiza disparos de releases por e-mail que permite a entrega de conteúdo a muitos jornalistas, ao mesmo tempo, no país todos e pequenos releases regionais, nas localidades onde tinha algum bem participante da campanha (Informação verbal)⁷.

A área de comunicação interna, voltada dos servidores da entidade, foi considerada estratégica por dois motivos: em primeiro, porque se trata de um público que já possui conhecimento sobre a importância do bem e de sua divulgação, tem bom grau de identificação e compartilhamento com o material divulgado e desejo de consumir tais produtos. Essa frente de atuação produz cards de circulação via WhatsApp divulgados em grupos formais e informais do Iphan, para que as pessoas compartilhassem de maneira fácil, assim como os técnicos das superintendências distribuíssem aos detentores para que estes distribuíssem para suas redes de contatos. Acredita-se que essa é uma forma muito eficiente e rápida de divulgação. Os cards conduziam o público para o subsite da campanha e para as redes sociais dos detentores. Outra medida foi a tela inicial dos computadores da autarquia serem direcionadas a campanha de forma automática, apenas por abrir o browser. Na área de redes sociais, trabalhou-se a divulgação de pílulas de informação, de pequenos vídeos dos detentores falando sobre os bens e produtos associados, de quiz semanal nos Stories do Instagram sobre o bem em evidência, desempenhando a lógica de “gamefication”, i.e., a promoção jogos que informam sobre o bem de maneira despreziosa e divertida (Informação verbal).⁸

Uma nova frente de atuação da ASCOM diz respeito à capacitação dos detentores quanto às redes sociais. Tal necessidade surgiu a partir da divulgação aplicação de um questionário elaborado pelo DPI, mais especificamente pela Coordenação- Geral de Promoção e Sustentabilidade (CGPS) deste departamento, para os detentores, buscando identificar os usos e dificuldades dos detentores de bens registrados no acesso à internet e redes sociais, visando não só o aprimoramento das páginas divulgadas nos subsite da campanha como também estimular a adesão. Para tanto, está em fase de estruturação de oficinas para a capacitação dos detentores no

⁷⁷ Informação concedida em entrevista por Marina Soares Sabioni Martins, em 27 de julho de 2021.

⁸ Informação concedida em entrevista por Marina Soares Sabioni Martins, em 27 de julho de 2021.

uso das ferramentas das redes sociais, visando, principalmente, o ganho de seguidores e potenciais consumidores para seus produtos (Informação verbal)⁹.

Um instrumento de monitoração da campanha, avaliando as dificuldades dos detentores participantes se deu por meio da aplicação do já referido formulário por via digital. Outra forma de monitoração se deu pela aferição do ritmo de novas adesões de detentores de bens culturais imateriais registrados à campanha. Nesse sentido, de maneira já esperada e considerada normal referente ao engajamento e comportamento nas redes sociais, as novas adesões de detentores têm diminuído seu ritmo e se espaçado no tempo. Por sua vez, como ferramentas de avaliação de resultados da campanha Conectando Patrimônio tem sido usado, pelo DPI, os números de acessos ao site e redes sociais da campanha (informação verbal)¹⁰.

7- Conclusão e considerações finais

A historicidade da campanha Conectando Patrimônios está inserida em contexto de pandemia e foi marcada pela confluência de dois eventos. O surgimento da demanda por parte dos detentores de bens salvaguardados na busca da superação das dificuldades relacionadas ao contexto de isolamento social e no impacto negativo na renda, e que visualizaram alternativas por meio de iniciativas relacionadas à interação por via digital e redes sociais. Além do estabelecimento da Lei Aldir Blanc, que sugeria a priorização de iniciativas por via digital.

A filosofia gerencial estabelece “a razão de ser” da referida campanha. No caso da campanha Conectando Patrimônios, esta está relacionada a muitos dos objetivos, princípios, áreas de atuação que determinam a Política Nacional de Patrimônio Imaterial. Dessa forma, verifica-se que os objetivos da disseminação de informações sobre o patrimônio cultural brasileiro, da gestão compartilhada de ações de salvaguarda do patrimônio cultural imaterial; e do incentivo e apoio à iniciativas e práticas de salvaguarda desenvolvidas pela sociedade civil, guiados por princípios como a participação social, a descentralização e socialização de instrumentos de salvaguarda e a “articulação institucional e intersetorial, está presente na campanha. Ademais, esta constitui uma política de reconhecimento e valorização do patrimônio imaterial, em razão da ampla divulgação e promoção desses bens culturais registrados; do apoio a atividades de organização comunitária e a constituição de instâncias de gestão compartilhada da salvaguarda, envolvendo instâncias

⁹ Informação concedida em entrevista por Marina Soares Sabioni Martins, em 27 de julho de 2021.

¹⁰ Informação concedida em entrevista por Moises Taate Alves Saraf, em 22/07/2021.

públicas e privadas; de promoção e difusão, de capacitação e fortalecimento institucional, com a capacitação de agentes para gestão da salvaguarda do patrimônio cultural imaterial.

O modelo organizacional revela o importante papel de dois atores internos ao Iphan, que interagem em várias etapas e estão relacionados diretamente ao desenvolvimento e execução da campanha Conectando Patrimônios: o Departamento de Patrimônio Imaterial, e suas filiais nas superintendências nas capitais de todos os estados e no Distrito Federal, assim como a Assessoria de Comunicação. O substrato técnico diz respeito ao próprio subsite da campanha que cumpre a função primordial dessa ação que é promover a visualização dos bens culturais imateriais registrados e de produtos associados, assim como todas as demais entregas e estratégias da ASCOM no sentido de promover a divulgação dos bens salvaguardados.

As inovações decorrentes da realização da campanha Conectando Patrimônios remetem-se, em primeiro lugar, à própria iniciativa inédita para o Iphan de criar subsite que realiza a interface entre detentores de bens culturais registrados e o público geral, inovando na promoção da visibilidade desses bens. Outro ponto, refere-se ao fato que a Assessoria de Comunicação, no contexto da campanha, deixa de ser área meio, de staff, de assessoria ou suporte aos níveis de cúpula na estrutura organizacional de entidades para atuar como área fim, instância de execução ou implementação de uma política pública, ação ou iniciativa. No seu papel tradicional, a comunicação seria encarregada pela publicização dos atos administrativos e da execução de uma política pública atuando no estágio ponto final do processo. Considerando, de maneira geral, a promoção e difusão do patrimônio cultural como uma das cinco áreas de atuação a nortear a ação do Iphan na sua missão institucional perante o Patrimônio Imaterial, a ASCOM realiza a intermediação desse processo desde o início, nesta campanha Conectando Patrimônio, a atuação da comunicação como executora de política se tornou mais visível, mais perceptível. Ademais, as inovações na forma de promover a visibilização dos bens salvaguardados resultaram em formas não tradicionais de monitoração e avaliação de resultados dessa iniciativa, no entanto, perfeitamente coerentes com o contexto digital em que se insere.

Por fim, cumpre registrar que uma limitação percebida na iniciativa diz respeito ao próprio conceito de bens culturais salvaguardados, visto que os bens culturais que ainda não receberam registro estão excluídos da oportunidade de apoio à sua expressão e difusão, assim como de poder auferir os ganhos possíveis a partir disto. Por outro lado, a evolução da campanha Conectando Patrimônios, por meio de iniciativas de oficinas de capacitação aos detentores de bens sobre redes sociais, expressa um potencial de expansão dos objetivos da campanha em si mesmos, da capacidade dessa iniciativa se transformar em retorno de renda para os indivíduos do

setor cultural, assim como expressa o promissor crescimento do papel da ASCOM como ator implementador de políticas públicas.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**, 1988.

BRASIL. **Lei nº 14017. Lei Aldir Blanc Dispõe sobre ações emergenciais destinadas ao setor cultural a serem adotadas durante o estado de calamidade pública**, junho de 2020..

IPHAN. **Saberes, fazeres, gingas e celebrações: ações para a salvaguarda de bens registrados como patrimônio cultural do Brasil 2002-2018** / Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Brasil); coordenação de edição Rívia Ryker Bandeira de Alencar. – Brasília-DF : IPHAN, 2018

IPHAN. **Planejamento Estratégico Iphan 2021-2024** / Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Brasil) – Brasília – DF: IPHAN,2021

IPHAN. **Ofício 373. Divulgação em subsite do Iphan de produtos associados ao bem registrado Teatro de Bonecos Popular do Nordeste**. Agosto, 2020.

LABATUT, Julie; AGGERI, Franck & GIRARD, Nathalie. **Discipline and change: how technologies and organizational routines Interact in new practice creation**. Organization studies, 2012. 33:39. Disponível em: <http://oss.sagepub.com/content/331/39>

LASCOUMES, Pierre & LE GALÈS, Patrick.. **Gouverner par les instruments**. Org. de Pierre Lascoumes e Patrick le Galés. Science Po, 2004.

Entrevistas

MARTINS, Marina S.S.. Depoimento [julho, 2021]. Entrevistadora: Mariana M. Dantas. Brasília, 2021. 4 arquivos mp3 (12 minutos). Entrevista sobre papel das ASCOM no Conectando Patrimônios.

SARRAF, Moises T. A. Depoimento [julho,2021]. Entrevistadora: Mariana M. Dantas. Brasília, 2021. 1 arquivo mp3 (20minutos). Entrevista sobre o surgimento do Conectando Patrimônios.

Sites na Internet:

Frente à pandemia, mestres da cultura realizam ação nas redes sociais, publicada em 01 de abril de 2020. <http://portal.iphan.gov.br/noticias/detalhes/5653/frente-a-pandemia-mestres-da-cultura-popular-realizam-acao-nas-redes-sociais>. Acessado em: 27/07/2021.

Lei Aldir Blanc de apoio a cultura é regulamentada pelo Governo Federal, publicada em 19 de agosto de 2020. <https://www.gov.br/pt-br/noticias/cultura-artes-historia-e-esportes/2020/08/lei-aldir-blanc-de-apoio-a-cultura-e-regulamentada-pelo-governo-federal>

Acessado em: 27/07/2021.