

Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

Yara de Oliveira Diniz

**O PATRIMÔNIO CULTURAL BRASILEIRO EM EVIDÊNCIA:
uma análise da Assessoria de Comunicação do Iphan**

Rio de Janeiro

2020

Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

Yara de Oliveira Diniz

O PATRIMÔNIO CULTURAL BRASILEIRO EM EVIDÊNCIA:

uma análise da Assessoria de Comunicação do Iphan

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado Profissional do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, como pré-requisito para a obtenção do título de Mestre em Preservação do Patrimônio Cultural.

Orientadora: Prof^a Dra. Lia Motta
Coorientadora: Dra. Ana Lúcia Pardo
Supervisoras: Carmen Cira Lustosa
Me. Déborah Machado Gouthier

Rio de Janeiro

2020

O objeto de estudo dessa pesquisa foi definido a partir de uma questão identificada no cotidiano da prática profissional da Assessoria de Comunicação do Iphan, na sede no Instituto, em Brasília (DF).

D278

de Oliveira Diniz, Yara.
O Patrimônio Cultural Brasileiro em evidência: uma análise da Assessoria de Comunicação do IPHAN / Yara de Oliveira Diniz – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.

214 f.:il.

Orientadora: Lia Motta

Dissertação (Mestrado) – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Mestrado Profissional em Preservação do Patrimônio Cultural, Rio de Janeiro, 2020.

1. Assessoria de Comunicação 2. Patrimônio Cultural Brasileiro. 3. IPHAN 4. Agenda Setting I. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Brasil). II. Título.

CDD 363.690981

Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

Yara de Oliveira Diniz

“O Patrimônio Cultural Brasileiro em evidência: uma análise da Assessoria de Comunicação
do Iphan”

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado Profissional do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, como pré-requisito para a obtenção do título de Mestre em Preservação do Patrimônio Cultural.

Rio de Janeiro, 06 de março de 2020.

Banca Examinadora

Professora Dra. Lia Motta (orientadora)

Professora Dra. Ana Lúcia Pardo (coorientadora e presidente da Banca - UFF)

Professora Dra. Analucia Thompson (CLC/DECOF-IPHAN)

Dr. Jorge Menna Duarte (EMBRAPA)

Carmen Cira Lustosa (supervisora - ASCOM-IPHAN)

Me. Déborah Machado Gouthier (supervisora - ASCOM-IPHAN)

*Dedico aos profissionais de Comunicação que trabalharam ou trabalham no Iphan.
Elas e eles permitiram que esta pesquisa fosse possível.*

Agradecimentos

Sou grata a todos que direta e indiretamente contribuíram para este trabalho. Agradeço às orientadoras, Lia Motta e Ana Lúcia Pardo, pela paciência, pelo cuidado e pelas considerações sempre pertinentes. Minha gratidão à Fernanda Pereira, chefe da Assessoria de Comunicação do Iphan, que desde meu primeiro dia na Ascom, me abriu as portas e os caminhos. Obrigada às supervisoras, Carmen Lustosa e Déborah Gouthier, pela prontidão e carinho de sempre. Não poderia deixar de agradecer aos entrevistados, pelo tempo, pela confiança, por se disporem a compartilhar informações e impressões tão ricas: João de Souza Leite, Lurdinha Castro, Graça Mendes, Grace Elizabeth, Fernanda Pereira e Adélia Soares, muitíssimo obrigada.

“Quem não se comunica, se trumbica”.

Chacrinha

RESUMO

A Comunicação foi e é, desde os primórdios do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), aliada desta autarquia federal. Nesse sentido, a dissertação apresenta o trabalho da Assessoria de Comunicação do Instituto, trazendo reflexões sobre as práticas de rotina dos profissionais deste setor, os resultados destas práticas e como os discursos jornalísticos produzidos no Iphan podem contribuir para a construção das narrativas patrimoniais divulgadas pela mídia. O estudo busca analisar, a partir de entrevistas, documentos, matérias jornalísticas, *posts* em redes sociais e referenciais teóricos sobre Comunicação e Patrimônio Cultural, qual a função da Assessoria de Comunicação do Instituto na preservação e difusão do Patrimônio Cultural Brasileiro. Para subsidiar as discussões teóricas, serão adotadas a Teoria do *Agenda Setting* e a Teoria do *Gatekeeper*.

Palavras-chave: Assessoria de Comunicação. Patrimônio Cultural Brasileiro. Iphan. *Agenda Setting*.

ABSTRACT

Communication has been and is, since the beginning of the Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), allied to this federal autarchy. The dissertation presents the work of the Institute's Communication Advisory, bringing reflections about the routine practices of professionals in the sector, the results of these practices and how the journalistic speeches produced at Iphan can contribute to the construction of the patrimonial narratives published by media. The study seeks to analyze, through interviews, documents, journalistic articles, social media posts and theoretical references on Communication and Cultural Heritage, what is the function of the Communication Advisory of the Institute for the conservation and diffusion of the Brazilian Cultural Heritage. For the theoretical discussions, *Agenda Setting* Theory and a *Gatekeeper* Theory will be adopted.

Keywords: Communication Advisory. Brazilian Cultural Heritage. Iphan.. *Agenda Setting*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Comunicação e seus atores.....	23
Figura 2 – Comunicação pública e governamental	24
Figura 3 - Assessoria de Comunicação	30
Figura 4 - Capa da primeira Revista do Patrimônio nº 01, lançada em 1937.	44
Figura 5 - Capa do primeiro número do Boletim SPHAN/próMemória, 1979, nº 0, p. 1.....	52

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1 PERSPECTIVAS POSSÍVEIS NO AMPLO UNIVERSO DA COMUNICAÇÃO	19
1.1 DO DICIONÁRIO ÀS TEORIAS.....	19
1.1.1 Comunicação Pública e Comunicação Governamental	22
1.1.2 As Assessorias, Relações Públicas e a Comunicação Social.....	25
1.1.3 Comunicação Organizacional, Comunicação externa e interna	32
1.1.4 Informar, promover e difundir	33
1.2 AS TEORIAS DO <i>GATEKEEPER</i> E DO <i>AGENDA SETTING</i>	34
1.3 TRANSFORMAÇÕES NA COMUNICAÇÃO NA ÁREA PÚBLICA DESDE A REDEMOCRATIZAÇÃO	37
2 CONSTRUINDO NARRATIVAS PATRIMONIAIS	42
2.1 HISTÓRICO DA COMUNICAÇÃO NA PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL BRASILEIRO	42
2.2 PRÉ-ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO (1937-1979).....	43
2.2.1 Com a palavra: Doutor Rodrigo e Dona Judith	43
2.2.2 A gestão silenciosa de Renato Soeiro	46
2.3 PÓS-ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO (1979- 2019).....	48
2.3.1 O início da Ascom: entrevistas com Lurdinha Castro e João de Souza Leite	48
2.3.2 Os tempos de Grace Elizabeth e Graça Mendes.....	54
2.4 VALORES DE PATRIMÔNIO COMO UMA CONSTRUÇÃO SOCIAL	59
3 RADIOGRAFIA DA ATUAL ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DO IPHAN	65
3.1 OS ANOS 2000 E O BOOM NA ASSESSORIA DE IMPRENSA	70
3.2 <i>FACEBOOK, TWITTER E INSTAGRAM</i> : O IPHAN NAS REDES SOCIAIS	72
3.3 OS ÚLTIMOS ANOS, AS IMPRESSÕES E ESTRATÉGIAS DE FERNANDA PEREIRA E ADÉLIA SOARES.....	75
3.4 O FUTURO DO PATRIMÔNIO CULTURAL BRASILEIRO	79
CONCLUSÃO.....	85
REFERÊNCIAS	88
APÊNDICE A - ENTREVISTA COM JOÃO DE SOUZA LEITE.....	97
APÊNDICE B - ENTREVISTA COM GRAÇA MENDES E GRACE ELIZABETH.....	106

APÊNDICE C - ENTREVISTA COM LURDINHA CASTRO.....	139
APÊNDICE D - ENTREVISTA COM FERNANDA PEREIRA.....	167
APÊNDICE E - ENTREVISTA COM ADÉLIA SOARES.....	182
APÊNDICE F – PRESIDENTES E DIRIGENTES DO IPHAN	208
ANEXO A - DESIGNAÇÕES DO ÓRGÃO FEDERAL DE PROTEÇÃO AO PATRIMÔNIO CULTURAL BRASILEIRO.....	209
ANEXO B - COORDENAÇÃO DAS ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO E SUAS ATRIBUIÇÕES.....	211
ANEXO C - DIFICULDADES NAS ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO.....	212

INTRODUÇÃO

Quem circula pelo gabinete da presidência do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan),¹ certamente sabe que a chefe da Assessoria de Comunicação (Ascom) não para. E assim é também com a equipe da Ascom, que até maio de 2019 era bem pequena para atender demandas de todo o território nacional e até internacional, em situações casuais (como, por exemplo, quando bens brasileiros são declarados Patrimônio Mundial, com o envolvimento da Unesco).

Criado pelo Decreto-lei nº 25 de 1937, o Iphan ocupa o posto de responsável, em âmbito nacional, pela preservação do Patrimônio Cultural² Brasileiro. Sua missão, segundo consta no portal do Instituto na internet, é a de “promover e coordenar o processo de preservação do patrimônio cultural brasileiro para fortalecer identidades, garantir o direito à memória e contribuir para o desenvolvimento socioeconômico do país.” (BRASIL, 2013). Ao Iphan, cabe também a conservação, a salvaguarda e o monitoramento dos bens culturais brasileiros cancelados pela Unesco como Patrimônio Mundial e Patrimônio da Humanidade.³

Atualmente o Iphan conta com cinco departamentos, sendo eles: Departamento de Patrimônio Material e Fiscalização (DEPAM), Departamento de Patrimônio Imaterial (DPI), Departamento de Cooperação e Fomento (DECOF), Departamento de Projetos Especiais (DPE) e Departamento de Planejamento e Administração (DPA). Além disso, conta com cinco Unidades Especiais: Centro Nacional de Arqueologia, Centro Cultural Sítio Roberto Burle Marx, Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular, Centro Cultural do Patrimônio

¹ Ao longo dos seus 82 anos de atuação, o Iphan já teve diversos nomes, como SPHAN (Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), DPHAN (Diretoria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), dentre outros. Optou-se, para melhor fluidez na leitura, adotar “Iphan” ao longo do texto. No Anexo A: Designações do órgão federal de proteção ao patrimônio cultural brasileiro, página 209, estão relacionados todos eles e seus respectivos períodos.

² Nesta dissertação, o termo Patrimônio Cultural, iniciando com letra maiúscula, foi utilizado para representar o conjunto de bens culturais reconhecidos pelo Iphan como Patrimônio Cultural.

³ Atualmente o Brasil possui 14 bens inscritos na lista da Unesco de Patrimônio Mundial Cultural (bens tangíveis), Brasília (DF); Cais do Valongo - Rio de Janeiro (RJ); Centro Histórico de Goiás (GO); Centro Histórico de Diamantina (MG); Centro Histórico de Ouro Preto (MG); Centro Histórico de Olinda (PE); Centro Histórico de São Luís (MA); Centro Histórico de Salvador (BA); Conjunto Moderno da Pampulha - Belo Horizonte (MG); Missões Jesuíticas Guaranis - no Brasil, ruínas de São Miguel das Missões (RS); Parque Nacional Serra da Capivara (PI); Praça São Francisco, em São Cristóvão (SE); Rio de Janeiro, paisagens cariocas entre a montanha e o mar (RJ); Santuário do Bom Jesus de Matozinhos - Congonhas (MG); e 5 bens inscritos como Patrimônio da Humanidade (bens intangíveis), Samba de Roda no Recôncavo Baiano; Arte Kusiwa – Pintura Corporal e Arte Gráfica Wajãpi; Frevo: Expressão Artística do Carnaval de Recife; Círio de Nossa Senhora de Nazaré e Roda de Capoeira.

Paço Imperial e Centro Lucio Costa. É uma instituição que atua em todo o país, tendo a sede em Brasília (DF), superintendências nas 26 capitais estaduais, no Distrito Federal e 29 escritórios técnicos em outras cidades.

Para cumprir sua missão, existem vários instrumentos de proteção e de preservação adotados pelo Iphan, dentre eles o Tombamento; a Lei de Arqueologia; o Registro; o Inventário Nacional da Diversidade Linguística; a Lista do Patrimônio Cultural Ferroviário e o Sistema Integrado de Conhecimento. Estão, ainda, em fase de regulamentação, a Chancela da Paisagem Cultural; Listas Indicativas e Lugar de Memória. Cada um desses instrumentos pode ser aplicado a uma vasta gama de bens culturais, desde linhas ferroviárias, paisagens, línguas, artefatos arqueológicos, imóveis, celebrações, lugares sagrados até grandes conjuntos urbanos.

Junto com esses instrumentos, dois fatores principais fizeram com que a Comunicação⁴ fosse cada vez mais importante para a promoção e a preservação do Patrimônio Cultural Brasileiro. Primeiro, a ampliação dos critérios de preservação e do que compõem a identidade nacional. Como aponta Marins (2016), desde a década de 1980, após a redemocratização do país, os conceitos de identidade nacional foram revistos. Correntes imigratórias e práticas populares, por exemplo, passam a ser notadas, incluindo mais grupos identitários no rol dos bens preservados. Essa ampliação de vertentes de atuação do Iphan implica, conseqüentemente, no aumento também de públicos com os quais o Instituto passa a lidar e, portanto, de novas ideias e patrimônios para publicizar.

O segundo fator está relacionado à “era da informação”. Interatividade, tecnologias da informação e a multimidialidade estão progressivamente presentes no dia-a-dia das pessoas. Isso reflete não só na maneira de consumir conteúdo - que agora está no alcance de um *clic* - mas no trabalho dos profissionais de Comunicação, nas estratégias das assessorias, na reformulação das mídias tradicionais etc. O Iphan não está imune a essas transformações e a Comunicação do Instituto também precisou e precisa, a cada dia, se reinventar.

O ritmo de trabalho da Assessoria de Comunicação (Ascom) do Iphan é intenso. A Comunicação desde os primeiros anos de atuação do Instituto foi uma aliada, mas nos últimos anos, sobretudo no âmbito do jornalismo e das redes sociais, ganhou impulso, assim como tem ganhado em outras instituições públicas, empresas privadas e demais organizações.

A Comunicação no e do Iphan será (re) tratada e pensada nesta dissertação, sobretudo a partir de experiências (minhas e de demais profissionais) que integram a equipe de

⁴ Adotou-se o uso de letra maiúscula para Comunicação quando o termo se refere a uma área do conhecimento humano e/ou científico.

Assessoria de Comunicação do Instituto. Sobre isso, vale considerar a avaliação feita pelo sociólogo Boaventura de Sousa Santos para pensarmos a importância de dar credibilidade aos vastos tipos de conhecimentos, além dos científicos e filosóficos. Trazendo esta ideia para o microcosmo do Iphan, nesta pesquisa, procurou-se valorizar a experiência institucional dos seus profissionais.

A experiência social em todo mundo é muito mais ampla e variada do que o que a tradição social científica ou filosófica ocidental conhece e considera importante. Esta riqueza social está a ser desperdiçada e é deste desperdício que se nutrem as idéias que proclamam que não há alternativa, que a história chegou ao fim e outras semelhantes (SANTOS, 2004, p. 778).

As experiências dos profissionais de Comunicação (entrevistados por mim) serão consideradas como memórias que esses entrevistados relatam do tempo em que atuaram no Instituto. Memória aqui foi entendida como construção do passado. As entrevistas foram presencialmente com os seguintes informantes: João de Souza Leite, Lurdinha Castro, Graça Mendes, Grace Elizabeth, Fernanda Pereira e Adélia Soares. Tais profissionais atuaram/atua na área de Comunicação do Iphan entre 1979 e 2019 e foram escolhidos por desempenharem funções de chefia ou coordenação

Minhas experiências aconteceram de duas maneiras: uma delas, cotidianamente, de segunda a sexta-feira, durante 21 meses (entre 2017 e 2019), nas práticas rotineiras da Ascom; a outra, ocasionalmente, mas não menos necessária para as reflexões que virão a seguir, por meio das entrevistas que realizei com profissionais atuantes nesse setor do Iphan em diferentes décadas. Tais experiências me levaram a pensar no lugar da Ascom e traçar caminhos para refletir qual é este lugar, qual a função da Assessoria. Ou seja, entender e trazer para o debate, por meio desta dissertação, a que ponto a Comunicação é condição necessária para a construção de valores de Patrimônio, como o Iphan, mesmo sem institucionalizar uma Assessoria de Comunicação, usou e usa a Comunicação na construção dos valores patrimoniais nas suas políticas públicas de preservação e em que medida o Instituto vem se atualizando nessa área.

Por estar tão imersa no tema da pesquisa, inclusive trabalhando na Assessoria cotidianamente, optei por utilizar, por muitas vezes, a primeira pessoa. Defendo que tal escolha é possível, pois a pesquisa foi desenvolvida em um programa de mestrado profissional, que preza pela relação próxima do pesquisador com seu objeto de estudo. A vivência cotidiana em uma das unidades do Iphan é uma das práticas obrigatórias do programa. Assim sendo, me senti na responsabilidade de falar dessa vivência de maneira

direta, mais íntima. Como bem pontua Marialva Barbosa “Vivida, a experiência é a minha experiência. Comunicada, a minha experiência torna-se algo partilhado” (BARBOSA, 2012, p. 149). É certo, no entanto, que esta narrativa estará carregada de valores e julgamentos, próprios do meu lugar de fala, ao mesmo tempo privilegiado e perigoso, pois me vejo com a difícil tarefa de exercer o distanciamento do objeto de análise que a pesquisa pede.

Após esta empreitada, busquei analisar conceitos nos campos da Comunicação e do Patrimônio Cultural, para então aplicar esse estudo em um objeto específico - a função da Assessoria de Comunicação do Iphan. Sendo eu jornalista, é certo que esta área teve algum destaque no estudo. Ainda assim, há de se considerar um esforço e intromissão de minha parte quando me aproprio de outras áreas do conhecimento em minhas análises.

A Assessoria de Comunicação é um setor “extraoficial” da repartição, isto é, ele não está nem nunca esteve oficialmente instituído no regimento interno ou no organograma do Instituto⁵. Hoje, é responsável por atender às demandas da imprensa, por divulgar o Patrimônio Cultural Brasileiro e as ações do Iphan, criar peças gráficas e peças informativas institucionais além de produzir eventos de interesse das áreas da administração central⁶. Até maio de 2019, entre consultores, terceirizados, cargos comissionados, estagiários e uma servidora cedida de outro órgão federal, a equipe contava, em média, com 18 integrantes⁷ atuando em diversas áreas: jornalismo, relações públicas, design gráfico, web designer, produção de eventos e redes sociais.

O objetivo geral desta pesquisa é registrar o histórico das atividades de Comunicação no Iphan e avaliar qual a função da Ascom do Instituto hoje, sendo uma Assessoria de Comunicação do Governo Federal, que trabalha com a temática do patrimônio histórico e artístico nacional. Ainda, buscou-se apresentar referências conceituais sobre Comunicação Pública, Comunicação Governamental e Assessoria e Comunicação; mostrar um panorama

⁵ No site do Iphan, na página “Estrutura e organograma” (<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/273/>), a Assessoria de Comunicação aparece como uma das áreas diretamente ligadas à Presidência, sendo um instrumento do DAF (Departamento de Articulação e Fomento). No entanto, conforme o último decreto publicado sobre a estrutura regimental do Instituto, o Decreto 9.238, de 15 de dezembro de 2017, não consta um setor (Assessoria, Diretoria ou Coordenação, por exemplo) de Comunicação.

⁶ As superintendências nos estados e no Distrito Federal, assim como as Unidades Especiais do Iphan, geralmente realizam seus próprios eventos sem a participação dos profissionais da área de eventos da Ascom. Nesse sentido, a produção de eventos da Ascom é acionada, normalmente, para eventos que são de interesse da sede do Instituto, como grandes seminários que envolvem um número maior de participantes, o Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade ou o lançamento de publicações.

⁷ Considerou-se uma média, pois o número de integrantes não era fixo. Havia períodos com mais ou menos estagiários e consultores, por exemplo. A média de 18 integrantes refere-se, aproximadamente a: 1 cargo de chefia, uma servidora jornalista cedida do Ministério do Planejamento, 4 consultoras jornalistas, 1 consultor designer gráfico, 1 consultor web designer, 2 produtores de eventos, 1 secretário administrativo, 3 estagiários, 1 terceirizado web designer, uma mestrandia jornalista e 2 terceirizados jornalistas.

geral da evolução da Comunicação do Iphan; traçar o perfil da Assessoria de Comunicação do Instituto nos dias de hoje, bem como identificar suas áreas de atuação, pontos positivos e desafios.

Entende-se que mesmo com a efervescência das discussões sobre Comunicação e as “novas comunicações”, trata-se, ainda, de uma área pouco explorada nas pesquisas de Patrimônio Cultural. A partir desta constatação, a Assessoria de Comunicação do Iphan foi escolhida por ser a “voz” e a perspectiva federal⁸ sobre esta temática. Nesse sentido, acredita-se que esta pesquisa é relevante, pois apresenta um estudo inédito sobre a Assessoria de Comunicação do Iphan, desde seus primórdios, em 1979, até 2019.

A motivação maior para o presente estudo se encontra nas particularidades contidas no campo do Patrimônio Cultural, em geral, e da Ascom do Iphan em específico. Repleta de construções sociais e jogos de poder, a Ascom tem mecanismos poderosos para a produção e a difusão de valores e significados no âmago da cultura brasileira.

Outra motivação, que acabou tornando-se um propósito, foi trazer para o campo acadêmico, durante minha formação no Mestrado em Preservação do Patrimônio Cultural, as práticas jornalísticas do dia-a-dia, aproximando, na pesquisa, essas duas áreas que tanto aprecio e gostaria de contribuir, de alguma forma, academicamente: Comunicação e Patrimônio Cultural.

Sem recorrer à fundamentação teórica, este trabalho correria o risco de redundar numa mera descrição. Decorre desta necessidade a decisão de estudar conceitos de Comunicação e de Patrimônio Cultural, implícitos ou explícitos no corpus analítico. As teorias do *Agenda Setting* e do *Gatekeeper* subsidiaram as análises, bem como, a premissa de que tanto o jornalismo como a noção de patrimônio são construções sociais. A internet alavancou os estudos no campo da Comunicação para iluminar as modalidades discursivas e estruturais das plataformas digitais. Esses novos modelos narrativos e sua relação com os atores do processo informativo são também encontrados na Comunicação Governamental e na Assessoria de Comunicação do Iphan, o que leva à necessidade de abordar também esta temática, incluindo as questões sociais advindas dessa “nova era”, como a inclusão digital.

⁸ De acordo com o Decreto nº 2004, de 11 de setembro de 1996, Art. 4º “Integram o Sistema de Comunicação Social do Poder Executivo Federal - SICOM, a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM, como órgão central e as unidades administrativas dos Ministérios e dos órgãos da Presidência da República que tenham a atribuição de gerir atividades de comunicação social, como órgãos setoriais. Parágrafo único. integram ainda o SICOM as unidades administrativas das autarquias, fundações e sociedades sob controle direto ou indireto da União, que tenham a atribuição expressa no caput deste artigo”.

Para este estudo, caracterizado como estudo de campo qualitativo - pesquisa qualitativa,⁹ foram adotados os seguintes procedimentos metodológicos: pesquisa bibliográfica, entrevistas semiestruturadas, pesquisa documental e observação participante.

Na primeira parte, que consiste em leitura, análise e interpretação de textos, busca-se abordar os seguintes temas: Comunicação Pública, Comunicação Governamental, Assessoria de Comunicação, Assessoria de Imprensa, Relações Públicas e Preservação do Patrimônio Cultural no Brasil. Entre os principais autores consultados neste procedimento estão: Marialva Barbosa, Margarida Kunsh, Jorge Duarte, Elizabeth Brandão, Márcia Chuva, Antônio Augusto Arantes, José Reginaldo Gonçalves e Beatriz Khull.

As entrevistas, além de um procedimento metodológico, são importantes instrumentos do jornalismo para a coleta de informações, permitindo a reflexão e problematização dos fatos. Roteiros específicos foram elaborados para entrevistar os profissionais que atuam ou atuaram na Ascom, procedimento aqui denominado entrevista semiestruturada. Todas as entrevistas estão disponíveis nos apêndices¹⁰. Embora cada roteiro tivesse tópicos que seriam abordados durante a conversa, não houve um roteiro com perguntas fechadas para os entrevistados, de forma que a fonte se sentisse provocada a contar o que ela entende como mais relevante no período em que atuou no Iphan. Na sequência das entrevistas, o processo se deu por meio da troca de e-mails e mensagens em redes sociais, além de conversas com os entrevistados para esclarecer questões que surgiram no decorrer do trabalho.

A pesquisa documental, realizada majoritariamente nos acervos do Iphan, nas cidades de Brasília e Rio de Janeiro, foi importante para a contextualização histórica e sociocultural. Foi por meio de documentos encontrados no Arquivo Central do Iphan, Seção Rio de Janeiro, por exemplo, que tive acesso às notícias veiculadas na imprensa durante o período inicial de atuação do Instituto, além de entrevistas com o primeiro Diretor-Geral, Rodrigo Melo Franco de Andrade.

Recorri à observação participante, procedimento metodológico muito utilizado em pesquisas qualitativas, para interpretação do objeto de estudo e explicar como ele opera.

⁹ Segundo Godoy (1995), a pesquisa qualitativa é uma forma eficiente de se estudar os fenômenos que envolvem os seres humanos e suas intrincadas relações sociais, estabelecidas em diversos ambientes. Para a autora, ela permite que a imaginação e a criatividade levem os investigadores a propor trabalhos que explorem novos enfoques, considerando que a abordagem qualitativa, enquanto exercício de pesquisa, não se apresenta como uma proposta rigidamente estruturada.

¹⁰ As respectivas transcrições das entrevistas foram enviadas via e-mail para os informantes, para que eles revisassem e autorizassem a publicação. Todos concordaram com a publicação. Os documentos (e-mails) foram impressos e estão no meu acervo pessoal.

Durante 21 meses fiz parte da equipe da Assessoria, cumprindo carga horária de 30 horas semanais. Neste processo, participei das diferentes frentes de atuação da Ascom, como atendimento à imprensa, produção de conteúdo para redes sociais, redação de releases, cobertura de eventos, reuniões de pauta, suporte às superintendências para manutenção dos subsites e orientação para a produção do Boletim do Patrimônio Cultural. A análise da Ascom aqui apresentada é fruto desta imersão. Conviver diariamente com as demandas da Assessoria foi fundamental para definir o objeto desta pesquisa, bem como seus objetivos. A partir de minha inserção nas atividades da Ascom, fui instigada a elaborar um projeto de pesquisa sobre os procedimentos de comunicação do Iphan e sua importância na construção de narrativas sobre os valores de patrimônio atribuídos aos bens culturais.

Pude vivenciar como isso ocorre na prática atualmente. Entretanto, diante da importância da comunicação na construção de valores, era preciso entender como a atual Ascom desenvolveu-se (qual seria sua origem institucional, como era a estrutura institucional anterior, se existia, quais os meios de divulgação e controle da comunicação na instituição, quais os profissionais atuantes, suas atribuições e agendas). Como as fontes bibliográficas e arquivísticas não foram suficientes para responder a essas indagações recorremos às entrevistas. Embora sabendo que são versões, entende-se que o acesso a diversos personagens importantes da comunicação, desde a década de 1980, possibilitou a construção de uma história necessária para compreender a importância da comunicação no Iphan.

No capítulo 01, são apresentadas diferentes abordagens conceituais sobre Comunicação, a Teoria do *Gatekeeper* e a Teoria do *Agenda Setting*. Nesse estudo, é importante ressaltar que adaptamos as duas teorias, geralmente usadas nas análises das empresas privadas de comunicação/jornalismo, à comunicação do Iphan, por acreditarmos que elas podem ser aplicadas também a este ambiente do poder público, assim como a outros profissionais que nele atuam, não apenas aos jornalistas.

Além disso, no capítulo 01, faz-se um breve histórico sobre a evolução da Comunicação na área pública no Brasil. Este capítulo é importante para entender e categorizar o objeto de estudo, a Ascom, a partir de perspectivas teóricas. Luís Mauro Sá Martino, McLuhan, Manuel Castells, Jesus Martín-Barbero, Elizabeth Brandão, Heloíza Matos, Stuart Hall, Ana Wels, Jorge Duarte, Jorge Pedro Sousa, Margarida Kunsch, Márcio Carbaca González, Sueli Amaral, Maxwell McCombs e Donald Shaw, Alexandre Castro, Mauro Wolf e Gésio Passos foram os principais autores que embasaram o capítulo.

O capítulo 2 traz conceitos de Patrimônio Cultural junto com a história da Comunicação no Iphan, além de contextos políticos e sociais. A abordagem conceitual aponta

um caminho para se pensar sobre qual a função da Comunicação na construção dos valores de patrimônio. Boa parte das entrevistas foram utilizadas neste capítulo, que buscam apresentar, assim como no capítulo 3, as experiências como produtoras de conhecimento. Além das entrevistas com João de Souza Leite, Lurdinha Castro, Graça Mendes e Grace Elizabeth, foram aplicadas as concepções conceituais e reflexões de Boaventura de Sousa Santos, Maria Paula Meneses, Stuart Hall, Márcia Chuva, Analucia Thompson, Rodrigo Melo Franco de Andrade, Paulo Ormindo de Azevedo, Déborah Gouthier, Maristela Mafei, Wélbia Dias, Betina Grieco, Cristina Amescua Chávez, Nestor Garcia-Canclini, Gabriela Sobral Feitosa, Lia Motta, Raphael Bispo, Gaye Tuchman, Rafael Marroquim, Maria Cecília Londres Fonseca, José Reginaldo Gonçalves, Luís Mauro Sá Martino, Beatriz Khul, Antônio Augusto Arantes e Marialva Barbosa.

O terceiro capítulo analisa o modelo atual da Assessoria de Comunicação do Iphan, fazendo uma radiografia do setor. Nesta parte do estudo, também apostei em perspectivas para o futuro, trazendo aspectos de casos exemplares, acertos e desafios da Ascom. Foram empregadas as ideias e conceitos de Déborah Gouthier, Raphael Bispo, Joseph Bevis, Márcia Chuva, Andrey Schlee, Hermano Queiroz, Maxwell McCombs, Jorge Duarte, Karen Kohn, Claudia Moraes, Mozart Coelho, Marialva Barbosa, Warren Breed, Antônio Augusto Arantes, além das entrevistas com Adélia Soares e Fernanda Pereira.

A conclusão, a partir das análises bibliográficas e demais procedimentos metodológicos, aponta a Assessoria de Comunicação do Iphan como um potente instrumento de Comunicação Governamental, capaz de promover o Patrimônio Cultural Brasileiro, bem como, as ações desempenhadas pelo Instituto. A Comunicação sempre foi condição necessária para a construção de valores de patrimônio, mesmo sem sua institucionalização como setor específico. A Ascom está se atualizando, mas são complexos os propósitos a serem atendidos diante das rápidas transformações da era da informação, o que exige reciclagem quase que diária das estratégias e formas de se fazer comunicação. Ainda assim, as relações humanas e seus laços afetivos é o que justifica a preservação do Patrimônio Cultural e esses também devem ser o fio condutor dos trabalhos da Ascom, lembrando sempre do quão heterogêneo e vasto é seu público: os cidadãos brasileiros.

1 PERSPECTIVAS POSSÍVEIS NO AMPLO UNIVERSO DA COMUNICAÇÃO

As abordagens elucidadas neste capítulo são perspectivas possíveis para subsidiarem uma análise da Assessoria de Comunicação do Iphan, sem pretensões de afirmar ou enquadrar esta Assessoria em uma definição rígida e tida como unicamente verdadeira. São conceitos, teorias e contextos selecionados de acordo com os objetivos específicos desta pesquisa e com minha bagagem de conhecimento, sem, no entanto, anular outras possibilidades de enxergar e categorizar o objeto de estudo. Tal arcabouço teórico, histórico e conceitual foi adotado, pois acredito ser o repertório mais adequado para as análises posteriores.

1.1 DO DICIONÁRIO ÀS TEORIAS

“Transmitir ou receber ideias; compartilhar informações; ação de dar conhecimento, divulgar, informar ou expor”, essas são definições de Comunicação que comumente aparecem nos dicionários. No Dicionário Houaiss de Comunicação e Multimídia, **Comunicação** é:

Processo que envolve a transmissão e a recepção de mensagens entre uma fonte emissora e um destinatário receptor, no qual as informações transmitidas por meio de recursos físicos (fala, audição, visão, etc) ou de aparelhos e dispositivos técnicos, são codificadas na fonte e decodificadas no destino com o uso de sistemas convencionados de signos ou símbolos sonoros, escritos, iconográficos, gestuais, etc. (NEIVA, 2013, p. 115).

É por meio da Comunicação que as sociedades constroem representações sobre si próprias. Para José Marques de Melo (1978), no século III, na Antiguidade Grega, já haviam estudos sobre Comunicação, especificamente sobre a retórica. No entanto, a origem das pesquisas em Comunicação na esfera midiática é comumente aceita no meio acadêmico tendo início nas primeiras décadas do século XX, quando pesquisadores passam a estudar os efeitos dos meios de comunicação de massa, conforme explica Martino (2009):

O ritmo com que os meios de comunicação ocuparam a vida cotidiana surpreendeu os pesquisadores no início do século 20. O crescimento das mídias não encontrava paralelos na história e alteravam a dinâmica da sociedade em diversos níveis, da tomada de decisões políticas até as relações de poder na hierarquia familiar. O

jornal, o rádio e o cinema permitiam a uma mesma mensagem ser captada por milhões de pessoas ao mesmo tempo (MARTINO, 2009, p. 25).

Um dos primeiros países a desenvolver estudos e ter Escolas de Comunicação foram os Estados Unidos. Apesar dos principais meios de comunicação de massa terem surgido em outros países, foi nos Estados Unidos que houve um maior consumo e desenvolvimento desses meios:

O cinema e a fotografia foram inventados na França. O rádio, na Itália. O jornal, ou pelo menos a imprensa, na Alemanha. Revistas e jornais de grande circulação existiam na Europa desde o século 17. No entanto, o desenvolvimento desses meios ocorreu em grande parte dos Estados Unidos. O público americano consumia imensas tiragens de jornais. Os leitores se convertiam rapidamente em ouvintes de rádio e espectadores de cinema. A demanda levou ao crescimento, e a produção americana de notícias e entretenimento se tornou rapidamente uma das maiores do mundo - provavelmente, por volta de 1910, já não havia concorrente direto de Hollywood em número de filmes produzidos (Ibid).

No Brasil, no âmbito acadêmico, os primeiros cursos de jornalismo surgiram no Rio de Janeiro (1935) e em São Paulo (1943)¹¹. De acordo com a obra *Teoria da comunicação: antologia de pesquisadores brasileiros*, publicação que é referência sobre um panorama das pesquisas de Comunicação no país, Luiz Beltrão e José Marques de Melo são apontados como estudiosos pioneiros. Ao Luiz Beltrão é atribuído o título de autor da primeira teoria da comunicação genuinamente brasileira, defendida em sua tese de doutorado na Universidade de Brasília em 1967, a *Folkcomunicação*.¹²

Com o passar dos anos, surgiram inúmeras frentes de estudos dentro da Comunicação, como Marketing, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Cinema, Rádio e TV, Design Gráfico, dentre tantos outros. Atualmente, com o aumento do uso da internet e dos meios de comunicação digitais, novas teorias e conceitos têm despertado o interesse de pesquisadores e profissionais do ramo.

O teórico espanhol Manuel Castells e o canadense Marshall McLuhan apresentam ideias recorrentemente aplicadas nos estudos sobre os efeitos socioculturais das tecnologias da comunicação. Os conceitos de “sociedade em rede” (CASTELLS, 2000) e de “aldeia global”

¹¹ Ver PETRARCA, Fernanda Rios. Construção do Estado, esfera política e profissionalização do jornalismo no Brasil. 18 jun. 2008. **Revista Sociologia Política**, Curitiba, v. 18, n. 35, p. 89, fev. 2010. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/238/23816090006.pdf>. Acesso em: 22 nov. 2019.

¹² Para Beltrão, a Folkcomunicação é o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes de massa através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore. Como apontam Lima, Lucht e Souza (2006), esta teoria emerge da realidade brasileira e latino-americana, de governo militar e repressão às ideias e manifestações populares da década de 60. Luiz Beltrão, a partir de sua experiência como jornalista, professor e pesquisador, elabora uma teoria da comunicação baseada na realidade que ele bem conhecia no nordeste brasileiro.

(McLUHAN, 1962) trazem novas perspectivas sobre o sistema capitalista “informacional” e a sociedade pós-internet (embora McLuhan nem tenha conhecido este fenômeno). Para Castells, as tecnologias da informação têm o poder de desencadear transformações sociais e a “aldeia global” de McLuhan pressupõe que as tecnologias da comunicação, sobretudo a televisão, alterariam a maneira de o homem ver o mundo.

Por esse ângulo, concorda-se com Jesus Martín-Barbero que, para além das mudanças nos meios, mudou-se também o processo comunicativo:

Para mim, o mais importante é compreender que, hoje em dia, não somente aparecem novos aparelhos – porque quando surge uma nova tecnologia como o computador, internet, vídeo-games, satélite, tudo que está aparecendo – não são só aparelhos, são novas linguagens, novas formas de perceber, novas sensibilidades, novas formas de perceber o espaço, o tempo, a proximidade, as distâncias. (MARTÍN-BARBERO, 2000, p. 157-158).

As transformações mencionadas pelo autor permeiam as relações humanas e os mais variados tipos de comunicação: de uma conversa entre duas pessoas, aos programas de TV, à comunicação feita pelos órgãos públicos ou à maneira como um especialista ministra sua palestra. As novas linguagens e sensibilidades são incontestáveis.

Partindo dessa premissa, de que as formas de se fazer comunicação têm se transformado, para a análise da Assessoria de Comunicação do Iphan foram adotados conceitos de diversas subáreas da Comunicação, desde os mais remotos até noções da “nova comunicação”. Escolhi este caminho, pois a Ascom é um setor híbrido, que atua em múltiplas frentes da Comunicação o que permite pensá-la a partir de diferentes perspectivas teóricas.

Desde 1979 pode-se considerar que há no Instituto um núcleo responsável pelas ações de comunicação. Embora não fosse necessariamente chamado de Assessoria de Comunicação, considera-se, com base nas entrevistas e pesquisa documental, que a Ascom do Iphan surgiu nesse período por ser a primeira vez em que se tem um grupo de pessoas realizando ações e estratégias de comunicação na instituição. Os conceitos e teorias trazidos neste capítulo podem explicar e caracterizar o que se fez e faz de Comunicação no Iphan nas últimas quatro décadas e, sobretudo após os anos 2000. Todavia, se pensarmos os primeiros anos do Instituto, as perspectivas serão outras.

As definições abaixo cumprem a tarefa de subsidiar de forma teórica e conceitual uma possível interpretação (ainda que genérica) do papel da Ascom, ou, do que fazem os profissionais que estiveram, e os que estão atualmente no Instituto, pensando e atuando na área de comunicação. Mesmo que num primeiro momento as definições sejam genéricas, são

necessárias para que posteriormente sejam compreendidas as particularidades deste objeto de estudo.

1.1.1 Comunicação Pública e Comunicação Governamental

Ser parte de um órgão governamental, necessariamente coloca a Assessoria de Comunicação do Iphan em um lugar de atuação com obrigações bem estabelecidas, diferente de uma Assessoria “não pública”. Este já é um ponto de partida para categorizá-la. Em um cenário ideal, um setor público, seja ele qual for, deve agir em prol dos interesses dos cidadãos.

Elizabeth Brandão (2009) mostra que existe uma preocupação dos pesquisadores brasileiros em ressaltar que Comunicação Pública não é Comunicação Governamental. No entanto, há divergências entre os autores sobre os significados dos dois conceitos. Ainda assim, é necessário adotar alguma das possíveis definições para avançarmos nas reflexões a seguir.

Os estudos sobre Comunicação Pública são recentes, intensificaram-se na Europa a partir da década de 80, mesmo período em que a redemocratização também dá espaço a essas discussões no Brasil. Brandão entende que o termo Comunicação Pública pode ser compreendido como um conceito mais amplo e diverso, abarcando, por exemplo, além da comunicação feita pelas instituições públicas, a comunicação feita pela sociedade civil organizada. Para a autora, a Comunicação Pública está relacionada com a circulação de assuntos que sejam de interesse público, independente da natureza jurídica de quem a promove.

Comunicação Pública é o processo de comunicação que se instaura na esfera pública entre o Estado, o Governo e a Sociedade e que se propõe a ser um espaço privilegiado de negociação entre os interesses das diversas instâncias de poder constitutivas da vida pública no país. [...] é um conceito que só se expressa no plural. Ela não se instaura unilateralmente; é um processo de construção baseado na autenticidade e na transparência das informações disseminadas (BRANDÃO, 1998, p. 12-13).



Figura 1 – Comunicação e seus atores
 Fonte: Cardoso (2016, p. 29 apud DUARTE, 2016).

Na figura acima, (CARDOSO apud DUARTE, 2016, p. 29) estão os atores que participam da Comunicação Pública. Os que fazem, necessariamente, ações de Comunicação Pública (pois suas ações dizem respeito ao interesse coletivo [Organizações não Governamentais, Executivo, Governo, Partidos, Legislativo e Movimentos Sociais]), estão dentro do grande círculo. Os que aparecem na parte de dentro e na parte de fora do círculo são de natureza privada ou política, mas que também podem praticar a Comunicação Pública (Imprensa, Cidadão, Entidades Representativas e Empresas).

Já a Comunicação Governamental, é um tipo de Comunicação Pública, mas de responsabilidade exclusiva do Estado e do governo. Para Brandão (2009), ela visa prestar contas aos cidadãos, estimular o engajamento da população nas políticas adotadas e o reconhecimento das ações promovidas nos campos político, econômico e social.

[...] pode ser entendida como Comunicação Pública, na medida em que ela é um instrumento de construção da agenda pública e direciona seu trabalho para a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas, o reconhecimento das ações promovidas nos campos políticos, econômico e social, em suma provoca o debate público. Trata-se de uma forma legítima de um governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública os projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são de interesse público (BRANDÃO, 2009, p. 03).

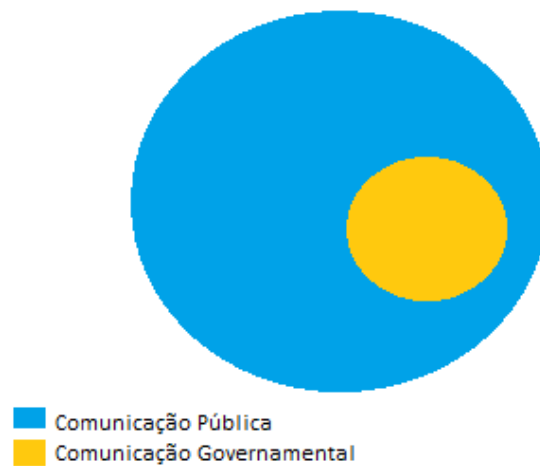


Figura 2 – Comunicação pública e governamental
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Nesse sentido, entende-se que os canais de comunicação do Iphan (portal na internet, e-mails, vídeos institucionais, páginas nas redes sociais, publicações impressas etc.) se enquadram em Comunicação Governamental e, conseqüentemente, também em Comunicação Pública.

Para Gil e Matos (2012, p. 141), “A vida política brasileira moderna institui-se a partir de uma Comunicação Governamental instrumentalizada” e foi a partir do governo de Getúlio Vargas que se estabeleceu uma comunicação do governo sofisticada, que “passou a refletir com técnicas elaboradas a supremacia de um Estado forte, ressaltando os grandes projetos da nação na época” (ibid., p. 142). Exemplo disso foi o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), criado em 1939:

O Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), diretamente ligado ao gabinete presidencial, aperfeiçoou os seus instrumentos de comunicação e persuasão, com foco em rádio, cinema (com o cinejornal e grande concentração de produção de filmetes), e em mídia impressa (com destaque para o boletim *O Brasil de Hoje e Amanhã*, “revigorado” com os discursos do presidente) (ibid, p. 145).

A Comunicação é conhecida como o quarto poder, e a Comunicação Governamental, certamente é uma ferramenta poderosa, sobretudo para a disseminação de valores nacionais, incluindo a legitimação de discursos sobre os Patrimônios Culturais do país. Uma mensagem ou informação emitida pelos canais de comunicação do governo carrega a credibilidade de uma informação oficial, isto é, transmite as políticas e decisões do governo.

Trazendo a discussão para o campo do Patrimônio, exemplo da disseminação de valores nacionais feita pelo Iphan, são os bens culturais reconhecidos como Patrimônio Cultural. No contexto da construção do Brasil como Estado-Nação, por exemplo, tendo certos bens culturais como representações da nacionalidade, a Comunicação Governamental favoreceu os trabalhos.

Como afirmam Azevedo e Andrade, “A partir deste momento [Estado Novo, 1937-1946] deveria existir uma política pública de Turismo e de patrimônio histórico e artístico, além de certo controle da imprensa e divulgação de imagens e mensagens que reforçavam a construção de uma identidade nacional” (AZEVEDO; ANDRADE, 2013, s/p). Houve, ainda, a exposição do Iphan nos meios de comunicação por meio de seu Diretor Geral, Rodrigo Melo Franco de Andrade, durante a duradoura gestão do dirigente, que antecedeu a criação do DIP e se estendeu até 1967.

O reconhecimento desses bens culturais, que inicialmente, da década de 1930 até os anos 1980, seguiu critérios mais restritos aos valores artísticos e históricos, resultando no tombamento de móveis, imóveis e sítios urbanos, hoje, tem como possibilidade o reconhecimento pelo Instituto de bens materiais e imateriais, segundo uma concepção ampliada e definida no Artigo 216 da Constituição Federal de 1988¹³.

Esses bens são, segundo o Artigo 216, portadores de referência à ação, à memória e à identidade de diferentes grupos da sociedade brasileira. Eles são, segundo as ideias do sociólogo Stuart Hall (2006), uma representação da cultura nacional. Esta representação e, portanto, a *narrativa de nação*, à medida em que é difundida e promovida pela mídia e pela Comunicação Governamental (como a Ascom do Iphan), tem o poder de contribuir para a produção de um discurso de identidade nacional.

1.1.2 As Assessorias, Relações Públicas e a Comunicação Social

Dentro da Comunicação Governamental, está a Assessoria de Comunicação Governamental. As assessorias de comunicação governamentais existem desde a década de 70 (mesmo período em que, nesta dissertação, considera-se ter surgido a primeira Ascom do Iphan) e “de modo geral, a concepção do trabalho de Comunicação nas assessorias

¹³ Embora, legalmente, este reconhecimento concretizou-se apenas anos depois, com a criação do Decreto nº 3.551, de 2000.

governamentais tem como foco principal o relacionamento com a mídia e não com o cidadão” (BRANDÃO, 2009, p. 08), como ocorre hoje no Iphan.

Em termos conceituais, são raras as definições na literatura brasileira sobre este ramo da Assessoria. Além da concepção de Elizabeth Brandão, pactua-se com o decálogo¹⁴ elaborado pelo jornalista Bernardo Kucinski e endossado pelo então Secretário de Imprensa do Planalto, Ricardo Kotscho, no Governo Lula em 2003. Esses devem ser os preceitos gerais de uma Assessoria de Comunicação Governamental:

- a) a informação é um bem público. Não é propriedade do governo;
- b) a informação é um direito, e não um favor;
- c) a informação é um requisito básico para o exercício de outros direitos, como o de escolher; de julgar; de optar e de participar;
- d) a informação deve ser clara, pronta e precisa;
- e) é proibido mentir ou tergiversar;
- f) responda no mérito e de modo objetivo às críticas da mídia;
- g) corrija de modo cortês os equívocos de informações da imprensa;
- h) se detectar calúnia, injúria ou difamação, atue com firmeza;
- i) não faça patrulhamento ideológico;
- j) trate com igualdade todos os jornalistas e todos os veículos.

Sendo o Iphan uma autarquia federal integrante da Administração Pública Indireta, parte do poder Executivo, parece apropriado definir a Ascom do Instituto como uma Assessoria de Comunicação Governamental. Vale dizer que em algumas situações, principalmente em pautas de destaque, como grandes eventos ou ações do Iphan, entra em cena outra Assessoria de Comunicação Governamental, a do Ministério da Cultura (em seguida a do Ministério da Cidadania e do Ministério do Turismo)¹⁵.

Sobre uma noção geral de **Assessoria de Comunicação**, Ana Wels (2004) a define como “[...] núcleos responsáveis por estabelecer e manter um canal permanente de comunicação entre a organização e os diferentes públicos com os quais se relaciona,

¹⁴ DECÁLOGO para bem informar. **Copyright Jornal do Brasil**, 22 jan. 2003. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/asp290120039.htm>. Acesso em 19 jun. 2019.

¹⁵ Quando ingressei no mestrado profissional, em agosto de 2017, momento em que esta pesquisa foi iniciada, o Iphan estava vinculado ao Ministério da Cultura. Em janeiro de 2019 passou para a estrutura do Ministério da Cidadania e em novembro de 2019 para o Ministério do Turismo.

desempenhando uma atividade de ponta” (p. 12-13). Os assessores devem mediar e facilitar a interlocução entre a organização e esses públicos.

Para isso, uma série de estratégias e ações são adotadas. Em cada caso, a Assessoria de Comunicação vai atuar de acordo com a realidade e demandas a empresa/cliente, visando sempre cuidar da imagem do seu assessorado. Exemplos de atividades comuns em assessorias, e algumas delas também desempenhadas pela Ascom do Iphan, são: produzir e divulgar notícias e informações sobre a organização; criar ações e peças promocionais; avaliar a imagem da instituição na mídia; atender demandas da imprensa; elaborar produtos de comunicação para a circulação interna.

A Ascom é um núcleo amplo e complexo, com atribuições e profissionais dotados de diferentes habilidades (relações públicas, publicidade e propaganda e jornalismo). Como explica Brandão (1998), o modelo adotado no Brasil dos setores de Comunicação do Executivo Federal segue o formato das Ascoms ligadas diretamente à autoridade máxima da instituição¹⁶.

Ana Wels levanta a questão sobre a difícil tarefa de delimitar as áreas de atuação de cada um dos profissionais de uma Assessoria. A autora aponta que a própria Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) faz o alerta:

[...] são freqüentes as confusões criadas pelos assessorados e até por profissionais da área de comunicação social — quais sejam, jornalistas, relações públicas e publicitários —, que não fazem distinção entre as atividades de uns e de outros. Isso só ocorre em duas circunstâncias: por desconhecimento das características de cada profissão ou por deliberada intenção de fazê-lo. [...] Uma adequada política de comunicação social permite não apenas a coordenação dos setores nela envolvidos (AI, RP, PP), mas elimina desperdícios e superposições, invasões e conflitos de competência, erradicando desgastes improdutivos (WELLS, 2004. p 12 apud FENAJ 1994, p. 10).

A **Assessoria de Imprensa (AI)**, uma das frentes de atuação das Assessorias de Comunicação, por outro lado, faz um trabalho mais específico, relacionado com a mídia. É composta, na maior parte das vezes, por jornalistas e, em alguns casos, também por profissionais de Relações Públicas. No artigo *Assessoria de Imprensa no Brasil*, Jorge Duarte (2011, p. 62) aponta que “A boa atuação de uma assessoria aumenta a visibilidade pública da organização, a qualidade de informação que circula na sociedade e pode trazer efeitos mercadológicos e políticos predeterminados”.

¹⁶ Desde meados de 2016, a Ascom do Iphan está ligada diretamente à presidência do Instituto, seguindo o modelo apontado pela autora como padrão nos órgãos governamentais brasileiros. Mas nem sempre foi assim, na gestão anterior (2012-2016), a Assessoria estava lotada no então Departamento de Articulação e Fomento (DAF), hoje Departamento de Cooperação e Fomento (DECOF).

Com o aumento do número de assessorias de imprensa, cresce também a oferta de informações para as redações, como esclarece Duarte. O autor exemplifica citando Mário Erbolato, para quem o relacionamento entre assessorias e jornalistas pode resultar na divulgação de conteúdos duvidosos para o público. Segundo Erbolato, sobretudo em cidades do interior, a publicidade, os anunciantes, ditam as regras dos veículos de comunicação e “o release [enviado pelas assessorias] vira moeda de troca e, publicado na íntegra, deixa o público mal informado, manipulado, acreditando só em acertos por parte dos governantes” (DUARTE, 2011, p. 09). Desse modo, percebe-se que, a veiculação do que passou a ser considerado como notícia, acabou por assumir, em certa medida, um viés de venda publicitária para atrair anunciantes.

Os jornalistas, tanto das assessorias como das redações, devem, sobretudo, informar. Para Jorge Pedro Sousa, além de informar, o jornalismo tem a função de vigiar, apesar de “ficar a sensação” de que os poderes de indivíduos ou instituições é que controlam os meios jornalísticos:

O jornalismo, na visão ocidental e democrática, existe para informar, comunicar utilmente, analisar, explicar, contextualizar, educar, formar, etc., mas também existe para tornar transparentes os poderes, para vigiar e controlar os poderes de indivíduos, instituições ou organizações, mesmo que se tratem de poderes legítimos, manifestados no sistema social. Este, como qualquer outro sistema, tem tendência a perpetuar-se. Por vezes, todavia, a ideia que fica é que a situação inversa é dominante, isto é, os poderes controlariam e influenciariam mais os meios jornalísticos do que o contrário (SOUSA, 2006, p. 267).

Já a área/profissionais de **Relações Públicas** (RP), também presente nas Assessorias de Comunicação, como esclarece Margarida Kunsch,

[...] têm como objetos as organizações e seus públicos, instâncias distintas mas que se relacionam dialeticamente. É com elas que a área trabalha, promovendo e administrando relacionamentos e, muitas vezes, mediando conflitos, valendo-se para tanto de estratégias e de programas de comunicação de acordo com diferentes situações reais do ambiente social (KUNSCH, 2009, p. 54).

Embora as definições de Assessoria de Comunicação e Relações Públicas adotadas aqui muito se aproximem, trata-se de coisas diferentes. Como aponta França (2003), há dificuldades em torno do conceito de Relações Públicas e inclusive, quem a eleve ao nível de ciência.

Segundo Wels (2004, p. 05), no Brasil, as Relações Públicas são o embrião das assessorias de comunicação e “têm seu primeiro marco registrado em 30 de janeiro de 1914, quando é criado o Departamento de Relações Públicas da *The San Paulo Tramway Light and*

Power Company Limited (Companhia de Eletricidade de São Paulo)”. Foi nesta empresa canadense com sede no Brasil que o engenheiro Eduardo Pinheiro Lobo ficou responsável por “cuidar das relações da companhia com os seus usuários e dos contatos com autoridades municipais e estaduais” (WELS, 2004, p. 05 apud PINHO, 1990, p. 26).

Neste estudo, optou-se por utilizar o conceito acima, de Margarida Kunsch. Entende-se as Relações Públicas como um segmento da Comunicação, que é parte de uma Ascom, mas também pode existir fora dela (um profissional autônomo, por exemplo, pode contratar os serviços de um Relações Públicas sem precisar de uma estrutura de uma Assessoria de Comunicação). Em uma Assessoria de Comunicação, por outro lado, se pressupõe as Relações Públicas como uma de suas áreas (WELS, 2004; BRANDÃO, 1998).

A opinião pública é a principal preocupação e objeto de análise dos profissionais de Relações Públicas. Eles, diferente dos jornalistas, empenham-se em estabelecer relacionamentos não com a imprensa (ou não só com ela), mas com parceiros, clientes, e demais públicos estratégicos que a organização pretende manter laços. “Tratam das festas, solenidades, recepções, viagens dos dirigentes, redação e distribuição de cartões, cartas e convites e, principalmente, do Cerimonial Público, que são as regras de etiqueta das festas oficiais da República (BRANDÃO, 1998, p. 14)”.

Por fim, outro ofício comum nas Assessorias de Comunicação é o da **Publicidade e Propaganda**. Como explica Márcio Carbaca Gonzalez, no livro *Publicidade e Propaganda* (2009), propagandas são ações ideológicas que tendem a influenciar as pessoas, como objetivo político, cívico ou religioso. É o ato de propagar ideias, princípios e teorias sem a finalidade comercial. Já a Publicidade tem como objetivo seduzir, persuadir o público sobre algum assunto e é uma técnica comercial de comunicação de massa. Uma das principais diferenças entre as duas é que a primeira tem caráter ideológico, enquanto a segunda, comercial.

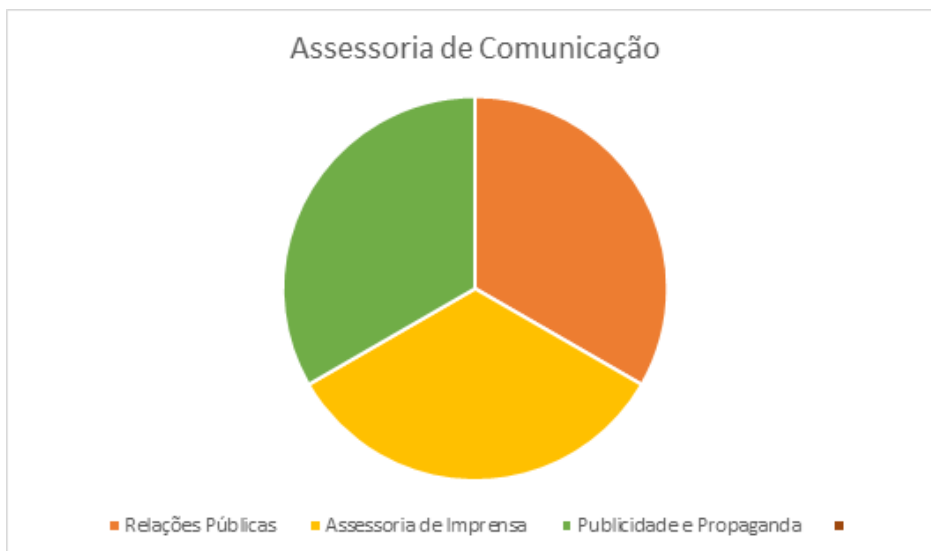


Figura 3 - Assessoria de Comunicação
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Parte importante do trabalho das Assessorias, sobretudo da Assessoria de Imprensa, é emplacar pautas na mídia, nos meios de comunicação de massa ou meios de comunicação social. Os meios de comunicação social são canais de comunicação que transmitem informações a um grande número de pessoas. A parte da comunicação que estuda esses meios e seus fenômenos é a **Comunicação Social**, que engloba jornalismo, publicidade e propaganda, relações públicas, marketing, dentre outros:

A comunicação social, no sentido de comunicação orientada para um público massivo, mas heterogêneo, está, normalmente, relacionada com o jornalismo, a indústria de entretenimento (audiovisual, livros, discos...), a publicidade e a propaganda, mas outras actividades de comunicação em sociedade, como as relações públicas e a comunicação de marketing, também podem promover acções que devem integrar-se na categoria "comunicação social", embora isto nem sempre aconteça. Consequentemente, a categoria "comunicação social" não deve aplicar-se, indistintamente, a toda a actividade, ou estratégia, de comunicação em sociedade, mas apenas aos fenómenos que implicam que uma mensagem é enviada, simultaneamente, para um grande e heterogêneo número de receptores, o que implica o recurso a um meio de difusão dessa mensagem. O meio difusor pode, ou não, permitir a interacção do receptor com a mensagem. A televisão tradicional, a rádio tradicional, os jornais e as revistas, limitam bastante a interacção e o feedback. A Internet e a televisão interactiva potenciam-nos, em maior ou menor grau. Aliás, o processo de comunicação social é bastante complexo (SOUSA, 2006, p. 55).

O autor esclarece que a Comunicação Social é sempre mediada, ou seja, há um dispositivo técnico no processo de transmissão da informação (um livro, uma TV, um rádio), diferente de uma conversa face-a-face, por exemplo, em que os interlocutores estão em uma comunicação direta. A mediação via dispositivos técnicos tem inúmeras vantagens, como o grande alcance de público. No entanto, garantir a interatividade passa a ser um desafio maior

para os emissores da mensagem, o que hoje tem sido uma das preocupações de muitos veículos de comunicação.

Sousa diz que interatividade e *feedback* são conceitos irmãos. A primeira está relacionada com a interação entre os comunicadores ou com a relação entre um indivíduo e um determinado meio de comunicação. O *feedback*, por sua vez, pressupõe interatividade e é a resposta do receptor ao emissor (SOUSA, 2006, p. 35). Ambos são indispensáveis para o trabalho de um comunicador, em particular de um assessor de comunicação. São a interatividade e o *feedback* que tornam o processo comunicativo perfeitamente circular e fluido. É por meio deles que o emissor tem a chance de interpretar como, em qual sentido, a mensagem foi recebida e compreendida. Quando não há interação ou *feedback*, pode-se dizer que não houve eficácia na ação/processo comunicativo.

No caso do Iphan, a Comunicação Social tanto é exercida pelo Instituto como é uma parceira, por meio da mídia. É exercida pelos canais de comunicação da instituição que atingem grande número de pessoas, como por exemplo, o portal do Iphan na internet. E é parceira quando é realizada pelos veículos de comunicação que divulgam notícias sobre o Iphan e sobre o Patrimônio Cultural Brasileiro.

Em ambos o *feedback* é escasso, o que impossibilita, ou pelo menos dificulta, a mensuração da eficácia no recebimento da mensagem. No portal, por exemplo, é possível saber quantos acessos cada página tem, mas isso não diz muito sobre a real afetação do internauta com o conteúdo publicado. Por outro lado, nas redes sociais a interação é maior, graças ao próprio formato deste meio de comunicação, que instiga seus usuários a reagirem às mensagens.

Já a reação dos receptores (*feedback*) ao o que é divulgado pela mídia, é ainda menos compreendida pelos comunicadores do Iphan. Sabe-se apenas - e ainda com ressalvas - o número de notícias divulgadas sobre determinado assunto relacionado ao Instituto e dados sobre essas notícias (qual veículo, de qual cidade, qual o teor da matéria, etc), mas não como os leitores reagiram à informação. Quanto às ressalvas, se dão pelo fato de que o processo de *clippagem*¹⁷ é feito manualmente, com filtros pré-estabelecidos, o que não garante que 100% das notícias sobre o Iphan são captadas, somado ao fato de que existem vários jornais

¹⁷ O *clipping* (ou *clippagem*) é uma prática comum nas assessorias e agências de comunicação. É o acompanhamento e registro de todas as matérias divulgadas em veículos de comunicação a respeito de uma determinada organização, produto ou pessoa. No Brasil, há indícios de que a atividade de *clippagem* surgiu no início do século XX, como aponta Jorge Duarte: “Na primeira década do século XX, Santos Dumont inovou ao contratar serviços de *clipping* para saber o que a imprensa europeia dele falava. Provavelmente foi o primeiro brasileiro a ter esse serviço” (DUARTE, 2011, p. 55).

impressos que o Iphan não assina e as notícias divulgadas apenas em meios analógicos, como rádio e TV, também não são interceptadas.

1.1.3 Comunicação Organizacional, Comunicação externa e interna

Há outro conceito fundamental para pensar o funcionamento da Ascom do Iphan, embora na prática o Instituto não o utilize, pelo menos não de forma sistemática. Trata-se da ideia de Comunicação Organizacional.

Como observa Kunsch (2008), as práticas de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas têm uma relação próxima, apesar de cada uma ser uma fase de um sistema comunicacional. A autora explica que pensar a comunicação das organizações é uma tarefa complexa, que implica também no oposto, em pensar as organizações como comunicação:

[...] trata-se de trabalhar a comunicação não de um ponto de vista meramente linear, mas de considerar, sobretudo, um processo relacional entre indivíduos, departamentos, unidades e organizações. Se analisarmos profundamente esse aspecto relacional da comunicação do dia-a-dia nas organizações, interna e externamente, perceberemos que elas sofrem interferências e condicionamentos variados, dentro de uma complexidade difícil até de ser diagnosticada, dados o volume e os diferentes tipos de comunicações existentes, que atuam em distintos contextos sociais (KUNSCH, 2008, p. 178).

Alguns estudiosos dividem a Comunicação Organizacional em dois eixos: a Comunicação Interna e a Comunicação Externa. Vou chamar a atenção para estes conceitos, sobretudo para o de Comunicação Interna, pois de acordo com as análises feitas nesta pesquisa, é um dos principais problemas de comunicação do Iphan: a falta ou os ruídos na comunicação interna.

A Comunicação interna corresponde aos fluxos de comunicação nas relações horizontais ou verticais da organização. Um dos principais objetivos dos profissionais que atuam neste segmento é facilitar essas relações e as colaborações dentro da empresa/organização (VIGNERON, 2000), embora a responsabilidade de uma boa convivência e fluidez das relações humanas seja de cada um. Nas palavras de Sousa (2006, p. 48) “Uma organização não é um sistema isolado. Tem de comunicar com o exterior para sobreviver. Mas a sobrevivência da organização também depende da capacidade que ela demonstre de pôr as pessoas a comunicar eficientemente dentro dela própria”.

A Comunicação externa é aquela que se dirige, como o próprio nome diz, ao público externo da instituição. Abrange clientes, parceiros, fornecedores, a imprensa (jornais, TVs, agências de notícias, portais na internet etc) e, conseqüentemente, os públicos consumidores desses meios de comunicação.

Como coloca Sousa, as especificidades de cada organização resultam em um sistema de comunicação organizacional também específico. No Iphan, o fato do Instituto estar ramificado pelos 26 estados mais o Distrito Federal, faz com que a configuração dos fluxos de comunicação levem em conta esta realidade, mesmo com a equipe de comunicação centralizada na sede, em Brasília. Neste caso, a solução adotada foi ter pontos focais em cada superintendência, unidade especial e escritórios técnicos do Instituto. São colaboradores que fornecem informações, aprovam textos a serem divulgados, concedem entrevistas para a imprensa e procuram a Ascom quando eles precisam de algum tipo de suporte ou tarefas no âmbito da comunicação e promoção das ações do Iphan.

1.1.4 Informar, promover e difundir

Fora de contexto ou mal empregados, os conceitos de “informar”, “promover” e “difundir” podem ser facilmente confundidos uns com os outros, mas na verdade eles têm significados e objetivos diferentes. Os três são funções da comunicação, mas cada um exige um tipo de ação e está relacionado com uma ou mais áreas específicas, como o marketing e o jornalismo.

Quando informamos, o objetivo principal é fornecer informação com base nos fatos. A informação é a matéria-prima dos profissionais de comunicação, principalmente dos jornalistas. Para Jorge Pedro Sousa, quando as pessoas têm acesso à informação elas podem exercer a cidadania e intervir na sociedade:

Os meios jornalísticos actuam, sobretudo, através do acto de informar os cidadãos, no pressuposto de que estes são actores responsáveis num sistema social de que fazem parte e sobre o qual devem intervir. Informar jornalisticamente será, assim, em síntese, permitir que os cidadãos possam agir responsabilmente (SOUSA, 2006, p. 267).

A promoção, por sua vez, atividade inerente ao marketing, refere-se “à comunicação com o propósito de fazer conhecer e efetivar o uso ou adoção de um produto, ideia,

comportamento ou serviço” (AMARAL, 2008, p. 34). A autora defende que os principais objetivos da promoção são bem abrangentes, quais sejam: (a) tornar a organização e seus produtos e serviços conhecidos pelos usuários potenciais; (b) tornar o ambiente da organização e seus produtos e serviços atraentes para os usuários potenciais; (c) mostrar aos usuários reais como usar os produtos e os serviços; (d) evidenciar os benefícios dos produtos e serviços oferecido e (e) manter os usuários reais, constantemente, bem informados sobre a atuação da organização, seus produtos e serviços (ibid, p. 35).

Difundir está ligado à Comunicação Social, a comunicação realizada para um grande número de pessoas. “Os meios de difusão, de comunicação social, ou *mass media* são os meios que permitem a difusão de uma mesma mensagem a uma audiência vasta e heterogênea” (SOUSA, 2006, p. 81).

Como coloca o autor, com os avanços nos processos de transmissão da informação, surgem novas formas de propagar, isto é, difundir, conteúdo. Atualmente, uma das estratégias adotadas pelos meios de comunicação é utilizar diferentes dispositivos e formatos para difundir um mesmo assunto. É o que conhecemos por conteúdo multimídia.

1.2 AS TEORIAS DO *GATEKEEPER* E DO *AGENDA SETTING*

A Assessoria de Comunicação do Iphan foi analisada neste estudo pelo viés da Teoria do *Gatekeeper* e da Teoria do *Agenda Setting*. As duas foram escolhidas, pois permitem explicar processos de construção de determinadas narrativas patrimoniais e de divulgação das notícias pelo Iphan e pela mídia. A comunicação do Iphan, em muitos aspectos se assemelha aos procedimentos das empresas privadas de jornalismo, quando analisada a partir do uso dessas teorias, trabalhando para pautar matérias e temas de seu interesse e estabelecendo mecanismos de controle das informações a serem veiculadas nas suas próprias redes de comunicação e na mídia em geral.

A Teoria do *Agenda Setting*, de Maxwell McCombs e Donald Shaw, é um tipo de efeito social da mídia, que coloca na agenda do público os temas que serão discutidos no dia-a-dia. Segundo esta hipótese, que alavancou no início da década de 1970 nos Estados Unidos, a mídia pode pautar o que as pessoas vão falar, qual assunto terá a atenção do público. Para a Teoria do Agendamento, a mídia ajuda a estruturar no público a imagem de realidade social, a formar opiniões e crenças (CASTRO, 2013).

Exemplos que comumente aparecem para ilustrar essa hipótese são os casamentos da família real britânica, copa do mundo de futebol e eleições presidenciais. Esses assuntos, segundo a Teoria do Agendamento, geram o interesse do público devido à insistente divulgação da mídia sobre eles. Nessas pautas, a imprensa, quase que *full time* aborda esses assuntos em todos os tipos de veículos e linguagens (propaganda na TV; conteúdo informativo no rádio; memes nas redes sociais etc). As possibilidades parecem não se esgotar.

A mídia nos diz sobre o que falar e pauta nossos relacionamentos. (Pena, 2010). As pessoas, ainda de acordo com a Agenda Setting, têm tendência para incluir ou excluir de seus próprios conhecimentos aquilo que a mídia inclui ou exclui do seu próprio conteúdo. A mídia ajuda a estruturar no público a imagem da realidade social, a organizar novos elementos dessa mesma imagem, a formar opiniões e crenças novas (CASTRO, 2013, p. 06).

Um exemplo de tentativa de agendamento, no caso do Iphan, aconteceu em maio de 2018, quando a cidade de Pelotas, no Rio Grande do Sul, teve dois bens reconhecidos como Patrimônio Cultural, as Tradições Doceiras (bem imaterial) e o Conjunto Histórico (bem material). Dias antes da decisão do Conselho Consultivo do Patrimônio Cultural¹⁸, a Ascom trabalhou juntamente com veículos de comunicação do Rio Grande do Sul para divulgar a possível conquista do estado. Além de diversos veículos menores, o maior grupo de comunicação da região, o grupo RBS¹⁹, noticiou o caso em vários meios de comunicação (jornal impresso, jornal *online*, TV, rádio), que entrevistaram pessoas diretamente envolvidas com esses bens culturais e levaram o assunto para os moradores da região, gerando expectativa na população de que dois bens locais se tornariam Patrimônio Cultural Brasileiro. No entanto, na esfera nacional, a repercussão foi menos expressiva. Neste caso, portanto, pode-se dizer que houve um agendamento apenas local e regional.

¹⁸ O Conselho Consultivo do Patrimônio Cultural é o órgão colegiado de decisão máxima do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional para as questões relativas ao patrimônio brasileiro material e imaterial. Composto por 22 conselheiros, é responsável pelo exame, apreciação e decisões relacionadas à proteção do Patrimônio Cultural Brasileiro, tais como o tombamento de bens culturais de natureza material, o registro de bens culturais imateriais, à chancela da paisagem cultural e a autorização para a saída temporária do País de obras de arte ou bens culturais protegidos, na forma da legislação em vigor, além de opinar sobre outras questões relevantes. BRASIL. Ministério do Turismo. Instituto do Patrimônio Histórico e artístico Nacional (IPHAN). **Conselho Consultivo do Patrimônio Cultural**. 2014. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/videos/detalhes/242>. Acesso em: 22 nov. 2019.

¹⁹ O grupo RBS possui como suas subsidiárias 12 emissoras de TV aberta afiliadas à Rede Globo (RBS TV), 16 emissoras de rádio, incluindo a Rádio Gaúcha, Rádio Atlântida, Rádio Farroupilha, CBN Porto Alegre e Rádio Rural, 3 jornais: (Zero Hora, Diário Gaúcho e Pioneiro).

Já nos estudos do *gatekeeping*, o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas, em que o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, “portões” – áreas de decisão em relação às quais o jornalista tem que decidir o que vai ser publicado como notícia ou não. Esta teoria surgiu em 1950, também nos Estados Unidos, e seu precursor é David Manning White, que criou a teoria a partir da observação do trabalho de um jornalista experiente, responsável pela seleção das notícias:

White concluiu que este jornalista gatekeeper, porteiro, tinha justamente o poder pessoal de decidir o que seria ou não notícia, ou seja, o que seria ou não publicado. Ele usaria, para essas escolhas, seus próprios juízos de valor, seu conjunto de experiências, atitudes e expectativas (Traquina, 2005). Para ser divulgada, a informação candidata a notícia teria que passar pelos filtros subjetivos e arbitrários do gatekeeper, pelo poder individual do jornalista (CASTRO, 2013, p. 05).

As possibilidades de *gates* ou portões são muitas e podem variar em cada caso. Adaptando a teoria para as Assessorias de Comunicação, em regra geral, quanto mais polêmico o assunto, mais portões ele vai precisar passar até ser divulgado. Apesar da teoria ser aplicada aos jornalistas, na análise feita da Ascom do Iphan, observou-se que diferentes atores atuam como “portões”, como selecionadores das pautas, do que será ou não divulgado: o chefe da área, o diretor, a diretoria da instituição, o editor da Ascom, o superintendente etc. Pode-se aplicar a mesma lógica nos veículos de comunicação. Quando a pauta chega na redação, os *gates* (o repórter, o produtor, o editor) vão definir se ela será divulgada ou não e como, qual o enfoque, a notícia terá.

No Iphan, pode-se aplicar a Teoria do *Gatekeeper* na relação entre a Ascom e os superintendentes, por exemplo. Por orientação da presidência do Instituto, os superintendentes devem repassar informações das ações realizadas nos estados e no interior para que a Ascom faça a divulgação. Acontece que, nem todas as ações que o Iphan realiza são comunicadas para a Assessoria. Há uma *seleção* por parte dos superintendentes. Nesse sentido, eles agem como *gatekeepers*, como guardiões da informação.

“A principal fonte de expectativas, orientações e valores profissionais não é o público, mas o grupo de referência constituído pelos colegas ou pelos superiores” (WOLF, 1999, p. 182). Wolf explica que no processo de seleção das notícias dos *gatekeepers*, as referências inerentes ao ambiente de trabalho predominam sobre as do público. O autor utiliza Breed (1993) para expor os motivos que suscitam a conformidade do *gatekeeper* à orientação do jornal:

a. a autoridade institucional e as sanções; b. os sentimentos de dever e estima para com os superiores; c. as aspirações à mobilidade profissional; d. a ausência de fidelidades de grupo contrapostas; e. o carácter agradável do trabalho; f. o facto de a notícia se ter transformado em valor (ibid).

1.3 TRANSFORMAÇÕES NA COMUNICAÇÃO NA ÁREA PÚBLICA DESDE A REDEMOCRATIZAÇÃO

Como mencionado, a redemocratização do Brasil na década de 1980, foi um dos fatores que contribuíram para que pesquisas sobre Comunicação Pública começassem no país. Ainda, a Constituição Federal de 1988, conhecida como Constituição Cidadã, determinava a liberdade de expressão e a liberdade de imprensa, o que foi mais um estímulo para os primeiros estudos sobre o tema.

A mídia exerce uma função estratégica na construção da identidade cultural brasileira. Ter uma legislação clara e inclusiva sobre a comunicação, não só é necessário para garantir a cidadania, como também, a representatividade dos diferentes povos e grupos sociais. A representatividade no cenário midiático, além de difundir valores e quebrar tabus, assegura uma comunicação diversa, em que mais pessoas podem exercer a liberdade de expressão.

A Constituição de 1988 é um marco importante para a história da Comunicação Pública no Brasil. É ela que estabelece a regra de que todo o sistema de radiodifusão seja objeto de concessão. De acordo com a concessão, todas as emissoras de rádio e televisão, públicas ou privadas, obrigatoriamente devem prestar serviço público, mesmo que apenas em uma parte de sua programação. As emissoras deveriam ter, também, finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas. Porém, não é o que acontece nos veículos de comunicação (ou quando acontece, essas programações são transmitidas em horários de baixa audiência), administrados por empresas que adotam uma visão mercadológica.

Além disso, para evitar o mau uso dos meios e estabelecer regras sobre a Comunicação Social no Brasil, a Constituição traz uma série de determinações sobre a propriedade e as responsabilidades editoriais das empresas de Comunicação, conforme os Artigos 221 e 222. O mau uso dos meios de comunicação pode trazer consequências drásticas, como nos clássicos exemplos do que ocorreu nos regimes ditatoriais na Europa na primeira metade do século XX. Na Alemanha nazista, a manipulação e veiculação

intensiva na imprensa dos interesses e das ações alemãs na guerra levou a população a apoiar fortemente o regime.

Conforme os Artigos:

Artigo 221, a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

- I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;
- II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;
- III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;
- IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Art. 222. A propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, ou de pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sede no País.

§ 1º Em qualquer caso, pelo menos setenta por cento do capital total e do capital votante das empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora e de sons e imagens deverá pertencer, direta ou indiretamente, a brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, que exercerão obrigatoriamente a gestão das atividades e estabelecerão o conteúdo da programação.

§ 2º A responsabilidade editorial e as atividades de seleção e direção da programação veiculada são privativas de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, em qualquer meio de comunicação social.

§ 3º Os meios de comunicação social eletrônica, independentemente da tecnologia utilizada para a prestação do serviço, deverão observar os princípios enunciados no art. 221, na forma de lei específica, que também garantirá a prioridade de profissionais brasileiros na execução de produções nacionais.

§ 4º Lei disciplinará a participação de capital estrangeiro nas empresas de que trata o § 1º.

§ 5º As alterações de controle societário das empresas de que trata o § 1º serão comunicadas ao Congresso Nacional (BRASIL, 1988).

A Constituição trouxe avanços para a democratização da comunicação, mas para Cardoso (2016) e Brandão (2009), na área pública/comunicação governamental esse avanço foi pouco e somente “ganha status de informação para a cidadania” a partir do Governo Lula²⁰ (2003-2011).

O ex Presidente Lula se elegeu pelo Partido dos Trabalhadores, um partido de base populista que já trazia consigo propostas de democratização da comunicação. “deve-se reconhecer que pela primeira vez depois da era militar tratou-se da comunicação governamental com uma preocupação que pretendia ir além da propaganda e do marketing político e resgatou se a noção do civismo, desgastada no tempo da ditadura militar (CARDOSO, 2016, p. 27 apud BRANDÃO, 2012, p. 12).

²⁰ Como já mencionado, foi durante o Governo Lula que, em 2003, foram estabelecidos estabeleceu-se os preceitos gerais de uma Assessoria de Comunicação Governamental.

Isso reflete na criação de outro dispositivo importante na evolução da Comunicação Pública no Brasil, a Lei 12.527, Lei de Acesso à Informação (LAI), de 2011. Todos os órgãos públicos e demais entidades, controladas direta ou indiretamente pelas instâncias governamentais (União, estados e municípios), estão subordinados a essa lei. Dentre as determinações da LAI, o Estado deve garantir o direito de acesso à informação e a publicidade deve ser o preceito geral e o sigilo a exceção.

A criação da LAI representa um fortalecimento na legislação brasileira no âmbito da comunicação. Promulgada em um contexto em que o uso das novas tecnologias de comunicação já era intenso e crescia cada vez mais, ela garante os primeiros direitos do cidadão no que diz respeito à comunicação pública/governamental em uma era digital.

Exemplo dessa evolução da Comunicação Pública (e governamental), é que hoje, segundo esta lei, as entidades e os órgãos públicos são obrigados a divulgarem informações de transparência ativa, (ou seja, informações de interesse geral) na internet. Os sites oficiais devem seguir alguns requisitos, dentre eles os que estão previstos no § 3, do artigo 8:

I - conter ferramenta de pesquisa de conteúdo que permita o acesso à informação de forma objetiva, transparente, clara e em linguagem de fácil compreensão;

II - possibilitar a gravação de relatórios em diversos formatos eletrônicos, inclusive abertos e não proprietários, tais como planilhas e texto, de modo a facilitar a análise das informações;

III - possibilitar o acesso automatizado por sistemas externos em formatos abertos, estruturados e legíveis por máquina;

IV - divulgar em detalhes os formatos utilizados para estruturação da informação; V - garantir a autenticidade e a integridade das informações disponíveis para acesso;

VI - manter atualizadas as informações disponíveis para acesso;

VII - indicar local e instruções que permitam ao interessado comunicar-se, por via eletrônica ou telefônica, com o órgão ou entidade detentora do sítio; e

VIII - adotar as medidas necessárias para garantir a acessibilidade de conteúdo para pessoas com deficiência, nos termos do art. 17 da Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000, e do art. 9º da Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, aprovada pelo Decreto Legislativo nº 186, de 9 de julho de 2008 (BRASIL, 2011).

Como explica Brandão, a consciência da cidadania, que tem se intensificado graças à instituição de bases democráticas mais sólidas, se reflete em várias dimensões da vida privada, mas, principalmente, na exigência de maior transparência também na dimensão pública. É neste contexto que “a Comunicação Pública emerge como fator estratégico para a

plena vivência da democracia no país e como espaço privilegiado de negociação entre a sociedade e o Estado” (BRANDÃO, 1998, p. 02).

No Iphan, existe o Fale Conosco, um espaço no portal do Instituto na internet para que os usuários façam sugestões, denúncias, reclamações, elogios ou solicitem informações. Apesar de ser um canal de comunicação do Instituto, quem responde por ele não é a Ascom, mas o gabinete da presidência. Atualmente há uma funcionária responsável por responder todas as demandas que chegam dos cidadãos ou direcioná-las aos setores responsáveis pelos respectivos assuntos.

Tanto as empresas privadas como as instituições públicas estão mais atentas às reivindicações dos cidadãos e:

O empresariado descobriu que o respeito à cidadania, a responsabilidade social, a prestação de contas à sociedade, a transparência nas suas atividades, ou seja, atividades consideradas politicamente corretas, vendem mais que apenas propaganda (BRANDÃO, 2009, p. 9).

Para que isso ocorra de maneira eficaz, é imprescindível, como argumenta Margarida Kunsch (2012), que o trabalho de Comunicação Pública no contexto da Comunicação Organizacional seja integrado das diversas áreas da Comunicação. Segundo a autora, que concorda com Torquato (2002), isso já pode ser observado na administração pública, ainda que timidamente.

As estruturas de comunicação na administração pública federal hão de se reorganizar em função da evolução dos conceitos e das novas demandas sociais. Os profissionais precisam ser especialistas nas respectivas áreas e setores, devendo, mesmo assim, ter noção completa de todas as atividades e programas. Os modelos burocráticos de gestão estão ultrapassados. O dinamismo, a mobilidade, a agilidade, a disposição são valores que deverão balizar as estruturas (TORQUATO, 2002, p. 121).

Apesar de termos evoluído desde o surgimento das primeiras práticas consideradas Comunicação Pública no país²¹, estamos longe de alcançar uma Comunicação Pública democrática de fato.

O movimento pelo fortalecimento e expansão de uma comunicação pública autônoma, que privilegie a participação da sociedade e a independência de governos e mercado, encontra-se hoje em uma encruzilhada. Com a crise econômica e uma nova ascensão do neoliberalismo, as diversas iniciativas de

²¹ Segundo Matos, “Uma análise do uso da expressão ‘Comunicação Pública’ desde o início do século XX mostra que o conceito esteve relacionado com a comunicação estatal e a implantação da radiodifusão, e, mais tarde, da televisão pública” (MATOS, 2006, p. 62).

comunicação pública sofrem diretamente o dilema político brasileiro (PASSOS, 2018, p. 46).

Isso se agrava, como aponta Passos (2018), com a falta de uma regulamentação completa do Artigo 223²² da Constituição, pois não está claro para a sociedade qual a função de cada sistema de comunicação (privado, estatal e público). Para piorar a situação, “a distância entre os recursos repassados em publicidade para os veículos privados e o investimento nas mídias públicas/estatais, mostram a dificuldade de avançar no fortalecimento de um sistema público” (Ibid, p. 47).

Outro obstáculo, diz respeito às dificuldades enfrentadas pelas iniciativas de comunicação não comercial, sobretudo de rádio e TV:

[...] diversas experiências pelo país sofrem com a falta de autonomia que garanta sua relevância social e também com a falta de compromisso por parte de governos e gestores no que diz respeito à participação direta da sociedade na própria gestão do sistema (ibid, p. 37).

A Comunicação do Iphan acompanhou a evolução da Comunicação na área pública no Brasil. Além seguir as determinações da Lei de Acesso à Informação e do Fale Conosco, que é um canal direto entre cidadãos e a instituição, a Ascom do Iphan tem trabalhado cada vez mais para que haja a circulação de assuntos de interesse público no âmbito da preservação do Patrimônio Cultural, seja na imprensa ou nos canais de comunicação do órgão. A Ascom tem buscado, ainda, com mais frequência, promover ações que incluam a participação da sociedade civil, sobretudo nas redes sociais. Porém, o Instituto também enfrenta desafios, como a falta de uma política de comunicação, que torna frágeis a estrutura e os processos de comunicação.

²² Art. 223. Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal.

2 CONSTRUINDO NARRATIVAS PATRIMONIAIS

Este capítulo busca construir uma história da trajetória da Comunicação no Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional desde 1937, ano em que o Instituto foi criado, com o objetivo de reconhecer ações e estratégias de comunicação, seus sentidos, especificidades e sua continuidade. Essa história da Comunicação do Iphan foi pautada, sobretudo, a partir de perspectivas de profissionais que atuaram nesse setor da repartição. Como defendem o sociólogo Boaventura de Sousa Santos e a antropóloga Maria Paula de Meneses, “Não há, pois, conhecimento sem práticas e atores sociais. E como umas e outros não existem senão no interior das relações sociais, diferentes tipos de relações sociais podem dar origem a diferentes epistemologias” (SANTOS; MENESES, 2010, p. 15).

Devido ao objeto de estudo ser a Assessoria de Comunicação - que se considera ter surgido em 1979 - priorizou-se analisar os últimos 40 anos. Entretanto, será apresentado um panorama do período pré-assessoria (1937-1979) para apontar como era a Comunicação do Iphan.

2.1 HISTÓRICO DA COMUNICAÇÃO NA PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL BRASILEIRO

Ao longo da trajetória da construção e transformação dos discursos patrimoniais no Brasil, tarefa desempenhada há mais de oito décadas pelo Iphan, a Comunicação vem sendo utilizada como uma importante ferramenta de construção de discursos patrimoniais e difusão de valores. Buscando reconhecer, proteger e fomentar uma suposta “cultura nacional”, o trabalho que o Iphan desempenha contribui para edificar no imaginário social o que chamaremos aqui de *narrativa da nação*.

Uma cultura nacional, de acordo com Stuart Hall, funciona como “um sistema de representação” (HALL, 2006, p. 50). O autor aponta que a nação “não é apenas uma entidade política, mas algo que produz sentidos — um sistema de representação cultural” (ibid, p. 49).

Parte desse sistema de representação cultural, ou seja, da ideia de nação, são os bens culturais reconhecidos no âmbito federal como Patrimônio Cultural do país. Sendo o Iphan a instituição responsável por atribuir este título, - mais do que isso, zelar e promover os

patrimônios culturais brasileiros - conclui-se que ele é também protagonista na construção e disseminação de valores, que somados a outras construções sociopolíticas e culturais, corroboram para a concepção de uma narrativa de nação. Para Graça Mendes, a comunicação tem um papel fundamental neste processo:

Quando você preserva um bem, não estou falando só de um bem que foi restaurado, um bem em geral - uma dança, um modo de fazer, imaterial ou material - uma das ações para preservação é divulgar esse bem, até para ele se manter conservado, digamos assim, e para ele ter um uso digno. Eu acho que a comunicação é fundamental porque senão qual o acesso que a população vai ter ali? Se ela não souber que aquele bem existe, que está funcionando, que aquela manifestação cultural é importante. Quem faz esse papel aí [...] tirar o patrimônio cultural da sombra, é a área de comunicação. É ela que põe esse patrimônio pra frente, para luz, que ele seja divulgado, que seja conhecido. (MENDES; CRUZ, 2018, p.133), (Ver apêndice B).

2.2 PRÉ-ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO (1937-1979)

2.2.1 Com a palavra: Doutor Rodrigo e Dona Judith

Embora o principal período de análise desta dissertação seja a partir de 1979, a ação inicial do Iphan mostra a importância da Comunicação desde o início das práticas de preservação. Além das habilidades de Rodrigo Melo Franco de Andrade como escritor, jornalista, intelectual e de sua personalidade afável, conforme registrado na literatura, sua ação na construção de uma identidade para a nação, em acordo com os ideais nacionalistas do governo, favorecia sua exposição e a de seus colaboradores nos meios de comunicação para a veiculação dos valores de patrimônio.

A Revista do Patrimônio é o primeiro exemplo de como o Iphan tem utilizado meios e estratégias de comunicação no desempenho de sua missão e para construir valores de patrimônio. A Revista surge com o propósito de colaborar com uma das missões iniciais do Instituto nas décadas de 1930 e 1940: inserir o Brasil no contexto internacional como uma nação civilizada e dotada de bens culturais. A publicação, escrita colaborativamente por intelectuais como Lucio Costa, Heloisa Alberto Torres, Gilberto Freyre, Noronha Santos e Mário de Andrade, trazia artigos que discorriam sobre conceitos e práticas de preservação cultural. O renomado arquiteto e urbanista Lucio Costa, por exemplo, idealizador do projeto

do Plano Piloto de Brasília e colaborador do Iphan desde o início, teve um papel importante, escrevendo artigos sobre a arte barroca e a arquitetura moderna.

A Revista do Patrimônio, juntamente com outras publicações do Iphan, auxiliou na construção de uma imagem do Brasil como nação moderna e civilizada, que ao mesmo tempo tinha suas especificidades (CHUVA, 2003, p. 321), como aponta o site oficial do Iphan:

Rodrigo Melo Franco de Andrade, então presidente (*sic*) do Iphan, apresentou a Revista do Patrimônio, em sua primeira edição, como um veículo destinado, não à propaganda da Instituição, mas a “divulgar o conhecimento dos valores de arte e de história que o Brasil possui e contribuir empenhadamente para o seu estudo”. Segundo ele, a Revista vinha atender uma necessidade de ação sistemática e contínua em prol desses conhecimentos, mesmo que sem pretensões de estampar trabalhos definitivos ou completos (BRASIL, 2017).

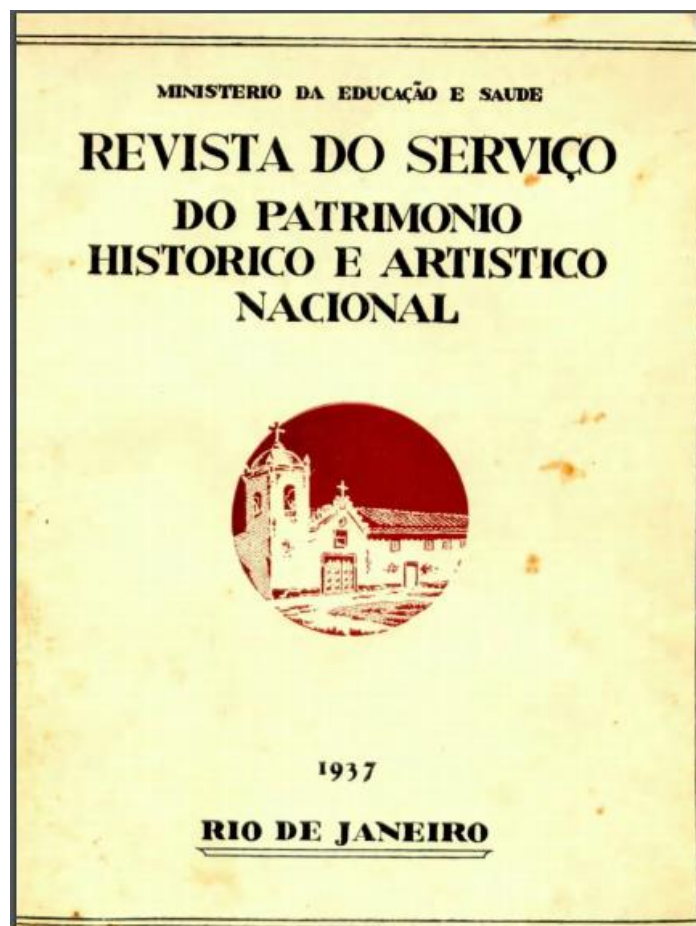


Figura 4 - Capa da primeira Revista do Patrimônio nº 01, lançada em 1937.

Fonte: Disponível em: <http://memorialdademocracia.com.br/card/getulio-baixa-decreto-instituindo-o-servico-do-patrimonio-historico-e-artistico-nacional>.

Neste contexto, como elucida Chuva, a criação das práticas de preservação foi pautada a partir dos valores modernistas. Intelectuais de peso moldaram o patrimônio histórico e artístico brasileiro, com a ideia de universalidade e “consequentemente, na origem comum –

da cultura e da arte, sendo este um ponto crucial na concepção de nação que se consagrou no Brasil a partir do SPHAN.” (CHUVA, 2003, p. 315). A ideia de unidade nacional disseminada no Estado Novo refletiu na legislação que organizou e criou o Iphan. Para a autora, “Nação e patrimônio são noções historicamente forjadas e que, associadas, compõem a noção de patrimônio nacional. A sua constituição é parte do processo de formação do Estado” (CHUVA, 2011, p. 40).

Além das produções do Instituto, a presença frequente de Rodrigo Melo Franco de Andrade, (primeiro diretor-geral do Iphan²³) na imprensa, concedendo entrevistas, ou em eventos acadêmicos, políticos e sociais, muito contribuiu para a divulgação do Instituto e do Patrimônio Cultural. O condutor de destinos do então Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, em três décadas, deu os primeiros e importantes passos para que o Iphan e o Patrimônio Cultural Brasileiro tivessem visibilidade.

Rodrigo Melo Franco de Andrade esteve à frente da direção do Iphan por trinta anos, durante a chamada “fase heroica” do Instituto, período de dificuldades, incertezas e incompreensões em relação ao que deveria ser feito para a construção de uma noção de Patrimônio Cultural, bem como quais procedimentos seriam adotados para sua proteção. Advogado, escritor e jornalista, tinha “o dom de fazer amigos” (THOMPSON, 2010, p. 51), o que lhe trouxe muitos contatos na imprensa e na política.

Em entrevista de Doutor Rodrigo (como ele era conhecido) para o jornal O Globo, em 1936, nas vésperas de criação do Iphan, percebe-se nas palavras do dirigente, que a Comunicação seria um importante pilar do recém-criado Serviço, necessária para se cumprir o objetivo de publicizar o que se considerava Patrimônio Cultural do país:

O departamento [hoje Iphan] visa justamente divulgar o mais possível as nossas relíquias históricas e artísticas, educando o povo no seu conhecimento. Evidentemente não seria recomendável apenas uma obra para eruditos. As massas precisam saber também destes assuntos (ANDRADE, 1987, p. 27).

A publicação *Rodrigo e o SPHAN* (1987) reúne entrevistas, palestras e outros documentos relacionados ao Rodrigo Melo Franco de Andrade e sua atuação na defesa do Patrimônio Cultural Brasileiro. Um desses textos, palestra proferida por ele em 1939 na Escola Nacional de Engenharia e publicada na Revista Municipal de Engenharia, nos mostra que a promoção²⁴ do Patrimônio Cultural acontecia não só com a Revista do Patrimônio:

²³Ver Apêndice F - Presidentes e Dirigentes do Iphan”, p.208.

²⁴Vale dizer que a noção de *promoção* aqui adotada vem do Marketing e remete à ideia de divulgação, “uma

[...] o Serviço se tem empenhado, no exercício de suas atribuições, para propagar o conhecimento do patrimônio histórico e artístico nacional, por meio de exposições temporárias e permanentes, assim como da publicação de uma revista e de volumes avulsos contendo ensaios relacionados com a finalidade da repartição, guias de cidades-monumentos e catálogos de exposições (ANDRADE, 1987, p. 52).

Judith Martins²⁵, ou Dona Judith, foi uma das primeiras funcionárias do Iphan. Ainda antes da criação oficial do Serviço ela já trabalhava com Rodrigo Melo Franco de Andrade no escritório de advocacia do futuro primeiro Diretor-Geral da repartição. Uma das primeiras coisas que fez no escritório foi aprender a usar máquina de escrever, digitando, nas palavras de Doutor Rodrigo, “o catatau do Mário de Andrade” (THOMPSON, 2010, p. 29), que nada mais era que o anteprojeto de criação do Iphan.

Quando perguntada sobre a rotina de Doutor Rodrigo no Sphan, Dona Judith Martins, que trabalhou com ele durante os trinta anos em que ele esteve na “presidência”, diz: [...] E todo interessado que chegava aqui e quisesse falar com o Dr. Rodrigo, ele mandava abrir a porta. A porta era aberta. Porque ele dizia: ‘Isto é serviço público, minha cara’. Ele atendia quem quer que fosse” (THOMPSON, 2010, p. 35). As memórias de Dona Judith e de quem esteve presente nos primeiros anos do Iphan mostram características como acessibilidade e informalidade nas relações de Doutor Rodrigo com a imprensa (e não só com ela, mas com diferentes públicos e categorias).

2.2.2 A gestão silenciosa de Renato Soeiro

Se inicialmente a Comunicação do Iphan e as entrevistas de divulgação do Patrimônio Cultural Brasileiro eram, de certa forma, personificadas em Rodrigo Melo Franco de Andrade,

atividade de marketing referente à comunicação com o propósito de fazer conhecer e efetivar o uso ou adoção de um produto, ideia, comportamento ou serviço” (AMARAL, 2008, p. 34). Amaral ressalta ainda que o processo de comunicação deve ter entendido como um ato carregado de significados estabelecidos e transferidos entre as partes.

²⁵Profissional versátil e dedicada, foi secretária, pesquisadora e chefe de seção. Faleceu aos 97 anos, em outubro de 2000, no Rio de Janeiro (RJ). Segundo trecho da biografia de Dona Judith, escrita em 1984 por Terezinha Marinho, retirada do livro *Memórias do Patrimônio*[#] - Entrevista com Judith Martins, organizado por Analucia Thompson, começou a trabalhar no Serviço em abril de 1936 como datilógrafa, “quando das providências iniciais para a criação do órgão”. Mesmo depois de aposentada (1973), continuou trabalhando na repartição, organizando os resultados de suas pesquisas em obras posteriormente entregues ao Instituto para publicação (THOMPSON, 2010, p. 23-24).

com o seu segundo Diretor-Geral, o arquiteto Renato Soeiro, isso acontecia de forma mais tímida e menos centralizada no dirigente do Instituto. Soeiro viveu um período no Iphan (1967-1979) em que o patrimônio passou a ser objeto de interesse de outras políticas públicas, como da Secretaria de Planejamento do governo federal e da Empresa Brasileira de Turismo (Embratur).

Além disso, Paulo Ormino de Azevedo, em seu artigo sobre a gestão “silenciosa” de Renato Soeiro, explica que foi o período em que o Iphan teve mais recursos desde sua criação. Exemplo disso foi a criação do Programa Cidades Históricas (PCH), programa de reconstrução das cidades históricas, cujos 80% dos recursos eram provenientes do governo federal, por meio da Secretaria de Planejamento da Presidência da República.

A gestão de Renato Soeiro correspondeu ao processo de modernização administrativa do Iphan e à democratização da questão do patrimônio. Foi nesse período que o patrimônio, apesar das resistências, extrapolou o âmbito do órgão criado por Rodrigo M. F. de Andrade e passou a ser também assunto de governos estaduais e municipais (AZEVEDO, 2017. p. 59).

Como aponta Déborah Gouthier (2016, p. 32), outra característica deste tempo, o período militar, foi a expansão da indústria cultural no país, o que fez com que o campo cultural também ganhasse mais importância. Conforme cita a autora, a criação do Conselho Federal de Cultura em 1966 é um exemplo desse crescimento. No âmbito do Iphan, isso pode ser notado com a publicação da Portaria 230 de 1976, do Ministério da Educação e Cultura, ao qual o Instituto estava vinculado:

Na Portaria, destacavam-se entre as competências do órgão a realização de exposições, publicações ou outros empreendimentos que visassem difundir, desenvolver e apurar o conhecimento do patrimônio histórico, artístico, arqueológico e paisagístico brasileiro. Foi ainda por meio desse mecanismo, que se tornou mais complexa a estrutura da instituição, com a criação de novas seções e departamentos, tais como a Seção de Divulgação, dentro da Divisão de Museus e Difusão Cultural (GOUTHIER, 2016, p. 33).

No entanto, não foram encontrados registros dessa época de alguma estrutura, ainda que remota, de Assessoria de Comunicação. Como apontam João de Souza Leite e Lurdinha Castro, em entrevistas realizadas em maio e setembro de 2018, respectivamente, pode-se considerar a origem de uma Ascom a partir de 1979.

2.3 PÓS-ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO (1979- 2019)

Para analisar o modelo atual da Assessoria de Comunicação do Iphan, é necessário entender a origem do surgimento deste setor no Instituto e como ele foi evoluindo ao longo dos anos. No princípio, a Ascom tinha um caráter ainda mais informal, que se manteve até 2006. A partir daí, como será demonstrado neste capítulo e no capítulo 3, a Assessoria de Comunicação está mais estruturada, com profissionais atuando cotidianamente em diferentes frentes, ainda que a informalidade, no que diz respeito à falta de institucionalidade dos cargos, se mantenha.

Nesses quarenta anos de Assessoria de Comunicação, existe um vasto histórico de estratégias e ações para a promoção do Patrimônio Cultural Brasileiro. Mais do que promover, a Ascom teve um papel significativo na construção e na difusão dos discursos patrimoniais.

Em consonância com um dos principais procedimentos metodológicos deste estudo, a história da Ascom e os exemplos de ações que se seguem, foram majoritariamente aqui apresentados a partir das entrevistas feitas por mim com profissionais que atuaram na Assessoria de Comunicação do Instituto. Sem desconsiderar os contextos sociais, políticos e tecnológicos, procurou-se valorizar as experiências desses profissionais que estiveram à frente de ações significativas para a promoção e difusão do Patrimônio Cultural ao longo dessas quatro décadas. Meneses e Santos nos provocam a pensar sobre os tipos de saberes, experiências e práticas valorizados. Eles chamam atenção:

Toda a experiência social produz e reproduz conhecimento e, ao fazê-lo, pressupõe uma ou várias epistemologias. Epistemologia é toda a noção ou ideia, refletida ou não, sobre as condições do que conta como conhecimento válido. É por via do conhecimento válido que uma dada experiência social se torna intencional e inteligível (SANTOS; MENESES, 2010, p. 15).

2.3.1 O início da Ascom: entrevistas com Lurdinha Castro e João de Souza Leite

Com a chegada de Aloísio Magalhães à frente da direção do órgão, o cenário começa a mudar. Em 1979, teve início a estruturação na instituição de um grupo específico para cuidar da Comunicação, mas ainda sem a intenção de organizar uma Ascom, de fato. Aproximar os cidadãos do Patrimônio já era uma preocupação do Instituto, mas a partir daí as ações de

Comunicação para este fim intensificaram-se. Aloísio, além de ter habilidades para comunicação e bom trânsito na mídia, montou uma equipe de profissionais do ramo que pensavam estratégias de difusão do Patrimônio Cultural por meio de diferentes meios.

Esta estratégia vai ao encontro do fenômeno estudado por Miége de “relações públicas generalizadas”, que Maristela Mafei explica:

Vivemos um modelo que Bernard Miége – importante pesquisador da Universidade de Grenoble – chama de ‘relações públicas generalizadas’. Lideradas por instituições sociais de todo tipo, a partir principalmente dos anos 70, elas seriam responsáveis por conseguir adesão a seus interesses. Mas não se trata apenas de discurso puro de reafirmação dessas instituições. Nessa era, as relações públicas estão voltadas também para ativar mudanças sociais e culturais (MAFEI, 2015, p. 29).

Foi no final da década de 1970 e na década de 1980 que foi criado o Boletim SPHAN/próMemória, a Revista do Patrimônio foi reformulada e estabeleceu-se parcerias com grandes empresas privadas para a criação de peças promocionais temáticas sobre bens culturais brasileiros. “Do número 19 ao 22 ou 23, ela seguiu um modelo das publicações de Franco Maria Ricci, em Milão. Eu de certa forma rompi com o modelo anterior que era mais acadêmico, de livro, pra uma coisa que fosse mais em direção ao público.”²⁶, explica João de Souza Leite sobre as mudanças na Revista do Patrimônio.

Neste momento, a Ascom preocupava-se menos com trabalhos de imprensa e mais com ações de promoção do Patrimônio Cultural voltadas aos cidadãos. Sobre a imprensa, João de Souza Leite recorda que não havia muita preocupação por parte do Iphan para emplacar na mídia a divulgação do Patrimônio Cultural, pois o momento já era favorável para que essa divulgação acontecesse de maneira espontânea:

Era um momento em que a questão da memória nacional estava emergindo ali de uma forma muito forte, porque tinha a Globo fazendo um trabalho (...), a Fundação Roberto Marinho que tinha acabado de ser criada [...] o Zé Carlos Oliveira começou a fazer um trabalho em torno da memória nacional, e a Globo quase que diariamente, veiculava quase que em horário nacional, filmes sobre o resgate da memória nacional (João de Souza Leite, entrevista concedida em maio de 2018 (SOUZA LEITE, 2018, p. 101), (Ver apêndice A).

Lurdinha Castro relembra uma das raras exceções em que ela elaborou e interferiu em uma entrada do Iphan na mídia: Tal “interferência” colabora para a construção dos discursos patrimoniais e de como estes serão divulgados nos meios de comunicação.

²⁶ São as revistas 19 a 22. A Revista do Patrimônio nº 23 foi reformulada novamente para o formato de livro, fazendo parte de outro projeto, que mantém-se até hoje.

Por exemplo, a primeira vez que o Aloísio disse que ia encaminhar um dossiê para a candidatura de Patrimônio Mundial para a Unesco, nós sentamos para conversar. [...] Nós montamos uma entrevista dele em Portugal. [...] a repercussão foi outra, foi uma entrevista para o Jornal Nacional (OLIVEIRA, 2018, p. 155) (Ver apêndice C).

Outro fator que contribuiu para que o Iphan tivesse espaço na mídia e, conseqüentemente, para a construção da imagem do Instituto, foi o fato dos seus primeiros dirigentes serem personalidades conhecidas no “meio social” e da imprensa. Se nas três primeiras décadas a repartição foi dirigida por um “amante das letras e das artes”, que antes de assumir a gestão do Iphan escreveu para importantes jornais da época; seu terceiro presidente, o Magalhães, foi um aclamado designer gráfico e artista plástico, que assim como o Doutor Rodrigo, entendia a importância de divulgar o Instituto e suas ações para o público externo.

Aloísio Magalhães, como lembra João de Souza Leite:

Vivia na imprensa em geral, televisão, enfim, em todo lugar. A quantidade de entrevistas e matérias dadas por Aloísio era muito grande. Ele tinha muita conexão, ele tinha muita entrada. Eu me lembro que ele era requisitado, as pessoas vinham a ele porque ele estava fazendo barulho²⁷. (SOUZA LEITE, 2018, p. 99), (Ver apêndice A).

Em 1979, mesmo com uma estrutura indefinida²⁸ dos setores dentro do Iphan, pela primeira vez foi implantado um setor de comunicação, sendo aqui considerada a primeira Ascom. Sob a coordenação da jornalista Maria de Lourdes Castro Oliveira, a Lurdinha Castro, - que junto com Aloísio idealizou e desenhou esta área do Instituto²⁹ - uma pequena equipe compunha tal coordenação, dentre eles o designer João de Souza Leite, que também é uma das fontes desta pesquisa.

De acordo com o relato de Lurdinha Castro, ainda que os trabalhos com a imprensa não fossem exatamente o foco da então Ascom informal da instituição, entende-se que existia

²⁷ Essa habilidade de comunicador de Aloísio Magalhães está retratada nos livros *E triunfo? A questão dos bens culturais do Brasil* (1985), *Aloísio Magalhães - Bens culturais do Brasil - um desenho projeto para a nação* (2017) - e em outras obras e sites. Na exposição *Aloísio Magalhães*, realizada pelo Instituto Itaú Cultural em 2014, em São Paulo, e disponível online, percebe-se, sobretudo na entrevista com Solange Magalhães, esposa de Aloísio, que ele foi um homem que transitava em diferentes meios sociais, incluindo grupos que na época tinham cargos políticos importantes.

²⁸ Na gestão de Aloísio Magalhães, os trabalhos no Iphan eram desenvolvidos por projetos. Cada colaborador atuava em um ou mais projeto específico, sem haver, necessariamente, cargos fixos. “Era uma coisa de projetos, se me pedir pra explicar a década de 80, eu fico muito nas pessoas. não existiam diretores [...] -tinham os dois grandes departamentos: conservação e tombamento”. Explica Lia Motta em entrevista realizada com João de Souza Leite (Ver Apêndice A).

²⁹ Ver Anexo B - Coordenação de atividades de comunicação.

um trabalho de assessoria de imprensa, na medida em que havia o acompanhamento por parte da equipe de comunicação das ações do Iphan e esses profissionais davam suporte para os repórteres e produtores das redações:

Imprensa era assim, o Aloísio falava, o Henrique Osvaldo falava, o Osvaldo Campos Melo falava... vai falar quem conhece do assunto, que conhece profundamente o assunto. Eu sempre fiz a minha equipe viajar com a diretoria regional e viajar com os diretores regionais, chefes de escritório ou com arquiteto, entendeu? Porque eu acho que a comunicação tinha que saber profundamente o que o arquiteto sabia, o que o arqueólogo sabia, então a gente acompanhava desde o início. [...] Aí vinha a imprensa, “Ah tá faltando isso ou queremos foto disso”. A gente dava uma informação a mais, ou retificava uma informação. “Não era arquiteto tal, era tal arquiteto que está acompanhando.” (OLIVEIRA, 2018, p. 154), (Ver apêndice C).

A criação do Boletim SPHAN/próMemória foi um dos destaques dentre as ações de comunicação do período. Em entrevista, Lurdinha Castro, que foi a editora-chefe responsável pela maioria dos números publicados do Boletim (impresso até 1989), conta que os textos e as reportagens publicadas recebiam tantos elogios e tinham credibilidade porque havia um rigor na apuração: “A gente sempre teve uma marca de ir apurar no local, tanto que minha equipe inteira sempre trabalhou assim”.

Dias (2012), egressa do curso de Mestrado Profissional em Preservação do Patrimônio Cultural/MP/Iphan, na sua dissertação intitulada *Boletim Sphan/FNpM: um espaço de comunicação do Patrimônio Cultural* aponta que:

O Boletim Sphan/próMemória surgiu como uma ferramenta ou meio de comunicação importante para a divulgação e promoção das práticas institucionais e para a compreensão de um período do órgão, repleto de questionamentos em relação às suas práticas institucionais, como também, para a reformulação de alguns conceitos (DIAS, 2012, p.70).



Figura 5 - Capa do primeiro número do Boletim SPHAN/próMemória, 1979, nº 0, p. 1.
Fonte: Dias (2012, p. 69).

Neste sentido, Márcia Chuva (2017) chama a atenção para as novas ideias de bem cultural e Patrimônio Cultural difundidas pelo Boletim já na sua primeira edição, que vão ao encontro das pioneiras percepções de Aloísio Magalhães sobre Patrimônio Imaterial:

No número zero do Boletim, lançado em 1979, Aloísio Magalhães apresentava sua ideia do bem cultural como algo [...] múltiplo como as manifestações culturais que emergem das estruturas sociais formadoras do povo brasileiro, em que as suas produções culturais seriam tão valorizadas quanto o espaço em que elas ocorrem (CHUVA, 2017, p. 85).

A autora completa citando Laís Lavinias, para dizer que a materialidade e a imaterialidade do Patrimônio são, na verdade, inseparáveis “a noção de cultura apresentada no Boletim é [...] a cultura compreendida como um ‘processo global que não separa as condições do meio ambiente daquelas do fazer do homem’ (LAVINAS, 2014, p. 157) (Ibid).

Já com o advogado e jornalista Ângelo Oswaldo na presidência do Instituto, sobre a Revista do Patrimônio e demais publicações do Iphan de 1984, Chuva diz:

Se observarmos o conjunto de publicações da instituição, do qual esse número [nº 20] da revista faz parte, podemos nos surpreender com a intensidade do investimento feito no sentido da criação de canais de comunicação com a sociedade, nos quais se expunham diferentes posições. Parece-nos que tal investimento integrava um projeto mais amplo de democratização da sociedade brasileira como um todo (CHUVA, 2017, p. 84).

Podemos citar algumas ações promocionais, em um sentido mesmo mercadológico, feitas na década de 80, numa tentativa de trazer o Patrimônio Cultural para o cotidiano. Uma ação de sucesso foi feita em parceria com a empresa brasileira *Grow Jogos e Brinquedos Ltda*, que produziu uma série de quebra-cabeças sobre bens reconhecidos como Patrimônio Cultural Brasileiro.

Os três primeiros brinquedos editados do patrimônio foram Ouro Preto, Olinda e São Miguel das Missões, e os jogos foram lançados no dia que São Miguel das Missões foi anunciado pela UNESCO [reconhecido como patrimônio mundial]. [...] A gente fez um concurso de redação. [...] a gente fez um curso de capacitação para a Secretária de Cultura e de Educação de todos os três estados. O pessoal treinava as professoras que iam treinar os meninos para participar do concurso, isso também dava mídia adoidado.

O menino [vencedor] na época das férias tinha direito de viajar com dois acompanhantes, tudo de graça, era recebido no aeroporto, tudo a Grow pagava. Era recebido pelo diretor regional ou pelo responsável do escritório técnico, que ia levar o menino ao monumento. Eu acompanhei o primeiro que foi o menino entrando nas ruínas da igreja em São Miguel das Missões, é de chorar.

Aí depois cada patrimônio que vinha a Grow fazia o jogo, com todo o esquema. Aí tinha a divulgação nos jornais das datas limites, que as Secretarias de Educação estavam em cima (dos jornais), *pro* estado ganhar. A gente compunha com gente da Secretaria de Educação, de Cultura, do Patrimônio, da prefeitura, do município... e a gente lia as redações todas, era muito legal, era educação não era só informação só. (OLIVEIRA, 2018, p. 159), (Ver apêndice C).

Outro exemplo foi uma ação conjunta com a companhia aérea Varig, em que foram impressas nos forros das bandejas de bordo imagens do Patrimônio Cultural Brasileiro, feitas, inclusive, por colaboradores do Iphan. Lurdinha conta que a ideia surgiu durante um voo nacional e na bandeja do jantar havia uma imagem da cúpula de Notre Dame, em Paris, e que ela achou uma “sandice” divulgar patrimônios do mundo inteiro e não ter o do Brasil.

[...] eu vou procurar no arquivo as imagens que já viraram domínio público, sabe. Malta. Malta hoje é de domínio público, era um puta de um fotógrafo que a gente tinha tudo, e pôr os diretores regionais, ver quem desenha, croqui. [...] quem mandava, saía. A gente tinha muito arquiteto que desenhava. Aí a gente fez um texto. Logo que começa o serviço de bordo, a chefe dos comissários de bordo lia o texto e informava sobre o monumento. (OLIVEIRA, 2018, p. 158), (Ver apêndice C).

Ao longo dos anos, o Iphan fez o uso da iconografia - fotos, trabalhos artísticos, mapas, dentre outros - como formas de veicular determinados bens culturais e seus valores. Na Revista do Patrimônio, por exemplo, já foram publicadas obras de fotógrafos e artistas renomados, como Pierre Verger, Sebastião Salgado, Wim Wenders, Hélio Oiticica, Athos Bulcão, Pedro Lobo, Gilberto Ferrez, Marcel Gautherot, Nair Benedicto, Walter Firmo e Erich Hess.

Em pesquisa realizada pelo projeto Memórias do Patrimônio, só nos primeiros 50 anos do Instituto (1937-1987), foram mapeados pelo menos 383 fotógrafos, que juntos produziram mais de 60 mil fotografias catalogadas pelo Iphan, sobretudo para inventários e processos de tombamento (GRIECO, 2013, p. 31). Entre os anos de 1970 e 1980, como aponta Eduardo Costa (2016, s/p), os fotógrafos do Iphan tiveram um papel fundamental na construção das narrativas patrimoniais, momento em que, além do turismo, a cultura imaterial passa a ter relevância.

Assim, da mesma maneira que, no início de sua trajetória, o Arquivo Fotográfico serviu ao Iphan como meio de organizar conceitos ligados ao patrimônio de "pedra e cal", com as mudanças presentes no viés patrimonial, identificáveis em programas como o PCH, foi também esse arquivo um dos mais importantes instrumentos responsáveis pela organização e manutenção de um discurso para a trajetória recente do Iphan. Mais uma vez, foi por meio do Arquivo Fotográfico que se pôde instituir balizas para o processo de consolidação de certas ideias, além de ações futuras, ainda hoje recorrentes na prática de uma comunidade ligada à preservação no Brasil. (ibid).

Hoje esses usos ampliaram-se de forma inestimável. Com o advento da internet, por exemplo, o Iphan passa a estar presente também no mundo digital e em diferentes formatos em que a imagem (fotográfica ou não) é protagonista (vídeos, cards, posts em redes sociais). Além disso, tratando-se de fotografia, uma prática que é comum é ceder fotos para divulgação do Patrimônio Cultural, seja para a imprensa ou para publicações educativas e científicas.

2.3.2 Os tempos de Grace Elizabeth e Graça Mendes

Aproximar a sociedade civil das práticas de preservação, além de contribuir para a formação de memória e cidadania, é essencial para a construção e manutenção da identidade

dos povos. A antropóloga Cristina Amescua Chávez, durante sua palestra³⁰ na mesa *Diversidade Cultural, Patrimônio e Memória*, do *Seminário Internacional Cultura e Desenvolvimento*, realizado pelo Ministério da Cultura (MinC) e pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) em 2015, no Rio de Janeiro, fez a seguinte colocação: “A noção de patrimônio hoje tem que estar dentro da vida, para que crie-se junto com a ideia de sustentabilidade, ou será algo apartado da vida, não cumprindo sua função social, de formação de memória e cidadania”.

Nessa perspectiva, a Comunicação é verdadeiramente útil. Na entrevista realizada com Grace Elizabeth e Graça Mendes (junho de 2018), observa-se que foi de acordo com esses princípios que a Ascom buscou desenvolver seus trabalhos em determinado período. Grace Elizabeth esteve no Iphan de 1986 a 2006, sendo responsável por diversos projetos educativos, editoriais e ações de promoção do Patrimônio Cultural e do próprio Instituto. Assim como João de Souza Leite e Lurdinha Castro, ela reforça que na década de 80 já havia no setor a preocupação em trazer o patrimônio para o dia a dia das pessoas:

O que havia na Sphan/próMemória era uma área de promoção fundamentada num conceito mais abrangente, mais voltado para as relações institucionais e para a sociedade de um modo geral, onde as ações de educação, editoração e difusão sempre foram priorizadas. Não existia um serviço com foco na imprensa, embora nós defendêssemos que o mesmo devesse existir no gabinete da presidência. (MENDES; CRUZ, 2018, p.110), (Ver apêndice B).

Esta noção de pensar a comunicação voltada para as relações vai ao encontro das ideias de Nestor Garcia-Canclini (1999, 2011). Canclini é um antropólogo argentino que traz reflexões sobre os usos sociais do patrimônio e a participação social. O pensador assina também obras relevantes nos campos da comunicação e estudos culturais. Ele diz que:

Las interacciones globalizadas, que abarcan pueblos lejanos, exigen concebir otra convivencia más compleja y extendida que la de las teorías y políticas territoriales de la diversidad. Requieren políticas educativas, culturales y comunicacionales que trasciendan las fronteras (GARCIA-CANCLINI, 2011, p. 04).

A interação globalizada a qual o autor menciona se dá muito pelo advento da internet. Segundo Graça Mendes e Grace Elizabeth, os rumos da Assessoria de Comunicação do Iphan começaram a mudar quando o Instituto passa a ter um site na web, o que ocorreu, segundo

³⁰ CHÁVEZ, Cristina Amescua. Secretaria Especial da Cultura. **Mesa 4 – Diversidade Cultural, Patrimônio e Memória**. 30 dez. 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ksqSmT47YYM>. Acesso em: 11 maio 2019.

Dias, em 1996 (DIAS, 2012, p. 56). Para elas, aí já havia um indício de que viriam mudanças no relacionamento do Iphan com a imprensa:

Isso que tem hoje é muito recente, é depois que a gente saiu do departamento [...] O Iphan tinha um *site* muito rudimentar, muito rígido, com pouquíssimos recursos tecnológicos [...]E, quando se viu que o *site* teria muito trabalho, percebemos que seria necessário ter alguém para centralizar toda essa informação. Também, para continuar levantando conteúdo e, principalmente, para organizar o que seria disponibilizado no *site*. Decidimos que o profissional apropriado seria um jornalista, ou vários jornalistas. (MENDES; CRUZ, 2018, p.117-118), (Ver apêndice B).

Graça Mendes, jornalista, entrou para o Iphan em 1982, antes mesmo de se formar, enquanto estava na faculdade. No Instituto, foi redatora, revisora, e, junto com Grace, produziu algumas edições do Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade (PRMFA), principal premiação nacional de preservação do Patrimônio Cultural. Mesmo depois de sair do Iphan (2010), atua, ocasionalmente, na Comissão Avaliadora do Prêmio Rodrigo.

Não podemos falar deste período (anos 80, 90 e início dos anos 2000) sem mencionar o PRMFA. Desde 1987 o prêmio ocorre anualmente³¹, reconhecendo ações de preservação do Patrimônio Cultural. Nos primeiros anos, a premiação foi no Rio de Janeiro (RJ) e em 1999 a capital Brasília passou a sediar o evento. A partir de 2016, passou a ser itinerante, e Salvador (BA) foi a cidade escolhida para sediar a cerimônia de premiação. Em 2017, voltou para o Rio de Janeiro e fez parte da programação na Semana Comemorativa dos 80 anos do Iphan. Em 2018, na sua 31ª edição, aconteceu em Belém (PA).

Criado em comemoração aos 50 anos do Iphan, como aponta Gabriela Feitosa em sua dissertação, o PRMFA é uma importante política pública de ação e difusão cultural, que além de reconhecer e promover projetos de preservação de bens culturais é uma forma de estimular a sociedade a agir em prol desses bens:

³¹Até o ano de 2018, toda a divulgação do Prêmio feita pela Ascom é feita seguindo uma sequência sem interrupções, ou seja, em 2018, foi divulgada a 32ª edição. No entanto, como explica a jornalista Gabriela Sobral Feitosa (2016), em sua dissertação sobre o Prêmio Rodrigo, quando ele surgiu, em, em 1987, ele não era chamado assim. O que houve foi a entrega da medalha Rodrigo Melo Franco de Andrade, por ocasião dos 50 da SPHAN, durante a 124ª Reunião do Conselho Consultivo do Patrimônio. Foi uma cerimônia informal que premiou funcionários e pessoas que atuavam em prol da preservação do Patrimônio Cultural. Ou seja, a rigor não foi pensado como Prêmio e sim como uma congratulação. De 1988 a 1992 não houve edições do Prêmio ou qualquer premiação que levasse o nome do Rodrigo Melo Franco de Andrade. Em 1993, após a saída do presidente da república Fernando Collor, a imagem do Iphan, então Instituto Brasileiro do Patrimônio Cultural (IBPC), vinha passando por um processo de reestruturação e, assim, houve a retomada do Prêmio Mérito Rodrigo Melo Franco de Andrade que também era a entrega de troféus sem nenhuma seleção. Tudo isso muda em 1994. O PRMFA começa a ser executado como uma premiação aberta à sociedade.

Quando o PRMFA elege determinados projetos como representativos do patrimônio cultural brasileiro, a instituição, neste momento, difunde e legitima essas ações, indicando à sociedade a adoção de um compromisso ético, moral e sua visão institucional pelo reconhecimento e mérito às outras partes envolvidas (CUNHA, 2010), no caso, os premiados (FEITOSA, 2017, p. 91).

Graça Mendes conta que houve uma época em que a equipe de comunicação era pequena, “tinha uns quatro ou cinco gatos pingados” e que então o pessoal que trabalhava com educação patrimonial ajudava na produção do PRMFA. “Todo o departamento³² tinha que parar pra gente fazer o prêmio”, completa Grace (MENDES; CRUZ, 2018, p.121).

Retomando a conversa com Graça sobre a época de Aloísio, ela relata uma prática rotineira que contribuía para a comunicação interna do Iphan, área que hoje necessita claramente de mais atenção.

Era uma estrutura muito menor. O Aloísio Magalhães fazia umas coisas interessantíssimas. Se não me engano, era toda sexta-feira, quando ele estava em Brasília e chamava todos os funcionários, das 14h às 16h, para conversar sobre o que estávamos todos fazendo. Naquela época, existia o Projeto Interação, que viajava o Brasil inteiro e todos que participavam do projeto davam seus relatos. Era importante saber, por exemplo, o que estava sendo feito na nossa região Centro-Oeste e o que estava sendo realizado em todas as áreas. A superintendência do Centro-Oeste era enorme, era a maior do Iphan e era difícil tomar conhecimento de tudo.. (MENDES; CRUZ, 2018, p.113), (Ver apêndice B).

Na verdade, no âmbito geral da Comunicação Organizacional, pode-se dizer que a Comunicação Interna é, em certa medida, e foi durante boa parte do Iphan, negligenciada. A falta de fluxos de Comunicação e os ruídos na Comunicação Interna muito interferem nas estratégias de comunicação externa, sobretudo no desempenho das atividades de Assessoria de Imprensa. De acordo com documento administrativo da segunda metade do século XX³³, já nos primeiros anos da Ascom, este era um desafio para o setor:

O problema maior tem sido a dificuldade de interação de alguns projetos específicos com a área de comunicação, o que aliás, não é privilégio nosso. Acreditamos que a sistemática de aprovação de ações, bem como a de execução orçamentária facilita, até o momento, este comportamento. A inexistência de um fluxo formal e institucional de informação entre RRs, sede/Rio, sede/Brasília e, agora, os órgãos incorporados, também tem dificultado, em muito, nosso trabalho. (Ver Anexo C).

Se em 1979 houve uma renovação no modo de se fazer a comunicação dentro do Iphan, naquele momento de estruturação e fortalecimento institucional; outro marco, nesses últimos quarenta anos, ocorreu na primeira década dos anos 2000. Novamente temos mudanças significativas. Um novo contexto de fortalecimento da área da cultura no governo

³² Grace refere-se ao Departamento de Promoção, ao qual os profissionais de comunicação estavam vinculados.

Lula e, principalmente do Ministério da Cultura, com Gilberto Gil, refletiu na busca do Iphan “pelo atendimento a uma porção mais abrangente no território brasileiro” (MOTTA, 2017, p. 133). O Iphan em 2004 voltou a ter orçamento, o que não ocorreu na década de 1990.

Foram mudanças no campo da cultura, fortalecido com a posse do Ministro Gilberto Gil, no MinC, em 2003. Pela primeira vez, desde 1982, foi publicado um documento com diretrizes para uma política cultural – Plano Nacional de Cultura, de 2003 – e um projeto de valorização da diversidade cultural e maior presença do Estado no apoio à cultura. Pode-se mencionar a criação dos pontos de cultura, os concursos para reestruturação dos setores de cultura, os fóruns para discussão dos temas com a sociedade, a criação da secretaria da diversidade cultural, entre outros (Ibid).

Desde 2006, ano em que o arquiteto Luiz Fernando de Almeida assumiu a presidência do Instituto, a estrutura da Assessoria de Comunicação está melhor estruturada, conta com profissionais das áreas do jornalismo, relações públicas, web designer, designer gráfico e produção de eventos, o que viabiliza pensar ações mais estratégicas e multimídia. Graça e Grace concordam que o arquiteto alavancou a comunicação do Iphan, iniciativa que, segundo Grace, ele herdou do período em que esteve na coordenação nacional do Programa Monumenta, que chegou a ter, de certo modo, até uma “assessoria de imprensa independente”³⁴.

Algumas experiências da Ascom com essa estrutura mais complexa serão apresentadas no capítulo seguinte, também por meio de entrevistas e alguns exemplos. Além de produzir eventos, conteúdos jornalísticos e promocionais, textos institucionais e discursos, a Ascom atua desenvolvendo estratégias de interação entre o Iphan e o público, sobretudo por meio de ações nas mídias sociais.

O papel da Comunicação no Instituto adequou-se às demandas do nosso tempo e hoje, além das publicações impressas e do boletim, o Iphan conta com redes sociais e um portal na internet (DINIZ, 2018, p.3390). Gouthier (2016) defende que, desde 1990, o Iphan passou a ver, mais do que nunca, a Comunicação como uma ferramenta estratégica institucional:

O reconhecimento da cultura como um direito garantido pela Constituição Federal de 1988, aliado ao desenvolvimento acelerado das novas tecnologias a partir da década de 1990, fez com que a comunicação passasse a se tornar, mais do que nunca, um assunto estratégico dentro do Iphan (GOUTHIER, 2016, p.40).

³⁴O Programa Monumenta, criado em 1999, foi um programa federal executado pelo Ministério da Cultura por meio do Iphan e patrocinado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) que consistiu na restauração do patrimônio cultural urbano em 26 cidades.

2.4 VALORES DE PATRIMÔNIO COMO UMA CONSTRUÇÃO SOCIAL

O entendimento dos valores de patrimônio como uma construção social tem sido tema relevante em discussões no âmbito acadêmico, sendo explorado por estudiosos do campo da preservação desde a década de 1990. Na Comunicação, especificamente no Jornalismo, autores como Gaye Tuchman (1978), Jorge Pedro Sousa (2000) e Nelson Traquina (1993, 2000) veem o Jornalismo como construção social da realidade. Trata-se de um ponto comum entre Patrimônio Cultural e Jornalismo do qual podemos partir para entender os discursos do Patrimônio, como e por que eles são construídos, difundidos e promovidos.

É sabido que um grupo de intelectuais ligados ao então Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional atribuiu valor aos bens que vieram a ser os primeiros patrimônios culturais do Brasil.

Antes de emergirem como “opressoras” ou “uniformizadoras” na contemporaneidade, nos termos de alguns críticos das memórias oficiais, os atores responsáveis por suas formulações realizaram um verdadeiro trabalho de gestão do passado, classificando e selecionando as memórias mais pertinentes, além de enfrentarem inúmeras outras versões concorrentes, que disputaram com elas a supremacia e os espaços de poder (BISPO, 2010, p. 34).

Raphael Bispo explica que “essa hegemonia foi conquistada por meio do uso dos meios de comunicação dos quais esses intelectuais dispunham acessibilidade, em especial, as linhas editoriais do próprio Sphan” (BISPO, 2010, p. 35).

Assim, a “memória nacional brasileira” construída pelos modernistas da repartição levou em consideração, basicamente, a perspectiva desses próprios intelectuais acerca do que realmente consistiria o patrimônio do país, apesar de que estes acreditavam estar representando todo o Brasil por meio de suas seleções. (BISPO, 2010, p. 39).

Os meios de comunicação, além de construírem a realidade social, são espaços de legitimação de discursos. Na análise de Rafael Marroquim, os jornalistas “sedimentam significados a partir de atos cognitivos e perceptivos e como defende Gaye Tuchman, ao disseminar informação as organizações noticiosas modulam o conhecimento” (MARROQUIM, 2010, p. 10 apud TUCHMAN, 1978, p. 2).

Sabemos dos acontecimentos por meio dos veículos de comunicação. Concorde-se com Tuchman quando a autora diz que a mídia seleciona quais as informações desses

acontecimentos serão divulgadas (qual o tom, qual o recorte), assim como seleciona também quais os fatos que serão noticiados. Segundo a socióloga norte-americana, assim como o jornalismo é uma construção social, a ideia de objetividade também é:

Os processos de recolha de informação e a necessidade de produzir enquadramentos que lhes atribuam sentido obrigam os profissionais do jornalismo a desenvolver procedimentos que eles consideram objetivos. Mas, com outras fontes ou sob outros ângulos, facilmente seguiriam vias distintas (TUCHMAN, 2010, p. 166).

Além de ser uma construção social, o jornalismo também é visto como um agente que atua nas transformações sociais. No campo do patrimônio isso pode ser exemplificado quando, na década de 1980, os valores de patrimônio passam por uma revolução, em que, citando Bispo “novos ares emergiram nas políticas públicas de preservação do patrimônio em nítida oposição à hegemonia modernista” (BISPO, 2010, p. 40).

Tal oposição refere-se à política do Iphan que naquele período, segundo Fonseca, (1996), buscava chamar a atenção para os direitos de grupos até então marginalizados das políticas culturais.

Identificar esses diferentes sujeitos e suas demandas, desenvolver instrumentos e elaborar programas para o atendimento de suas necessidades, constitui, a meu ver, um caminho que as mudanças ocorridas nas duas décadas analisadas [70 e 80] apontam no sentido do desenvolvimento de uma política cultural democrática (FONSECA, 1996, p. 163).

Para fortalecer e disseminar essas novas concepções de patrimônio, uma das estratégias adotadas pelo Iphan foi divulgá-las nos meios de comunicação externos e nas publicações do Instituto (como no Boletim Sphan/próMemória, já aqui citado). O contexto era favorável para a entrada de assuntos culturais na mídia. Grace Elizabeth e Graça Mendes lembram:

Graça: a Sphan/próMemória começou a trabalhar diretamente com as comunidades, começou a trabalhar com arquitetura popular, não só grandes monumentos e igrejas. Não só isso. Começou a trabalhar com fazeres, a tecelagem do triângulo mineiro... Grace: Foi ali que a preocupação com a proteção do patrimônio imaterial começou a ser plantada. Graça: Começou ali nos anos 70, os saberes e os fazeres... então ele começou a trazer um outro olhar para o patrimônio e isso chamou atenção. (MENDES; CRUZ, 2018, p. 130), (Ver apêndice B).

Além da TV Globo, Gouthier (2016 apud PARENTE, 2012) explica que a partir da segunda metade da década de 1980, a maioria dos grandes e médios jornais brasileiros

passaram a contar com um caderno diário sobre cultura. E conclui: “as questões afetas ao patrimônio cultural, naturalmente, são impactadas por esse destaque” (GOUTHIER, 2016, p. 38).

Independentemente de quais sejam as ideias de patrimônio que vigorem em determinada época, é preciso pensá-las necessariamente associadas às identidades sociais e memórias coletivas. O antropólogo José Reginaldo Gonçalves (2015, p. 220) coloca: “O patrimônio oscila entre a história nacional e as memórias coletivas”. Tomemos o caso das Baianas do acarajé como exemplo. Graças às recentes políticas patrimoniais para as culturas populares no Brasil, houve o reconhecimento do ofício das Baianas do acarajé como Patrimônio Cultural, em dezembro de 2004.

No livro *Baianas de acarajé: comida e patrimônio no Rio de Janeiro* (2011), de Nina Pinheiro Bitar, citado por Gonçalves, percebemos a estreita relação de patrimônio com história nacional e memória coletiva. As memórias afetivas e coletivas intrínsecas a tal ofício estão evidenciadas nas atitudes e reconhecimento delas mesmas (baianas) enquanto patrimônio.

A relação com parte da clientela confunde-se com a atividade dessas baianas enquanto pessoas “do santo”. As relações que, no espaço público da cidade, elas estabelecem com mendigos, assaltantes, crianças de rua são pensadas a partir de categorias religiosas (GONÇALVES, 2015, p. 215). [...] Elas afirmam: “agora que somos patrimônio..., não podemos ser tratadas como qualquer um. Não somos cozinheiras e nem camelôs, somos ‘baianas de acarajé’” (Ibid apud BITTAR, 2011, s/p).

Não entraremos a fundo nas diversas abordagens possíveis sobre identidade, mas nos interessa entender que a Comunicação contribui para a construção de uma identidade de diferentes maneiras. Além de construir, é por meio da comunicação que discursos sobre identidades são transmitidos e reforçados.

Em uma sociedade articulada com a mídia, a construção da identidade passa pela relação entre as pessoas e os meios de comunicação, em diversos graus de articulação entre eles. Como explica John B. Thompson, no novo mundo da visibilidade mediada, tornar-se visível é mais do que uma decisão da vontade. (MARTINO, 2010, s/p).

Nesse sentido, para se construir e transmitir discursos patrimoniais (que são portadores de valores da (s) identidade (s) nacionais), é fundamental que quem o faça se aproprie da temática, da ideia que se quer construir/transmitir. Novamente, esse processo implica em seleção, recorte e hierarquização das narrativas. De acordo com a historiadora Márcia Chuva,

“construir e/ou inventar e preservar o patrimônio se constitui na prática cultural de atribuição de valores e significados a objetos e bens, que amalgamam grupos de identidade” (CHUVA, 2008, p. 31).

Em entrevista³⁵ concedida para a TV Unesp em 2015, a pesquisadora arquiteta Beatriz Kühl (2015) fez uma colocação importante ao dizer que “restauração associa conceito e prática e é fundamental conhecer a história do que se está restaurando para fazer um bom restauro”. Kühl nos mostra como a história informa e ao mesmo tempo pode qualificar o tempo presente.

Em certa medida, podemos fazer uma analogia com especialistas da Comunicação, sejam profissionais de relações públicas, publicitários, jornalistas etc. É fundamental que o profissional conheça bem o seu assessorado/cliente (uma pessoa, uma ideia, ou uma empresa/instituição) para ter bons resultados, melhor auxiliá-lo, divulgá-lo na imprensa e estabelecer sólidas relações de trabalho (neste meio em que os relacionamentos interpessoais são tão determinantes). O domínio do conhecimento no campo do Patrimônio Cultural, seja por um restaurador, seja por um jornalista (ou por outro especialista), é condição necessária para que as práticas neste campo sejam coerentes com a narrativa de nação que esses profissionais produzem, direta ou indiretamente. O que diz Chuva (1998) sobre o ofício dos historiadores, deve estender-se aos demais profissionais do Patrimônio de outras áreas, como da Conservação e Restauração e Comunicação:

O historiador deve ser capaz de traduzir, de fazer uma leitura que represente essa realidade de uma forma abrangente e integrada, considerando a maior amplitude de olhares/aspectos, que seus instrumentos metodológicos de apreensão do real e seus conceitos, mais do que seus preconceitos (é preciso estar sempre atento a eles) permitam, **sempre tendo em mente a questão das diferentes temporalidades** (CHUVA, 1998, p. 42).

Estudiosos do campo do Patrimônio Cultural como Antônio Arantes (2012), Beatriz Kühl (2016) e José Reginaldo Gonçalves (2015), em algum momento dos seus respectivos textos analisam o Patrimônio Cultural e as práticas de patrimonialização a partir da perspectiva do tempo. Gonçalves sinaliza que o patrimônio deve ser pensado nos três tempos: passado, presente e futuro: “o patrimônio não apenas como algo situado num tempo ou num espaço distante e inalcançável, mas também como um processo presente, incessante, conflituoso e interminável de reconstrução” (GONÇALVES, 2015, p. 220).

³⁵ KÜHL, Beatriz. **Unesp em Pauta**. A restauração de bens culturais arquitetônicos. 18 abr. 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GSGP7wD83f8&t=206s>. Acesso em: 09 out. 2017.

Para ele, atualmente o presente é fortemente valorizado - regime “presentista”- graças a uma crise do “regime futurista”. De acordo com o autor, que nos apresenta a perspectiva do historiador François Hartog, o regime presentista representa uma crise da valorização do futuro “em favor de um passado que invade o presente na forma de “patrimônios” (ibid, p. 217).

Arantes aponta que “Os procedimentos de preservação e salvaguarda, [...], sofrem transformações ao longo do tempo, ou seja, são produtos da história” (ARANTES, 2012, p. 111). Esta afirmação sintetiza a ideia defendida pelo autor de que as práticas de patrimonialização são dinâmicas, o tombamento ou registro apenas inauguram uma nova fase na trajetória dos bens. A “criatividade humana” acompanha esse dinamismo e as noções de patrimônio estão sujeitas a serem reinterpretadas.

Khül defende que é fundamental entender o início das preservações de bens culturais e ter um suporte teórico e prático amplo para então adaptar às práticas de preservação atuais e futuras.

A responsabilidade de quem atua na preservação é assegurar o direito ao conhecimento e à memória — e seu poder propulsor de transformações —, que implica o dever de preservar para assegurar que vários tipos de testemunhos do fazer humano, atuais e pretéritos, existam, convivam e sejam respeitados (KÜHL, 2016, p. 68).

Assim como a concepção do patrimônio a partir do *tempo* é necessária para entender as práticas de preservação atuais, na Comunicação, muitos autores também evidenciam a importância de se considerar a dinamicidade e temporalidade dos processos comunicativos e das narrativas. Marialva Barbosa, pesquisadora e professora titular de Jornalismo da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) coloca:

Se considerarmos que narrativa é a forma como nos consideramos na duração, ou seja, a maneira como enquanto ser nos relacionamos com a relação temporal (passado, presente e futuro), o ato humano na sua dimensão histórica é essencialmente narrativo (passado, como memória; presente como ação e futuro como projeto ou espera). (BARBOSA, 2012, p. 151) [...] Mas, mesmo assim, não devemos assumir apenas que o presente é o lugar da comunicação. Nada começa hoje. A mesma lógica processual que governa a reflexão em torno das práticas comunicacionais governa também o olhar histórico. O momento atual é resultado de um jogo acumulativo dos processos que começaram muito antes de nós (ibid., p. 159).

Barbosa traz à tona Foucault (1996) para lembrar que “cada época tem um rosto histórico singular”. Se os bens culturais, sobretudo os de natureza material, são

representativos de uma época, os meios de comunicação reforçam e perpetuam essa representatividade no imaginário social ao longo do tempo.

Portanto, conclui-se que a trajetória da Comunicação do Iphan, a história do próprio Instituto e a construção de valores de patrimônio estão relacionados aos contextos políticos, sociais e tecnológicos de cada período. A Comunicação, dinâmica, desempenhou diferentes funções para atender aos objetivos de difundir e construir narrativas patrimoniais, também dinâmicas, que podem ser entendidas como resultados de construções sociais e de disputas.

Vale dizer, no entanto, conforme apontam algumas correntes teóricas na Comunicação, como a Teoria dos Efeitos Limitados (WOLF, 1999), que o público não é uma massa apática, sem opiniões. Ele é influenciado por diferentes forças sociais (dentre elas a Comunicação, a mídia), mas é capaz de fazer suas próprias escolhas e críticas. A mídia (e, entende-se que a mesma lógica pode ser aplicada aos canais de comunicação da Ascom do Iphan) tem influência limitada sobre a sociedade.

3 RADIOGRAFIA DA ATUAL ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DO IPHAN

A proposta deste capítulo é apresentar a Comunicação no Iphan hoje como um raio x, abordando possíveis interpretações da imagem do Instituto construída (e mantida) pela Ascom e perspectivas de futuro, trazendo aspectos de alguns casos exemplares. Retomaremos, além das noções de patrimônio, as teorias do *Agenda Setting* e do *Gatekeeper* para subsidiar as análises.

Se em um primeiro momento a Comunicação do Iphan foi importante para divulgar o “conhecimento dos valores de arte e de história que o Brasil possui” e contribuir “para o seu estudo”, por meio da Revista do Patrimônio (THOMPSON et al., 2012, p. 167) nos últimos anos ela é utilizada como “estratégia institucional”, conforme elucida Déborah Gouthier (2016). A jornalista explica que a Comunicação do Iphan pode ser entendida como estratégica institucional a partir do momento em que foi pensado e publicado o primeiro Plano de Comunicação do Instituto, em 2011.

Ao longo dos seus 82 anos de atuação, o Iphan contou e conta com profissionais da comunicação atuando em diversas frentes (promoção, assessoria de imprensa, designer, relações públicas, etc.), vinculados a diferentes áreas da repartição. Entre idas e vindas, a Ascom esteve lotada ora no Departamento de Articulação e Fomento, antigo DAF (hoje Departamento de Cooperação e Fomento - DECOF), ora no gabinete da presidência. Desde 2016, após a nomeação da historiadora Kátia Bogéa como presidente, a Ascom está de volta ao gabinete da presidência, no quinto andar do edifício sede do Iphan, em Brasília.

Para Adélia Soares, que atua como coordenadora de imprensa da Ascom, é estrategicamente melhor para o Instituto ter a Assessoria de Comunicação em contato direto com seu assessorado (ou seja, na presidência), pois isso facilita o acesso às informações. Com a proximidade entre a Comunicação, o gabinete e a diretoria do Iphan, a assessoria tem mais celeridade no acesso às fontes e informações para planejar as estratégias de comunicação; tanto para a promoção do Patrimônio Cultural e da imagem do Instituto, para o planejamento de ações em episódios polêmicos ou para a difusão de políticas e práticas de preservação patrimoniais (DINIZ, 2018).

Hoje existe o Boletim do Patrimônio Cultural em formato eletrônico e com diretrizes bem diferentes do boletim anterior. Como vimos, o Boletim SPHAN/próMemória era voltado para a promoção das práticas institucionais do Iphan e também, para a reformulação de alguns conceitos. Já o formato do boletim atual não é necessariamente para este fim. As notícias e

agendas ali publicadas são captadas de diferentes sites, e servem para divulgar não só o Instituto mas sobretudo o Patrimônio Cultural, inclusive patrimônios de outros países, por meio da sessão “Mundo”³⁶. Não há uma produção de textos para o boletim e sim uma seleção do que tem sido noticiado sobre o Iphan e o Patrimônio.

Existe o portal do Iphan na internet, além de perfis e páginas em redes sociais (*Instagram, Twitter, Facebook e Youtube*)³⁷. O portal, onde também estão inseridos os subsites do Instituto (das superintendências e Unidade Especiais) bem como as páginas e perfis do Iphan nas redes sociais são, atualmente, os principais canais de comunicação do órgão.

Esses canais de comunicação³⁸ atuam na promoção tanto do Patrimônio Cultural como da própria instituição. Acredita-se que a promoção da instituição ocorre de maneira mais sutil, o que aparece em primeiro plano, na maioria das vezes é o Patrimônio Cultural. O que se entende ser o adequado, já que é este o assunto, o objeto, a “matéria-prima” que justifica todo o trabalho do Iphan.

A ação que a gente faz, a valorização dos ofícios, a própria ação recente da valorização do ofício das baianas do acarajé, pouco se falou do Iphan. A gente promoveu aquele bem que vive uma situação de conflito lá na Bahia, essa ação promoveu diretamente o patrimônio cultural brasileiro. (PEREIRA, 2019, p. 180), (Ver apêndice D).

³⁶ Geralmente, as notícias publicadas na sessão Mundo são de jornais e sites estrangeiros.

³⁷ **Instagram:** é uma rede social de fotos para usuários de Android e iPhone. Basicamente se trata de um aplicativo gratuito que pode ser baixado e, a partir dele, é possível tirar fotos com o celular, aplicar efeitos nas imagens e compartilhar com seus amigos. Há ainda a possibilidade de postar essas imagens em outras redes sociais, como o *Facebook* e o *Twitter*. No *Instagram*, os usuários podem curtir e comentar nas suas fotos e há ainda o uso de hashtags (#) para que seja possível encontrar imagens relacionadas a um mesmo tema, mesmo que as pessoas que tiraram essas fotos não sejam suas amigas. (<https://canaltech.com.br/redes-sociais/o-que-e-instagram/>)

Twitter: a plataforma oferece aos usuários um espaço para conversação e compartilhamento de conteúdos escritos, fotografias e vídeos. Além disso, uma das principais ferramentas do *Twitter*, os *Trending Topics*, disponibiliza aos usuários os assuntos mais falados do mundo no momento.

Facebook: Nele, é possível criar um perfil pessoal ou uma Fan Page[#], e interagir com outras pessoas conectadas ao site, através de trocas de mensagens instantâneas, compartilhamentos de conteúdos e as famosas “curtidas” nas postagens dos usuários. Além de executar estas funções, também é possível participar de grupos, de acordo com seus interesses e necessidades, dentro da rede social. Atualmente, é uma das formas mais utilizadas entre aqueles que acessam a internet, para se conectar com outras pessoas e também para realizar buscas rápidas de informações, além de funcionar como espécie de centralizador de contatos. (<https://rockcontent.com/blog/facebook/#facebook>).

Youtube: Comprado pela Google em 2006, o site permite que os usuários compartilhem vídeos e interajam com seus autores através de comentários. De acordo com a companhia, a missão do YouTube é “dar a todos uma voz e revelar o mundo”. (<https://canaltech.com.br/empresa/youtube/>)

³⁸ A Revista do Patrimônio (produzida não pela Ascom, mas pela Divisão de Editoração e Publicações, do Departamento de Cooperação e Fomento) perdura, e teve os 37º e 38º números lançados em novembro de 2018, durante o Seminário Internacional sobre a Gestão do Patrimônio Cultural do Norte, em Belém (PA).

O que Bispo (2010) diagnosticou sobre as publicações do SPHAN, estende-se, hoje, aos canais de Comunicação do órgão:

Se os monumentos, as cidades históricas, as edificações, os museus e as coleções protegidos pelo Sphan são, por si mesmos, “lugares de memória” por excelência, toda a linha editorial do órgão que comenta, estuda, classifica, consolida e conserva esses bens culturais também pode ser tida como “lugares de memória” (BISPO, 2010, p. 55).

São essas mídias, esses diferentes formatos e suportes de divulgação que o Iphan vem utilizado que cristalizam a memória, transmitindo e difundindo valores patrimoniais. “Nas páginas dos periódicos, a história dos bens culturais foi contada e recontada, garantindo um efeito de verdade e oferecendo valor aos processos de patrimonialização e construção da memória nacional” (BISPO, 2010, p. 49).

Apesar do Patrimônio Cultural ser o destaque nos conteúdos produzidos pela Ascom, na maioria das vezes, o Iphan aparece como o responsável pelas ações de preservação divulgadas. Existe, inclusive, uma orientação dada aos assessores para que deixem explícitos nos seus textos que tal ação ou projeto é idealizado pelo Instituto, que tal obra é executada pelo Iphan. Num órgão que lida com questões tão complexas e plurais e que ainda é pouco conhecido pelos brasileiros, é natural que haja, por parte da Ascom, este esforço em reforçar a importância e o nome da instituição no imaginário social.

Toda organização, pública ou privada, tem uma imagem institucional, seja boa, ruim, ou não muito clara. Imagem, aqui, está sendo entendida segundo Bevis (1974, p. 206) “é o resultado líquido de todas as experiências, impressões, sentimentos, e conhecimento que as pessoas têm sobre uma empresa”.

Para Fernanda Pereira, profissional de relações públicas e atual chefe da Ascom, ao longo dos 82 anos do Iphan, a imagem do Instituto tem melhorado, mais pessoas sabem que o Iphan existe e o que ele faz. Apesar disso, segundo ela, se a Assessoria de Comunicação tivesse mais recursos isso poderia ser potencializado:

Eu acho que a nossa imagem hoje melhorou. Ela, dentro desse contexto e do governo. Hoje nós somos vistos como um órgão de resistência, por se dizer. É o Iphan que ainda consegue olhar para a questão indígena, para a questão negra. Então eu acho que a imagem, de uma forma geral, melhorou. Se nós tivéssemos mais ferramentas, se nós tivéssemos uma agência de publicidade, se a gente pudesse fazer campanhas pontuais para mostrar o patrimônio, que ele é uma construção da sociedade, mostrar que o Iphan faz a sua parte, mas em muitos casos as prefeituras e os estados que se omitem... Mas, enfim, eu acho que de uma forma geral, a imagem do Iphan, ela vem pelo menos mais na cabeça das pessoas, se reforçando mais no dia a dia. Mas falta uma coisa maior, a gente não tem dinheiro para impulsionar nossas

redes. A gente faz vídeos de uma forma caseira, mas a gente (PEREIRA, 2019, p. 174), (Ver apêndice D).

Outro ponto levantado por Fernanda Pereira é que falta mais articulação com outras áreas:

O Iphan se aproximou mais das pessoas, mas eu acho que falta mais coisa, falta uma ação mais forte nas pontas que é onde os problemas acontecem. Acho que o Iphan tem que melhorar, criar uma Comunicação, uma política de educação patrimonial para se aproximar cada vez mais da população e estreitar laços. A comunicação sozinha não vai resolver. Se a gente pudesse complementar a parte de comunicação com a área de educação patrimonial, que fizesse um trabalho de ponta, [...] seria um grande ganho. Porque as políticas elas são desencontradas, um governo aporta uma coisa maior aí entra outro governo que diminui as verbas e a gente não consegue avançar para algumas coisas, nós poderíamos contribuir mais (PEREIRA, 2019, p. 174), (Ver apêndice D).

Adélia Soares concorda com Fernanda Pereira que a visibilidade do Iphan aumentou, mas acredita que ainda assim, o órgão não é tão conhecido:

Então desse período alguns casos desse clipping que eu faço, nesse tempo todo [2009-2019] a gente vê que já existem mais matérias falando sobre a ação do Iphan em relação aos tombamentos e registros e tudo mais do que existia há dez anos. Mas eu ainda não consigo imaginar que exista grandiosamente esse reconhecimento do Iphan (SOARES, 2019, p. 206), (Ver apêndice E).

Para a jornalista, mais do que zelar pela imagem do Iphan, a ASCOM e os profissionais que ali trabalham têm a responsabilidade de mostrar para os cidadãos a importância do Patrimônio Cultural Brasileiro.

Você tem a responsabilidade de fazer o brasileiro entender como que aquele bem é importante, como que é importante você se apropriar desse bem. Qual história desse bem, o que fez na nossa história, da nossa memória. É isso que eu imprimo desde que eu entendi o que eu estava fazendo ali. [...] Acho que a nossa responsabilidade é exatamente mostrar que o Iphan é muito mais que anjinho barroco de Ouro Preto. Sem desmerecer. Mas o Iphan tem a ver com tudo isso, com toda essa tradição [...] o quanto que esses mestres e mestras que passaram nesses 80 anos de patrimônio material, nesses 20 de patrimônio imaterial, como que eles fizeram isso tudo permanecer vivo na nossa frente. A gente tem esse desafio de mostrar ao povo brasileiro que é muito mais do que anjinho barroco de Ouro Preto. Sabe aquele Fandango que está batendo aquele tamanco, aquilo é muito valioso pra gente. Acho que é nosso desafio maior enquanto ASCOM, a importância na preservação é mais na valorização, na garantia de que aquilo vai continuar existindo para quem por aqui passar. Brasileiro ou estrangeiro. Eles vão ver aquilo com aquela importância que aquela coisa tem. (SOARES, 2019, p. 205), (Ver apêndice E).

Corroborar-se com a visão de Márcia Chuva de que “Pensar sobre a instituição [Iphan] é pensar sobre seus quadros, seus agentes e os sujeitos que nela se constituem, também sobre seu multifacetado universo de ação e sobre a amplitude de suas práticas” (CHUVA, 2017, p. 79). Dos anos 2000 para cá, houve mudanças políticas e institucionais importantes que refletiram na atuação do Instituto como um todo e consequentemente na imagem institucional do Iphan.

Um exemplo extremamente significativo dessas mudanças foi a publicação do Decreto nº 3.551, em 2000, que instituiu o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial, oficializando a proteção desses bens pelo poder público quando reconhecidos como referência dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira compõem o Patrimônio Cultural do Brasil. Por meio do Decreto nº 3.551 também foi criado o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial (PNPI) e consolidou-se o Inventário Nacional de Referências Culturais (INCR). Outro exemplo foi a extinção do Departamento de Museus (DEMU), em 2009, que era um dos departamentos do Iphan, para a criação do Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM).

Como apontam os diretores do Instituto, Schlee e Queiroz (2017), de 2003 a 2016, houve uma continuidade na busca pela preservação da diversidade cultural:

[...] decresceu o número de bens “tradicionais” protegidos, a exemplo da arquitetura religiosa católica, fortificações, palácios, e buscou-se ampliar a diversidade de representação para bens pouco ou nada considerados. Destaca-se, nesse sentido, o tombamento do primeiro bem representativo da cultura indígena, os lugares indígenas sagrados denominados Kamukuwaká e Sagihenku (alto Xingu), no estado do Mato Grosso (2010) (SCHLEE; QUEIROZ, 2017, p. 118).

Schlee e Queiroz citam bens que foram tombados em estados e regiões ainda pouco representados no cenário de tombamento no país:

Os centros históricos de Belém (PA), Manaus (AM), Vila Serra do Navio (AP) ou o Encontro das Águas em Manaus (AM); o Piauí, onde foram tombados três centros históricos, de Parnaíba, Oeiras e Piracuruca, e ainda outros bens isolados reconhecidos como testemunhos da ocupação do interior do Brasil durante o período colonial; o Paraná, com os tombamentos de Antonina e Paranaguá, associados ao primeiro ciclo de exploração do ouro no Brasil, antes das Minas Gerais. Mais recentemente, como fruto de um trabalho específico, foram ampliados os tombamentos de terreiros de religiões de matriz africana, que conta atualmente com nove bens protegidos. (Ibid, p. 188).

Pode-se dizer que essa busca por reconhecer bens que representem a diversidade cultural do Brasil se manteve após 2016 até o presente. Nesse período, foram patrimonializados, por exemplo, o Marabaixo, expressão cultural de devoção e resistência das

comunidades negras do Amapá; os Geoglifos do Acre, segundo bem tombado no estado e o Museu ao Ar Livre Princesa Isabel, na cidade de Orleans (SC), que mostra a contribuição do imigrante europeu para a cultura nacional e o desenvolvimento da região.

Essa “diversificação” do Patrimônio Cultural Brasileiro foi e tem sido trabalhada pela Ascom e são, inclusive, pautas que recebem uma atenção especial. “A gente sempre deu muita importância para reuniões do conselho, mesmo antes de eu estar na coordenação.” (SOARES, 2019, p. 191).

Pela perspectiva da Teoria do Agendamento, avalia-se que as pautas do Conselho Consultivo são um caso de sucesso. Considerando-se os recursos que a Ascom dispõe e espaço modesto que é dado pela imprensa em geral para o Patrimônio Cultural, percebe-se, por meio dos clippings e da repercussão nas redes sociais, que, quando um novo bem ganha status de Patrimônio, a imprensa compra a pauta e o público tem interesse. Nas palavras de McCombs (2008, p. 206) “aquilo que a agenda midiática informa termina influenciando a agenda pública”.

McCombs, que é um dos autores da teoria, conta que a Agenda *Setting* vem sendo estudada para entender imagens das empresas (2008, p. 212). Nesse sentido, constata-se que a divulgação da diversidade do Patrimônio Cultural Brasileiro, seja por meio de pautas relacionadas ao Conselho Consultivo ou não, tem colaborado para que não só determinado bem ganhe visibilidade como também para que o Iphan seja visto como um órgão mais inclusivo, que passa a ver não só os monumentos da “pedra e cal”, as igrejas católicas ou bens das regiões sudeste e nordeste. Ampliando-se e diversificando-se a “linha patrimonial” do Instituto, ampliam-se também, consequentemente, seu alcance, seu reconhecimento pelos cidadãos como aquele órgão que zela pela nossa memória, história e referências culturais.

3.1 OS ANOS 2000 E O BOOM NA ASSESSORIA DE IMPRENSA

Muito do trabalho de comunicação que é feito hoje pela Ascom do Iphan se dá no âmbito da Assessoria de Imprensa. A Assessoria de Imprensa, como já foi mencionado, é um braço da Ascom, cujos trabalhos são desenvolvidos, majoritariamente, por jornalistas. O Manual de Assessoria de Imprensa, publicado pela Federação Nacional dos Jornalistas Profissionais (Fenaj), é um importante guia, estruturado a partir de reflexões de profissionais

da área. Em sua quarta edição, publicada em 2007, ele explica qual o papel de um assessor de imprensa:

Diante de tantas mudanças, empresas públicas e privadas não podem mais permanecer na penumbra, sem prestar contas de seus atos aos cidadãos brasileiros. E é nesse contexto que o jornalista que atua em Assessoria de Imprensa passa a exercer um papel essencial, pois é ele o profissional capacitado a preencher as lacunas entre os poderes públicos, a iniciativa privada e o terceiro setor com os meios de comunicação e, conseqüentemente com a própria sociedade (FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS, 2007, p. 5).

No Iphan, a Assessoria de Imprensa funciona de maneira integrada à Assessoria de Comunicação e é a responsável pelas demandas provenientes da imprensa, assim como elaborar estratégias e manter um relacionamento com a mesma. Neste contexto, os mesmos profissionais (jornalistas) que atendem a essas demandas são os que escrevem releases e notícias sobre as ações do Instituto, enviados para o mailing de jornalista e publicadas no Portal, respectivamente.

De acordo com as entrevistas e pesquisas realizadas, a “estrutura” de Assessoria de Imprensa no Iphan é bem recente, ainda que extraoficial e integrada à Ascom. No início da Ascom, em 1979, até os anos 2000, as atividades de atendimento e estratégias com veículos de comunicação eram feitas mais timidamente, não havia uma preocupação diária em produzir notícias, enviar releases.

Alguns fatores explicam essas mudanças, como o contexto político, as transformações das mídias e os próprios gestores do Iphan, que, em determinados períodos, impulsionaram a área de Comunicação da repartição. É importante entender que esses fatores estão correlacionados.

Em 2006, por exemplo, na gestão do presidente do Iphan Luiz Fernando de Almeida, o contexto era favorável para a promoção do patrimônio imaterial. Como citado anteriormente, durante o governo Lula houve um fortalecimento da área da cultura e a comunicação governamental passa a se preocupar com questões além do marketing político “O peso que o patrimônio imaterial teve na gestão do Lula e do Gil³⁹ não tinha como não ter uma assessoria de imprensa” (PEREIRA, 2019, p. 171).

Atualmente a Comunicação é vista pela diretoria e presidência do Instituto como uma ferramenta estratégica. Apesar de não ter cargo de diretora, a chefe do setor participa das

³⁹ Gilberto Gil, então Ministro da Cultura, ministério ao qual o Iphan estava vinculado durante o governo Lula.

reuniões da diretoria, além de acompanhar de perto a agenda da presidência. Para Duarte *et al.*, isso é uma tendência:

[...] as empresas começaram a sentir necessidade de chamar o profissional de comunicação para as discussões e ouvi-lo de forma estratégica. O assessor de imprensa se viu no papel de consultor, estrategista, gestor e não mais aquele profissional que apenas fazia a interlocução com a mídia. Sua responsabilidade foi aumentada; seu papel, valorizado; as atividades, diversificadas - mesmo que o salário não tenha tido o correspondente incremento. Agora ele é muito mais Assessor de Comunicação. Imprensa é um dos públicos, mesmo que o principal (DUARTE *et al.*, 2018, p. 12).

Outra característica das Ascoms e AIs, também já mencionado no capítulo anterior, é que a cada dia é mais fundamental que o profissional de comunicação se aproprie do seu objeto de divulgação.

Cada vez mais haverá a necessidade de que o assessor seja um especialista no que está comunicando, principalmente se trabalhar diretamente para o assessorado. Por exemplo, quem trabalha para o governo entender cada vez mais de política e do tema que o órgão está inserido (Ibid, p. 14).

A exigência de que o profissional de comunicação domine o assunto que está divulgando é necessária pois, atualmente, muitas vezes, a imprensa é apenas um dos públicos que o assessor vai lidar.

[...] diante das transformações que estamos presenciando, onde todas as pessoas passaram a ser produtoras de conteúdo, o papel do AI, que antes era basicamente o relacionamento com a imprensa, ganha um caráter global de estratégia e interação com os stakeholders⁴⁰ (Ibid, p. 15).

Até a chegada dos novos servidores, em maio de 2019⁴¹, a equipe da Ascom do Iphan era constituída por profissionais que já tinham adquirido certo domínio do tema Patrimônio Cultural. Com exceção dos estagiários, todos já atuavam na área há pelo menos dois anos.

3.2 FACEBOOK, TWITTER E INSTAGRAM: O IPHAN NAS REDES SOCIAIS

⁴⁰ *Stakeholder* significa público estratégico e descreve uma pessoa ou grupo que tem interesse em uma empresa, negócio ou indústria. Fonte: <https://www.significados.com.br/stakeholder/>

⁴¹ Pela primeira vez na história do Iphan, em 2018 houve concurso público com 10 vagas para analista de comunicação.

Na atual era digital, transformações sociais são facilitadas pela evolução das tecnologias da comunicação, como aplicativos, ferramentas do *Google* (como o *maps* e *drive*); redes sociais e as próprias tecnologias *wi-fi* e *bluetooth*, presentes em diferentes dispositivos. “As tecnologias digitais possibilitaram uma nova dimensão dos produtos, da transmissão, arquivo e acesso à informação alterando o cenário econômico, político e social” (KOHN; MORAES, 2007, p. 05).

Os acontecimentos são pautados, cotidianamente, nas redes sociais. Um exemplo no âmbito do Patrimônio Cultural foi o reconhecimento de Paraty, pela Unesco, em 2019, como Patrimônio Mundial. No dia do reconhecimento, o Iphan, em parceria com outros órgãos (prefeitura, Unesco no Brasil, Ministério da Cidadania, etc) e influenciadores digitais, fizeram um “tuitaço”⁴², com a *hashtag* #ParatyPatrimônioMundial, que alcançou os *trending topics* no *Twitter* do Brasil, ou seja, esteve na lista dos dez assuntos mais tuitados na rede social durante determinado período .

Coelho (2018) acredita que dois motivos principais justificam a necessidade do uso das tecnologias da informação: ter acesso às informações (pois há uma infinidade de conteúdos disponíveis) e o uso dessas ferramentas como instrumentos políticos.

O primeiro consiste no acesso às informações de uma forma geral. Os indivíduos que possuem acesso às ferramentas de comunicação via internet têm possibilidade de entrar em contato com uma infinidade de discursos, análises e conteúdos, instrumentos para atuação política. [...] O segundo motivo se refere ao fato de que o próprio indivíduo pode utilizar essas ferramentas como instrumentos políticos. Chegamos ao ponto em que possuir um domínio intermediário das tecnologias de informação é condição essencial para ter acesso a conteúdos centrais para participação política (COELHO, 2018, p. 28-29).

Como explica Barbosa (2012), as tecnologias alargam as possibilidades do homem como ser comunicacional:

Pensar a dimensão tecnológica é pensar em séculos de transformação do lugar do indivíduo e de seu corpo que passam a ser constituídos num outro, sempre produto da sua ação (a escrita, os meios eletroeletrônicos, a informática, e assim por diante), valorizando-se os apêndices tecnológicos como essenciais para o processo comunicacional (BARBOSA, 2012, p. 151).

⁴² Segundo o dicionário Priberam, manifestação feita na Internet através da publicação intensa de tuítes, geralmente de forma concertada e com uma *hashtag* comum.

Com o crescente aumento do número de pessoas que usam a internet para terem acesso às informações, o Iphan, nos últimos anos, tem investido na produção e difusão de conteúdo também por esse meio. No entanto, como explica Adélia Soares, por se tratar de uma instituição pública, o cuidado e a responsabilidade com o conteúdo que será divulgado é um pouco diferente.

Aqui a gente tem que falar com muita propriedade. Não dá para a gente escorregar. Você não pode chamar registro de tombamento. Você não pode vender um sítio arqueológico antes dele estar cadastrado. Aqui eu tenho que vender uma política pública do governo federal independente de quem está no governo. Aquilo é uma política pública e aquilo é lei. O Iphan é referência em patrimônio cultural no Brasil, na América Latina, então eu não posso falar besteira” (SOARES, 2018, p. 205), (Ver apêndice E).

Segundo a pesquisa TIC⁴³ Domicílios (2018), realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), por meio do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), 70 % dos brasileiros estão conectados e 30 % ainda não têm acesso à internet. Este número vem aumentando nos últimos anos. Em 2013, apenas metade da população do país estava conectada.

Entende-se que a parcela da sociedade sem acesso à internet é, de certa maneira, negligenciada pela Ascom do Iphan. Percebeu-se que não existe uma produção frequente de conteúdos para os meios tradicionais, deixando essa população que ainda não está conectada sem acesso às informações difundidas diretamente pelo Iphan.

Uma inclusão digital deficiente tem o efeito perverso não apenas no ambiente digital, mas também — e principalmente — fora dele, uma vez que impacta na própria inserção do indivíduo na sociedade como um todo. A inclusão digital resulta em uma interação otimizada nas esferas política, familiar profissional, de lazer e etc. (COELHO, 2018, p. 34).

Assim, temos a seguinte realidade exposta: o exercício da cidadania e a atuação dos indivíduos enquanto seres políticos estão progressivamente mais atrelados ao acesso e uso das tecnologias da comunicação (incluindo das redes sociais). Concomitantemente, um terço dos brasileiros não têm acesso a essas ferramentas. Entende-se, portanto, que o desafio da Ascom do Iphan é valer-se das vastas possibilidades estratégicas que os meios digitais oferecem e ao mesmo tempo pensar em ações que atendam àqueles que ainda utilizam os meios de comunicação tradicionais.

⁴³ TIC = Tecnologia de Informação e Comunicação.

3.3 OS ÚLTIMOS ANOS, AS IMPRESSÕES E ESTRATÉGIAS DE FERNANDA PEREIRA E ADÉLIA SOARES

As análises bibliográficas e entrevistas realizadas nesta pesquisa apontaram uma forte relação entre o viés dos trabalhos de Comunicação do Iphan em cada período e seus então dirigentes e chefes da Ascom. Recentemente, isso pode ser exemplificado nas últimas três gestões do Instituto (Luiz Fernando Almeida, de 2006 a 2012; Jurema Machado, de 2012 a 2016 e Kátia Bogéa, de 2016 a 2019).

“Botou ovo, tem que cacarejar. Fez, tem que publicar”. Segundo Adélia Soares, essas foram palavras ditas pela presidente do Iphan, Kátia Bogéa, logo que a historiadora assumiu a gestão do órgão. “Eu quero uma pessoa de comunicação colada em mim. Ela tem que estar comigo, onde eu for essa pessoa tem que estar comigo, me dar apoio, fazer isso. E quero todo mundo cacarejando igual galinha, botou ovo tem que publicar - São palavras dela” (SOARES, 2019, p. 195).

Este perfil “proativo” de comunicação também marcou a gestão do arquiteto Luiz Fernando de Almeida, sobretudo nos seus primeiros anos na presidência do Iphan. “Tinha na época do Nando empolgado, na época do Nando desempolgado já não tinha tanto.”, conta Adélia Soares sobre as demandas de imprensa que chegavam.

Andrey Schlee e Hermano Queiroz lembram que foi na época de Luiz Fernando de Almeida que o Iphan incorporou outros dois temas fundamentais: o de Território e o de Políticas Culturais. Eles explicam que foram estabelecidas novas estratégias para a atuação do Instituto:

- I. A adoção de uma nova narrativa, a do patrimônio como instrumento de construção de políticas nacionais: Território + Sociedade = Política Patrimonial;
- II. A reorganização institucional, com a presença do Iphan, por meio de suas superintendências, em todos os estados e DF;
- III. A articulação do Iphan com outros ministérios, principalmente com o da Educação e o das Cidades;
- IV. A institucionalização do Programa Monumenta e criação do PAC- Cidades Históricas;
- V. A apresentação de candidaturas “polêmicas” à lista do Patrimônio Mundial: Rio de Janeiro (2012) e Cais do Valongo (2017);
- VI. A aposta no Sistema Nacional de Patrimônio Cultural (SCHLEE; QUEIROZ, 2017, p. 116).

Já no período de 2012 até metade de 2016, na gestão de Jurema Machado, os trabalhos de Comunicação eram mais intimistas, reativos e “pra dentro”. “A presidente anterior queria uma coisa mais intrínseca, mais para dentro, mais voltada para o pesquisador, mais focada para a gente de patrimônio, não para produção de notícia. A presidente atual quer produção de notícias, quer divulgar” (SOARES, 2019, p. 197).

A então dirigente deu o tom “discreto” para os trabalhos de Comunicação do Iphan, mas, novamente, o contexto deve ser considerado para melhor entendermos o cenário. Nas palavras de Schlee e Queiroz (2017, p. 117), o período era de “difícil inflexão da vida nacional. Já não mais havia a estabilidade e o vigor político-econômico dos tempos de Lula”. Segundo os diretores, Jurema Machado tinha “refinada consciência do presente e seu combativo compromisso com a realidade institucional” (Ibid).

Fernanda Pereira concorda com a visão de Adélia Soares de que é o dirigente da instituição que dá o tom para os trabalhos de Comunicação. “Cada momento, cada época, cada presidente tinha um embate para fazer no momento. Um queria a promoção do Prêmio, outro queria a promoção das revistas, o outro queria publicações. Cada um chegou lá com uma ideia na cabeça” (PEREIRA, 2019, p. 171-172).

O fato dos gestores “darem o tom” para os trabalhos de comunicação pode ser analisado, também, pela ótica da Teoria do *Gatekeeper*. Ainda que esta seleção não seja feita de assunto por assunto, pauta por pauta, pode-se dizer que há um “filtro” quando determinado gestor orienta à Ascom que “fez, tem que divulgar” e outro não tem como foco a divulgação de notícias.

Além dos gestores, aderindo à premissa de que a Teoria do *Gatekeeper* pode ser aplicada a demais sujeitos, existe uma infinidade de filtros aos quais, no Iphan, os assuntos patrimoniais passam para então serem divulgados (ou não). Seja o técnico da área (arqueólogo, arquiteto, antropólogo), seja o superintendente, o diretor, o assessor que recebe a pauta, a coordenadora de imprensa, a chefe da Ascom, a diretoria, a presidente. Cada caso é um caso. A cada pauta é dada uma importância e existem, inclusive, diversas ações do Iphan que não são noticiadas pela Ascom.

Há assuntos que, praticamente por unanimidade, são vistos pelos *gatekeepers do patrimônio* como pautas preciosas, que devem ser divulgadas e bem trabalhadas. Um exemplo são as já mencionadas reuniões do Conselho Consultivo, quando há votação sobre o reconhecimento ou não de um bem como Patrimônio Cultural. A cerimônia de entrega do Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade é outro exemplo.

Outra característica percebida na Ascom atual é que, apesar do Iphan estar vinculado ao Ministério do Turismo (e mesmo quando estava vinculado ao Ministério da Cultura ou ao Ministério da Cidadania), é que as Ascoms do Instituto e dos Ministérios pouco conversam, são raras as vezes em que há uma articulação para divulgação das pautas, como houve no caso de Paraty. “Independente da configuração política atual sempre faltou essa articulação. Nesses dez anos, foram poucas as vezes em que a gente conseguiu fazer algum trabalho articulado. Pouquíssimas. Quase zero” (SOARES, 2019, p. 202).

As atividades de Comunicação dos órgãos do poder executivo, tanto da administração direta como indireta, estão vinculadas normativamente à Secretaria de Comunicação Social (Secom), órgão que compõe a estrutura da Presidência da República e está diretamente subordinada ao Presidente. “É da Secom a responsabilidade sobre a centralização das ações de comunicação institucional e de utilidade pública do Governo Federal, que antes contavam com ações isoladas das assessorias dos ministérios e outras entidades públicas” (BRASIL, 2019).

Entretanto, inexistente, ao menos na prática, uma política de comunicação geral do governo federal, bem desenvolvida, com diretrizes que organizam o fluxo de trabalho dessas estruturas de comunicação. Talvez este não fosse o melhor caminho, considerando que cada órgão do executivo tem características específicas. No entanto, é essencial que exista uma política de comunicação, ainda que específica de cada órgão.

Como esclarece Jorge Duarte:

A inexistência de uma política formal caracteriza uma política informal ou implícita. [...] As políticas implícitas tendem a gerar ações pontuais (caso a caso), assistencialistas (o agente público é o “dono” do processo) e intuitivas, em contraposição ao modelo ideal que seriam as estruturantes, integradas e globais, emancipatórias (por exigir participação ativa) e planejadas. A não-formalização induz ao improviso e à visão comprometida conforme os interesses do momento (DUARTE, 2010, p. 15).

Como explica o autor, na falta de uma política formal, padrões de comportamento e práticas cotidianas acabam ditando as regras. Isso vale para além das políticas de comunicação e se agrava se pensarmos que, no cenário público, se não existem políticas bem estabelecidas, estamos à mercê das vontades individuais ou de pequenos grupos que têm poder de decisão.

Durante a imersão na Ascom, notou-se que a inexistência de processos e fluxos de comunicação bem estabelecidos estende-se à outros órgãos do governo, como os próprios ministérios aos quais o Iphan já esteve vinculado. Acontecia, por exemplo, de várias pessoas

da Assessoria de Comunicação de um Ministério X ligarem ou enviarem e-mail solicitando as mesmas informações.

A falta dos fluxos de comunicação, sobretudo comunicação interna, é um problema recorrente. Ações ou eventos que poderiam ter um maior engajamento da imprensa e dos cidadãos são repassados à Ascom com curtíssimo prazo para divulgação (ou até mesmo no momento em que já estão ocorrendo) o que prejudica ou inviabiliza o trabalho de divulgação.

Não se fala para dentro, nos próprios departamentos. A gente não sabe o que acontece na COGEP, a COGEP não sabe o que acontece na outra coordenação lá, e ainda tem o que acontece lá no escritório técnico de Missões. Você não tem ideia do que está acontecendo (SOARES, 2019, p. 198), (Ver apêndice E).

Não existir, oficialmente no organograma do Instituto, um setor ou departamento de Comunicação acaba fragilizando a área, como explica Fernanda Pereira? “É importante para ter o nosso próprio orçamento. Hoje a comunicação vinculada à presidência, usa o recurso da presidência. Hoje ela tem a sua importância, mas fora do papel. Eu acho que no papel seria um fortalecimento maior” (PEREIRA, 2019, p. 176).

Para a chefe da Ascom, essa institucionalização da área de Comunicação seria uma das principais alternativas para se melhorar o trabalho de Comunicação do Instituto:

Eu acho que se a gente fosse uma diretoria iria ajudar. No meu entendimento, acho que o DECOF hoje deveria ser repartido e ter um cargo de diretor para comunicação, acho que assim ela se fortalece. Com uma diretoria, com outros mecanismos, talvez a gente consiga crescer para ter mais coisas, mais estrutura. Seria mais forte se virasse uma diretoria porque hoje tem muita coisa solta. A comunicação é chamada para fazer algumas coisas dentro do Iphan que estão dentro do DECOF e têm mais a ver com a comunicação. Tipo, olha o setor de publicações, por exemplo. A publicação, ela tem que andar no mesmo caminho da comunicação, pra abrir mais caminhos ali, para promover mais os livros, as coisas que a gente faz (PEREIRA, 2019, p. 176), (Ver apêndice D).

Já Adélia Soares acredita que uma comissão, com representantes dos diversos departamentos e coordenações da repartição, poderia melhorar a dinâmica de trabalho. Ela conta que houve uma tentativa de implementar esta comissão em meados de 2017 mas os próprios membros não tinham boa vontade em participar ou não entenderam o propósito da comissão. Adélia explica que o objetivo seria fazer como se fosse uma reunião geral de pauta, em que os representantes de cada setor do Instituto trariam ações que poderiam ser divulgadas, alertariam sobre possíveis questões que poderiam gerar demandas da imprensa, etc. “Quer dizer, então falta é aquilo que a gente tentou colocar lá, uma equipe de

comunicação geral do Iphan, falta o que a gente chama de política de comunicação do Iphan interna e externa” (SOARES, 2019, p. 198).

Outro ponto que ficou evidente é o papel da comunicação de gerenciar a "marca" Iphan. Além das funções já mencionadas, a Ascom tem também a função de avaliar cenários políticos e sociais e pensar estrategicamente o posicionamento do Instituto. São diversos os exemplos de casos em que a Assessoria age nesse sentido, seja orientando colaboradores do Iphan para entrevistas, decidindo qual viés terá as notas enviadas à imprensa, colaborando com a redação de discursos da presidência, dentre outros.

Nesse sentido, a Ascom é responsável pela contínua manutenção da imagem da instituição, visando o bom relacionamento com diferentes públicos, como a imprensa, os parceiros e o público-geral.

3.4 O FUTURO DO PATRIMÔNIO CULTURAL BRASILEIRO

Pensar no futuro do Iphan, ou mesmo no futuro da noção de Patrimônio Nacional, implica em perceber que o acautelamento de bens não pode significar um “fim em si mesmo”. Ao contrário, reconhecer a importância de um “monumento” (daqueles bens que, independentemente de sua natureza material ou imaterial, são legitimamente escolhidos como representativos das referências culturais de uma comunidade) exige diálogo com toda a sociedade, de maneira que ela possa assumir – direta e conscientemente – a sua real conservação e salvaguarda. No mesmo sentido, o resultado de oitenta anos de política de preservação no Brasil aponta para a construção de um novo modelo da gestão de tamanho acervo patrimonial. Uma gestão sistêmica, participativa e compartilhada, na qual cada cidadão – detentor ou não, proprietário ou não, socialmente organizado ou não – será efetivamente responsável pelo Patrimônio Cultural Nacional (SCHLEE; QUEIROZ, 2017, p. 119).

Os rumos do Iphan, pelo menos desejáveis, tendem para a busca por uma gestão participativa do Patrimônio Cultural, em que sociedade civil, empresas públicas e privadas, ONGs e associações se apropriem, valorizem e preservem o Patrimônio.

Em recente publicação feita no portal do Instituto, lê-se:

Em 83 anos de atuação, um dos desafios do Iphan é envolver a sociedade civil, gestores, detentores das práticas culturais (parceiros na preservação e salvaguarda dos bens culturais imateriais) e a comunidade científica na preservação dos bens culturais, bem como promover a compreensão do Patrimônio Cultural como vetor de desenvolvimento social e de promoção do turismo sustentável (BRASIL, 2020).

Nesse sentido, o que esperar da Assessoria de Comunicação do Iphan? Quais os pontos positivos e o que é mais desafiador? Como a Comunicação pode contribuir para que o Patrimônio Cultural esteja presente na vida das pessoas? O que pode ser feito para que haja mais engajamento e valorização dos cidadãos em relação ao patrimônio cultural brasileiro?

Após reflexões e análises feitas durante o tempo que atuei na Ascom, inquieta com essas e outras questões, mapeei traços significativos desta Assessoria, bem como pontos positivos e desafios no âmbito dos trabalhos realizados no setor.

Pau pra toda obra, profissional “Bombril”. Em muitos casos esse é o perfil do profissional multimídia, comum nas agências e assessorias de comunicação. Com o objetivo de conter gastos, usando o argumento de que hoje, na sociedade midiaticizada, o profissional precisa dominar diferentes linguagens, as empresas acabam estabelecendo uma lógica em que o profissional de comunicação deve ser cada vez qualificado e consequentemente acumular mais responsabilidades e atribuições. Somado a isso, a desvalorização do serviço público, a terceirização e o trabalho informal, intermitente, concentrando diversas funções em um reduzido número de profissionais, agrava o problema da situação dos trabalhadores da área de Comunicação:

Hoje essa diversidade de canais aumentou muito e fez com que o assessor se tornasse um multitarefa. Hoje você escreve, faz vídeo, edita, posta nas redes sociais, faz design gráfico. Então, o trabalho não só aumentou como se diversificou mais. Além disso, cada vez mais as assessorias usam menos a mediação da imprensa. Tem que falar diretamente com o público. Isso também aumenta o trabalho e a responsabilidade (DUARTE et al., 2018, p. 11).

A Ascom vive essa realidade, os assessores desempenham diversas funções. Acredita-se que, pelo menos enquanto não existir uma definição clara do setor no organograma do Instituto, esta circunstância permanecerá.

O Plano de Comunicação do Iphan, publicado em 2011, foi pensado para ser aplicado até 2015. Foi uma primeira iniciativa que focava nas prioridades do planejamento estratégico daquele período. Apesar da falta de uma política de comunicação atual e de processos bem estruturados, o trabalho, até maio de 2019 - antes do aumento da equipe - acontecia de maneira integrada, a equipe tinha o propósito comum de alcançar bons resultados e havia cooperação entre os colegas. As reuniões periódicas e o fácil acesso à chefia são outras características positivas para o bom andamento dos trabalhos, o que inclui toda a apuração,

produção e divulgação das informações. Outro ponto favorável na dinâmica de trabalho é que a equipe é estimulada a expor ideias, fazer críticas e avaliar o desempenho do setor.

De imediato, o que se percebeu após a chegada dos dez novos servidores é que o número de notícias sobre o Iphan na mídia aumentou, bem como o acesso dos internautas ao portal. No entanto, como conta Adélia Soares, muitas das notícias continuam apenas citando o Iphan (a coordenadora de imprensa relatou que as notícias sempre foram, em sua maioria, citativas), não são, necessariamente, sobre o Instituto ou sobre o patrimônio cultural. “A quantidade de notícias captadas tem aumentado. Mas as notícias ainda são meramente citativas. Ou seja, elas simplesmente falam ‘Tá em volta do Farol da Barra, bem tombado pelo Iphan’. Elas não são notícias sobre o Iphan” (SOARES, 2018, p. 206).

Neste novo quadro, com a equipe maior, ampliam-se as possibilidades de atuação da Ascom. Hoje, existem pessoas responsáveis pela comunicação interna, outras produzem conteúdos para redes sociais, o número de jornalistas aumentou. Porém, o problema com a falta de processos e fluxos de trabalho e de uma política de comunicação agravou-se.

Eu acho uma estrutura muito boa porque a gente tem uma equipe grande, bem definida e bem desenhada. Mas falta, ainda, estruturar melhor os processos, que é o que a gente tem batalhado muito atualmente. Quem faz o quê, para acabar essa bateção de cabeça que tem muito ainda. [...] Acho que o grande desafio da ASCOM hoje não é competência, não é vender pauta, não é conhecer os assuntos, é conversar entre si. Falta definir esses processos de como se trabalhar na ASCOM com a configuração que ela tem hoje e com a demanda que a presidente pede hoje. (SOARES, 2019, p. 199), (Ver apêndice E).

Ainda sobre os desafios, um deles, sobretudo quando a equipe era reduzida, dava-se na seleção (novamente, aplica-se a Teoria do *Gatekeeper*) do que seria prioridade para uma maior divulgação com a imprensa. Como o Iphan é uma autarquia de atuação em todos os estados brasileiros, a quantidade de ações promovidas e relacionadas com o Instituto é volumosa. Em alguns casos, pautas acabavam sendo pouco trabalhadas pela equipe de Comunicação, que era pequena para a quantidade de trabalho. Assim, era preciso selecionar pautas que na avaliação da equipe da Ascom e/ou da Diretoria do Instituto apresentassem um grau maior de relevância para que tivessem mais atenção dos assessores.

Para a Teoria do *Gatekeeper*, existe grande influência pessoal do jornalista sobre o que será noticiado. Entende-se, nas análises feitas da Ascom do Iphan, que existe esta influência, mas que ela não é tão grandiosa como defendem os teóricos tradicionais dessa linha.

Outros critérios como o interesse nacional; a quantidade de pessoas que o acontecimento envolve; o ineditismo; uma situação crítica; ou o investimento financeiro feito, por exemplo, influenciam mais na hora de selecionar as pautas.

Aplicam-se, também, as influências da própria “linha editorial” do Iphan, o que pode ser explicado pela Teoria Organizacional de Breed (1993):

Por ela [Teoria Organizacional], muito ao contrário de ter um imenso poder pessoal, o jornalista é levado ao conformismo no interior das empresas. [...] O jornalista adapta-se à política editorial da organização por meio de uma lógica sutil e nem sempre explícita de recompensas e punições. As normas editoriais passam a ser mais importantes do que as crenças individuais. A principal fonte de expectativas, orientações e valores profissionais do jornalista não é o público, mas o grupo de referências constituído por seus superiores e colegas (CASTRO, 2013, p. 06).

No entanto, ocasionalmente e em cada caso por motivos particulares, os assuntos selecionados nem sempre tem a repercussão desejada.

Abaixo, dois casos exemplares: o primeiro, um exemplo bem sucedido de divulgação e o segundo, uma análise de como poderia ser melhor. Nos dois casos estive diretamente envolvida com a pauta, desde a apuração até a divulgação. Assino, também, a redação dos releases.

No release, *Maranhenses recebem Casa do Tambor de Crioula* (BRASIL, 9 jul. 2018), houve uma maior mobilização da imprensa local de São Luís (MA) para a entrega da Casa do Tambor de Crioula e do Museu de Artes Visuais, que seria entregue na mesma data. Foi feito contato prévio com os principais veículos de comunicação de São Luís, convidando a imprensa para a inauguração e enviando o release de divulgação. Além disso, já havia o pré-agendamento de entrevistas com a presidente do Iphan, Kátia Bogéa e com o superintendente do Iphan no Maranhão, Maurício Itapary. A Casa do Tambor de Crioula foi pensada, sobretudo, para ser um local de encontro e transmissão de saberes associados ao Tambor de Crioula, que é um Patrimônio Cultural do Brasil. No evento houve ainda a abertura de uma exposição e o lançamento de publicação sobre o bem cultural. O espaço estava em ruínas e fechado há décadas, o que gerou expectativa na comunidade para a abertura da Casa. Foram um total de aproximadamente 10 diferentes programas de TVs locais e regionais e diversas notícias em jornais impressos e online, com destaque para nota no jornal O Estado de São Paulo, que tem circulação nacional.

Já o release *Mariana (MG) comemora reconhecimento da Unesco com exposição sobre o Patrimônio Cultural* (BRASIL, 07 dez. 2018) poderia ter sido melhor divulgado se a imprensa, o público e sobretudo a Ascom do Iphan, tivessem conhecimento prévio do título

concedido pela Unesco. O reconhecimento da Unesco mencionado na notícia é a chancela de patrimônio documental da humanidade que foi dada a um acervo do Arquivo Histórico da Casa Setecentista de Mariana (AHCSM), em Minas Gerais, que fica sob a guarda do Iphan. A Ascom soube que o Iphan tinha recebido a chancela dias depois, por ocasião da exposição que foi feita em comemoração ao reconhecimento. A Assessoria foi procurada para promover a divulgação da exposição, mas não foi informada quando o Iphan recebeu o título, sendo que este último é, de fato, o assunto destaque de interesse para a imprensa e para a comunidade. Neste exemplo, o fato era “antigo” (o fato do acervo ter sido reconhecido como patrimônio da humanidade) e pautas frias (como são chamadas no jornalismo aqueles assuntos que já não são novidade) geralmente não ganham espaço na mídia. O que foi feito pela Ascom foi divulgar a exposição e o reconhecimento da Unesco ficou em segundo plano. Ou seja, perdeu-se uma boa oportunidade de pauta positiva para o Instituto por falhas na comunicação interna.

Vale destacar que os motivos que atrapalham ou impedem a divulgação de um assunto na mídia muitas vezes fogem do controle dos próprios profissionais da comunicação, seja do Iphan ou da imprensa. Quando houve o rompimento da barragem em Brumadinho (MG) em janeiro de 2019, por exemplo, na mesma data a Ascom tinha agendado, com alguns veículos de comunicação do estado, entrevistas com a presidente do Iphan e com o diretor do Departamento de Projetos Especiais sobre ações do Iphan em Minas Gerais, que não aconteceram por conta da tragédia.

Com recente chegada de 10 novos membros para a equipe, abre-se a possibilidade de repensar as frentes e modo de trabalho da Assessoria de Comunicação, suprimindo, por exemplo, algumas necessidades como o acompanhamento mais próximo do que está sendo feito em cada superintendência do Iphan⁴⁴. Assim, será possível, trabalhar antecipadamente as pautas e ter estratégias de divulgação mais elaboradas e multimídia.

Na avaliação de Fernanda Pereira, o Iphan mantém a ousadia, a resistência, e a Ascom tem trabalhado para que a imagem do Instituto seja difundida, bem como, para que o Patrimônio Cultural esteja mais presente na vida das pessoas:

A gente ousa. Então eu acho que a gente manteve a ousadia, que foi a criação de um órgão de patrimônio numa época, em 1937, que era uma ditadura de Getúlio Vargas. Eu acho que o Iphan continua ousado. Eu acho que essas frentes que se abrem com

⁴⁴ Há uma divisão na Ascom entre a equipe de jornalistas em que cada um assessoria determinados “setores” do Iphan, de todo o território nacional. Os setores foram divididos da seguinte forma (cada setor tem pelo menos um jornalista dando suporte de comunicação, cada jornalista é responsável por alguns setores): as 27 superintendências (dos 26 estados mais do Distrito Federal; os departamentos DPAM, DPI, DECOF e DPE, sendo o DECOF dividido entre duas assessoras (uma com a coordenação nacional e outra com a coordenação internacional) o CNA e o CNL.

os parlamentares, o nosso trabalho técnico do dia a dia de fazer o evento bacana, de fazer uma peça de comunicação legal, a nossa presença nas redes, a nossa presença para a sociedade. (PEREIRA, 2019, p. 174), (Ver apêndice D).

“A apropriação que a sociedade efetivamente fará dos bens patrimoniais é um desafio perene e estrutural que se apresenta às instituições responsáveis pela proteção e a conservação de tesouros oficialmente construídos” (ARANTES, 2012, p. 112). O melhor investimento é perceber as necessidades e os desejos de cada realidade local, das pessoas que fazem parte das comunidades específicas e responder a isso com qualidade.

CONCLUSÃO

À luz das análises bibliográficas e de todos os procedimentos adotados durante o estudo, acredita-se ter argumentos legítimos para definir a Assessoria de Comunicação do Iphan como um potente instrumento de promoção do Patrimônio Cultural Brasileiro e das ações do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Os conceitos teóricos explorados nesta dissertação permitem reconhecer o trabalho desenvolvido pela Ascom como uma Assessoria de Comunicação Governamental, embora o setor não esteja oficialmente no organograma do Iphan. Acredita-se que é fundamental estabelecer cargos e estruturar essa área oficialmente no Instituto.

Para que isso ocorra, no entanto, é necessário, primeiramente, que a própria área da cultura tenha seu espaço, investimentos e políticas asseguradas pelo governo federal. Ao ser extinta a pasta do Ministério da Cultura, em 2019, o Iphan passou agora a integrar, - assim como as demais autarquias e fundações vinculadas ao MinC, - ao Ministério do Turismo e anteriormente ao Ministério da Cidadania. Além de resultar no significativo corte de recursos no setor cultural como um todo, mostra como a cultura ainda é uma área no país que carece de uma institucionalização federal mais sólida, que garanta a autonomia, orçamento, permanência e continuidade nos trabalhos do setor.

No âmbito da Ascom do Iphan, a transdisciplinaridade congênita da área possibilita identificar um hibridismo quanto às atividades desempenhadas por esta Assessoria e a mestiçagem das áreas (jornalismo, relações públicas, publicidade, design, etc) resulta na concepção de conteúdos que podem ser difundidos em multiplataformas, o que aumenta o número de receptores. Ainda assim, como quase todos os conteúdos produzidos são para meios digitais e *online*, as pessoas que não têm acesso à internet ficam de fora, o que é um problema maior, que ultrapassa as fronteiras do Iphan: a falta de inclusão social e digital.

Segundo a Teoria do *Gatekeeper*, tanto os valores de patrimônio como a ideia de narrativa de nação, que vem sendo construídos desde 1937, passam por uma série de *gates*, “filtros” dos mais diversos dentro da instituição, que podem ser profissionais de Comunicação ou não (agentes diversos do patrimônio: técnicos, diretores, presidentes, Conselho Consultivo). Essa seleção ocorre em diferentes assuntos e níveis, podendo ser desde a escolha do que será ou não divulgado nos canais de comunicação do Iphan como os próprios valores patrimoniais, que também são eleitos.

A Teoria do *Agenda Setting* pode ser aplicada para refletirmos como a Ascom do órgão opera na tentativa de agendar assuntos do Patrimônio Cultural na mídia. Esse

agendamento pode ocorrer ou não. Quando ocorre, em cada pauta há um desdobramento, podendo ser um agendamento local, regional ou nacional. É possível, em certa medida, medir a repercussão das notícias. No entanto, hoje, no Iphan, essa mensuração acontece de maneira incompleta, pois os mecanismos são limitados. O *clipping*, feito manualmente por uma colaboradora, não capta todas as notícias disponíveis *online*, nem notícias de TV, além de ficarem de fora também muitos jornais impressos. É importante conhecer e discutir algumas das características e funções da Ascom, explicadas pelas Teorias do *Gatekeeper* e do *Agenda Setting*, para que se estabeleça políticas de comunicação embasadas e conscientes de como a Comunicação opera.

As entrevistas com os profissionais de Comunicação do Instituto revelaram, por meio das experiências dos informantes, que ao longo da trajetória do Iphan, foram necessárias diferentes estratégias de Comunicação para responder às demandas de cada momento. Os entrevistados, profissionais conhecedores de Comunicação e do Patrimônio Cultural, assim como Khul e Chuva defendem, revelaram que a familiaridade com a área de atuação (seja com a Comunicação, seja com o Patrimônio Cultural) é importante para um desempenho satisfatório no trabalho. Como lembra Marialva Barbosa “São as nossas práticas que determinam também os objetos de saberes, que são objetos de poderes” (BARBOSA, 2012, p. 147). Esses profissionais e todos que já passaram pela área de Comunicação do Iphan foram sujeitos ativos na promoção e divulgação do Patrimônio Cultural Brasileiro e da imagem do Instituto.

A diversidade de bens que foram reconhecidos como Patrimônio Cultural Brasileiro ao longo dos anos, somado às ações de comunicação do Iphan e à crescente divulgação do tema “patrimônio” pela imprensa, colaboraram para que, hoje, mais pessoas conheçam o Instituto e o Patrimônio Cultural.

Para que se alcance a almejada gestão compartilhada dos bens culturais e que o Patrimônio Cultural seja utilizado como vetor de desenvolvimento e promoção do turismo, é necessário inserir no planejamento das ações do Iphan, táticas de Comunicação com os diferentes públicos (parceiros, sociedade civil, imprensa, órgãos governamentais etc). Novamente, acredita-se que a Comunicação terá uma função estratégica na história da repartição, não só de promoção e divulgação do Patrimônio Cultural, mas de difusão e legitimação de conceitos, valores e ideias de patrimônio, bem como será, cada vez mais, uma ferramenta fundamental para a aproximação dos públicos com o Patrimônio Cultural. Acredita-se que isso ocorre, conforme explica Barbosa (2012), porque o momento é

propício. A Comunicação ocupa hoje o centro da arena reflexiva também devido às possibilidades da época histórica em que vivemos.

Como se pretendeu demonstrar ao longo deste estudo, a Assessoria de Comunicação do Iphan hoje acumula todas essas funções e ocupa um lugar estratégico no Instituto não só porque vivemos numa era de avanços das tecnologias de Comunicação; mas também porque a própria Comunicação Pública tem evoluído, no sentido de que Comunicação Pública é um processo de comunicação entre diferentes atores (cidadãos, imprensa, governo, empresas etc) que se instaura em um ambiente de comunicação de interesse público. A Lei de Acesso à Informação e os canais de comunicação direta entre órgãos governamentais e cidadãos são exemplos desses avanços.

Acredita-se, por fim, que o desafio das novas comunicações e das Assessorias de Comunicação Governamental - sobretudo da Ascom do Iphan, que lida com um tema tão atrelado aos afetos e memórias coletivos e individuais, se expressam justamente em pensar na inovação, mas também nas necessidades das pessoas, nos seus laços afetivos e relações. Como disse Nizan Guanaes, fundador do Grupo ABC de Comunicação, “A zona de desconforto é a nova zona de conforto” (GUANAES, 2018, s/p).

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Sueli Angelica. Marketing da informação: entre a promoção e a comunicação integrada de marketing. **Informação e Sociedade: estudos**, João Pessoa, v. 18, n. 1, jan./abr. 2008.
- ANDRADE, Rodrigo Melo Franco de. Textos sobre o patrimônio histórico e artístico nacional. In: “**Rodrigo e o SPHAN**. Rio de Janeiro: Ministério da Cultura, Secretaria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional Fundação Pró Memória, 1987.
- ARANTES, Antônio Augusto. Patrimônio Cultural. In: LIMA, Antônio Carlos de Souza (coord.). **Antropologia & Direito: Temas antropológicos para estudos jurídicos**. Brasília, Rio de Janeiro, Blumenau: Associação Brasileira de Antropologia/LACED/Nova Letra, 2012. p. 110-124.
- AZEVEDO, Paulo Ormino de. Patrimônio Cultural e Natural como fator de desenvolvimento: a revolução silenciosa de Renato Soeiro, 1967-1979. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, Brasília, v. 35, n. 35, p. 44-63, out. 2017.
- AZEVEDO, Denio Santos; ANDRADE, Polyana Bittencourt. Turismo, Comunicação Social e Patrimônio Histórico no Estado Novo (1937- 1945). In: **XXVII Simpósio Nacional de História: conhecimento histórico e diálogo social**. Natal, jul. 2013. Disponível em: http://www.snh2013.anpuh.org/resources/anais/27/1364760592_ARQUIVO_ArtigoST77DenioAzevedo.pdf . Acesso em: 12 jan. 2020.
- BARBOSA, Marialva Carlos. O presente e o passado como processo comunicacional. **Matrizes**, v. 5, n. 2, p. 145-155, jun. 2012. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=143023787007>. Acesso em: 12 dez. 2018. ISSN 1982-2073.
- BEVIS, Joseph C. Corporate image studies. In: FERBER, Rober (edit.). **Handbook of marketing research**. New York: McGraw-Hill, 1974.
- BISPO, Raphael. Selecionar, disputar e conservar: práticas de comunicação social e constituição da memória nacional pelo Iphan. **Revista CPC**, São Paulo, n. 11, p. 33-59, nov. 2010, abr. 2011, p. 33-59.
- BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação Pública. Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- BRANDÃO, Elizabeth. “**Comunicação Pública**” – trabalho apresentado na Intercom 98, GT de Relações Públicas, Recife, 1998.
- BRASIL. **Constituição (1988)**. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Presidência da República, [2016]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em: 1 jan. 2019.

BRASIL. **Decreto nº 3.551, de 4 de agosto de 2000.** Institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro, cria o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D3551.htm. Acesso em: 06 out. 2019.

BRASIL. **Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011.** Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei nº 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências. Brasília, DF, 2011. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm. Acesso em: 22 jun. 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. Instituto do Patrimônio Histórico e artístico Nacional (Iphan). **Vídeos.** Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/videos/detalhes/242>. Acesso em: 11 dez. 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. Instituto do Patrimônio Histórico e artístico Nacional (Iphan). **Conselho Consultivo do Patrimônio Cultural.** 2014. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/videos/detalhes/242>. Acesso em: 22 nov. 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. Instituto do Patrimônio Histórico e artístico Nacional (Iphan). **Maranhenses recebem Casa do Tambor de Crioula.** 09 jul. 2018. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/noticias/detalhes/4725/maranhenses-recebem-casa-do-tambor-de-crioula>. Acesso em: 22 jan. 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. Instituto do Patrimônio Histórico e artístico Nacional (Iphan). **Mariana (MG) comemora reconhecimento da Unesco com exposição sobre o Patrimônio Cultural.** 07 dez. 2018. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/noticias/detalhes/4926/mariana-mg-comemora-reconhecimento-da-unesco-com-exposicao-sobre-o-patrimonio-cultural>. Acesso em: 15 dez. 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. Instituto do Patrimônio Histórico e artístico Nacional (Iphan). **Referencial estratégico.** 2013. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/314>. Acesso em: 11 jan. 2019.

BRASIL. **Linha do Tempo Iphan 80 anos.** Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/1211>. Acesso em 01 jun. 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. Instituto do Patrimônio Histórico e artístico Nacional (Iphan). **Comunicação.** Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/273/>. Acesso em: 11 jan. 2019.

BRASIL. **Galeria de Presidentes do Iphan.** Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/80anos/galeria/detalhes/172/>. Acesso em 01 jun. 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. Instituto do Patrimônio Histórico e artístico Nacional (Iphan). **Nova edição da revista do patrimônio é lançada durante seminário**

internacional, 3 out. 2017. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/noticias/detalhes/4376>. Acesso em: 11 jan. 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. Instituto do Patrimônio Histórico e artístico Nacional (Iphan). **Iphan: 83 anos em defesa do Patrimônio Cultural**, 10 jan. 2020. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/noticias/detalhes/5532/iphan-83-anos-em-defesa-do-patrimonio-cultural>. Acesso em: 28 jan. 2019.

BRASIL. Secretaria do Governo – Presidência da República. **História da SECOM**. 07 jan. 2019. Disponível em: <http://secom.gov.br/acesso-a-informacao/institucional/historia-da-secom>. Acesso em: 15 nov. 2019.

BREED, W. “Controle social na redação: uma análise funcional”. In: TRAQUINA, N. **Jornalismo: questões, teorias e histórias**. Lisboa: Veja, 1993.

CARDOSO, Camila de Melo. O papel da Agência Embrapa de Notícias no trabalho de Assessoria de Imprensa. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social) – Universidade de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em: http://bdm.unb.br/bitstream/10483/16504/1/2016_CamilaDeMeloCardoso_tcc.pdf. Acesso em: 22 dez. 2019.

CASTELLS, Manuell. **A sociedade em rede**. 4. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000. Volume I.

CASTRO, Alexandre. **Teorias do jornalismo, universidade e profissionalização**. 2013. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/castro-alexandre-2013-teorias-jornalismo.pdf>. Acesso em: 14 jul. 2018.

CHÁVEZ, Cristina Amescua. Secretaria Especial da Cultura. **Mesa 4 – Diversidade Cultural, Patrimônio e Memória**. 30 dez. 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ksqSmT47YYM>. Acesso em: 11 maio 2019.

CHUVA, Márcia. Entre vestígios do passado e interpretações da História - introdução aos estudos sobre patrimônio cultural no Brasil. In: CUREAU, Sandra; KISHI, Sandra; SOARES, Inês; LAGE, Claudia. (org.). **Olhar multidisciplinar sobre a efetividade da proteção do patrimônio cultural**. Belo Horizonte: Fórum, 2011. p. 37-49.

CHUVA, Márcia. Fundando a nação: a representação de um Brasil barroco, moderno e civilizado. **Revista Topoi**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 7, p. 313-333, jul./dez. 2003. Disponível em: http://www.revistatopoi.org/numeros_anteriores/Topoi%2007/topoi7a4.pdf. Acesso em: 23 mar. 2018.

CHUVA, Márcia. O ofício do Historiador: sobre ética e patrimônio cultural. In: **Copedoc**. (org.). **A pesquisa histórica no Iphan**. Rio de Janeiro: Iphan, 2008. p. 27-43.

CHUVA, Márcia. Possíveis narrativas sobre duas décadas de patrimônio: de 1982 a 2002. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, Brasília, v. 35, n. 35, p. 79-104, out. 2017.

COELHO, Mozart Aubert Nascimento. Letramento digital: novas perspectivas para a prática cidadã. **Grau Zero — Revista de Crítica Cultural**, v. 6, n. 2, 2018. Disponível em: <http://www.revistas.uneb.br/index.php/grauzero/article/viewFile/6094/3861>. Acesso em: 11 out. 2018.

COMITÊ Gestor da internet no Brasil. **TIC Domicílios**. 2018. Disponível em: <https://cetic.br/pesquisa/domicilios/indicadores>. Acesso em: 19 abr. 2019.

COSTA, Eduardo Augusto. Uma trajetória do Arquivo Fotográfico do Iphan: mudanças discursivas entre os anos 1970 e 1980. **Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material**, São Paulo, v. 24, n. 1, jan./abr. 2016. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-47142016000100151. Acesso em: 27 jan. 2019.

DECÁLOGO para bem informar. **Copyright Jornal do Brasil**, 22 jan. 2003. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/asp290120039.htm>. Acesso em: 19 jun. 2019.

DIAS, Welbia Carla. **Boletim Sphan/FNPM**: um espaço de comunicação do Patrimônio Cultural. 2012. 196 f. Dissertação (Mestrado em Preservação do Patrimônio Cultural) - Iphan, Rio de Janeiro, 2012.

DINIZ, Yara De Oliveira. #SOMOSTODOSIPHAN: o Patrimônio Cultural em evidência nos 80 anos do Instituto. **Anais do II Simpósio Científico 2018 - ICOMOS BRASIL**, Belo Horizonte (MG), v. 2, p. 3086-4007, nov./dez. 2018. Disponível em: <https://drive.google.com/open?id=108yLgUaACVnaP2zK5EyiGLXjtwTKaoS>. Acesso em: 05 dez. 2018.

DUARTE, Jorge Antônio Menna; CARDOSO, F. D.; BARROS, Antônio Teixeira de;

CARDOSO, Fernanda Devilla; SOUSA NETO, Henrique Rufino de; VIDAL, Juliana Silveira do Nascimento; ANJOS, Keule Gardenia Tôrres dos; OLIVEIRA, Maria Louiza Batista de; GUIMARAES, Marília Figueiredo. Transformações na atividade de Assessoria de Imprensa no Brasil: um panorama atual da atividade a partir de pesquisa de campo exploratória. **Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília**, Brasília, v. 11, p. 3-19, 2018.

DUARTE, Jorge. Assessoria de Imprensa no Brasil. In: **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011. Cap. 4. p. 51-75.

DUARTE, Jorge. Comunicação pública. In: SILVA, Luiz Martins da (org.). **Comunicação pública**: algumas abordagens. Brasília: Casa das Musas, 2010.

Exposição **Aloisio Magalhães**, de 2014, em São Paulo, do Instituto Itaú Cultural
Link: <https://www.itaucultural.org.br/ocupacao/aloisio-magalhaes/>

FEDERAÇÃO Nacional dos Jornalistas. **Manual de assessoria de comunicação**. Brasília: Federação Nacional dos Jornalistas, 2007. Disponível em: http://www.fenaj.org.br/mobicom/manual_de_assessoria_de_imprensa. Acesso em: 02 fev. 2018.

FEITOSA, Gabriela Sobral Marques. **O prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade - PRMFA**: análise e perspectivas de uma ação cultural. Rio de Janeiro, 2017. 171 p.

FONSECA, Maria Cecília Londres. **Da modernização à participação: a política federal de preservação nos anos 70 e 80**. Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Cidadania), Brasília, n. 24, p. 153-163, 1996.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

FRANÇA, Fabio; FERRARI, Maria Aparecida; TONDATO, Márcia. **Resultados preliminares de pesquisa sobre o estado da arte do ensino de relações públicas no Brasil**. Estudos de Jornalismo e Relações Públicas. São Bernardo do Campo, v.2, p.41-56, 20

GARCIA-CANCLINI, Néstor. ¿Qué queremos decir con diversidad y calidad en los medios?. Revista Derecho a Comunicar. In: **Revista Científica de la Asociación Mexicana de Derecho de la Información México**, n. 2, p. 02-12, 2011. Disponível em: <http://derechoacomunicar.amedi.org.mx/cgi sys/suspendedpage.cgi>. Acesso em: 28 mar. 2018.

GARCIA-CANCLINI, Néstor. Los usos sociales del patrimonio cultural. En: **Encarnación, Patrimonio Etnológico**. Nuevas perspectivas de estudio. España: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía, 1999.

GIL, Patrícia Guimarães; MATOS, Heloiza. Quem é o cidadão na comunicação pública?: Uma retrospectiva sobre a forma de interpelação da sociedade pelo Estado em campanhas de saúde. **Comunicação Pública - Interloquções, interlocutores e perspectivas**, São Paulo, p. 141-168, dez. 2012.

GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa Qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 26, n. 2, p. 20-29, jul./ago. 1995.

GONÇALEZ, Márcio Carbáca. **Publicidade e propaganda**. Curitiba: IESDE, 2009.

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. O mal-estar no patrimônio: identidade, tempo e destruição. In: **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 28, n. 55, p. 211-228, jan./jun. 2015.

GOUTHIER, Déborah Machado. **Comunicação e preservação do patrimônio cultural: a Praça Cívica de Goiânia entre afetos e histórias de jornal**. 2016. 138f. Dissertação (Mestrado em Preservação do Patrimônio Cultural) - Iphan, Rio de Janeiro, 2016.

GRIECO, Bettina Zellner. **Série memórias do patrimônio**: Entrevista com Erich Joachim Hess. 3. ed. Rio de Janeiro: Iphan, 2013. 252 p.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na Pós-Modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HOHLFEDT, Antônio; GOBBI, Maria Cristina. **Teoria da comunicação**: antologia de pesquisadores brasileiros. Porto Alegre: Sulina, 2004. 396 p.

KOHN, Karen; MORAES, Claudia Herte. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 30**. Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007. Disponível em: <http://www.intercom.or g.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1533-1.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2020.

KÜHL, Beatriz Mugayar. Ética na preservação no século XXI. In: HERNÁNDEZ MARTÍNEZ, Ascensión. (org.). **Conservando el pasado, proyectando el futuro**. Tendencias en la restauración monumental en el siglo XXI. Zaragoza: Institución Fernando el Católico, 2016. v. 1. p. 53-68.

KÜHL, Beatriz. **Unesp em Pauta**. A restauração de bens culturais arquitetônicos. 18 abr. 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GSGP7wD83f8&t=206s>. Acesso em: 09 out. 2017.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Comunicação Organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas. In: MARCHIORI, M. (org.). **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. 2. ed. São Caetano do Sul: Difusão, 2008.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Comunicação pública**: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. 2012. Disponível em: <http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/ata/pos/ppgcom/ciencias%20da%20comunicacao.%20e-books.%20%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20publica.pdf#page=14>. Acesso em: 11 out. 2019.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Relações Públicas e Comunicação Organizacional: das práticas à institucionalização acadêmica. **Revista brasileira de comunicação organizacional e relações públicas**, São Paulo, v. 6, n. 10/11, edição especial. 2009. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139003>. Acesso em: 19 de abril de 2018

LIMA, Carmen; LUCHT, Janine; SOUZA, Maria Isabel. A primeira teoria da comunicação genuinamente brasileira: o legado de Luiz Beltrão. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **V Congresso Nacional de História da Mídia**. São Paulo, 31 maio a 02 de junho de 2007. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/5o-encontro-2007-1/A%20primeira%20teoria%20da%20Comunicacao.pdf>. Acesso em: 11 mar. 2017.

MAFEI, Maristela. **Assessoria de imprensa**: como se relacionar com a mídia? São Paulo: Contexto, 2015.

MAGALHÃES, Aloísio. **E Triunfo? A questão dos bens culturais no Brasil**. Rio de Janeiro / Brasília, Nova Fronteira / Fundação Nacional Pró-Memória, 1985.

MARINS, Paulo César Garcez. Novos patrimônios, um novo Brasil? Um balanço das políticas patrimoniais federais após a década de 1980. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 29, n. 57, p. 9-28, jan./abr. 2016.

MARROQUIM, Rafael. Jornalismo e construção social da realidade: o despertar do acontecimento e a composição da notícia. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXIII. **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Caxias do Sul, RS, 2 a 6 de setembro de 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1837-1.pdf>. Acesso em: 11 maio 2019.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Comunicação e mediações culturais. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. XXIII, n. 1, p. 151-163, 2000.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos**. Petrópolis: Vozes, 2009.

MARTINO, Luiz Mauro Sá. **Comunicação e identidade: quem você pensa que é?** São Paulo: Paulus, 2010.

MATOS, Heloíza. Comunicação política e comunicação pública. **Organicom**, São Paulo, ECA/USP, n. 4, 2006.

McCOMBS, Maxwell. Um Panorama da Teoria do Agendamento, 35 anos depois de sua formulação. Entrevista concedida a José Afonso da Silva Junior, Pedro Paulo Procópio, Mônica dos Santos Melo. **Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 31, n. 2, jul./dez. 2008. Disponível em: <http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/viewFile/176/169>. Acesso em: 10 dez. 2019.

McLUHAN, Marshall. **La galaxie Gutenberg**. HMH, Montréal: édition originale en anglais publiée par To ron to University Press, 1962.

MELO, José Marques de (org.). **Comunicação, modernização e difusão de inovações no Brasil**. Rio de Janeiro; Vozes, 1978

MOTTA, Lia. **Sítios urbanos e referência cultural: a situação exemplar da Maré**. Rio de Janeiro (RJ), 2017. 238 p.

MOTTA, Lia (org.); THOMPSON, Analucia (Texto). **Um Panorama do Campo da Preservação do Patrimônio Cultural no Brasil**. Rio de Janeiro: Iphan/DAF/Copedoc, 2015.

NEIVA, Eduardo. **Dicionário Housaiss de Comunicação e Multimídia**. São Paulo: Publifolha, 2013.

PASSOS, Géio. "A comunicação pública brasileira: resistência e sobrevivência". 2018. Disponível em: <https://docplayer.com.br/76985920-Direito-a-comunicacao-no-brasil-apoio.html>. Acesso em: 18 dez. 2019.

PETRARCA, Fernanda Rios. Construção do Estado, esfera política e profissionalização do jornalismo no Brasil. 18 jun. 2008. **Revista Sociologia Política**, Curitiba, v. 18, n. 35, p. 81-94, fev. 2010. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/238/23816090006.pdf>. Acesso em: 22 nov. 2019.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Conhecimento prudente para uma vida decente**. São Paulo: Cortez, 2004.

SANTOS, Boaventura de Sousa; MENESES, Maria Paula (org.). **Epistemologias do Sul**. São Paulo: Cortez Editora, 2010. 637 p.

SCHLEE, Andrey Rosenthal; QUEIROZ, Hermano. O jogo de olhares. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, n. 35, 2017. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/revpat_35.pdf. Acesso em: 19 dez. 2019.

SOUSA, Jorge Pedro. **As notícias e os seus efeitos**. Coimbra: Minerva Editora, 2000.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media**. 2. ed. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2006.

SOUZA LEITE, João de (org.). Aloisio Magalhães - Bens culturais do Brasil - um desenho projeto para a nação. Rio de Janeiro: Bazar do tempo, 2017. 524 p.

THOMPSON, Analucia (org.). **Memórias do patrimônio**: Entrevista com Judith Martins. Rio de Janeiro: Iphan, 2010. 163 p.

THOMPSON, Analucia; LEAL, Claudia F.; BAETA; SORGINE, Juliana; TEIXEIRA, Luciano dos Santos. História e Civilização Material na Revista do Patrimônio. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, Brasília, Iphan, n. 34, p. 167-197, 2012.

TORQUATO, Gaudêncio. Comunicação na administração pública federal: a imagem dos poderes executivo, legislativo e judiciário. In: TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002. p. 111-137.

TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e histórias. Lisboa: Vega, 1993.

TRAQUINA, Nelson (org.). **Revista de Comunicação e Linguagens**. Jornalismo/2000. Lisboa: Relógio D'Água, 2000.

TUCHMAN, Gay. **Making news**: a study in the construction of reality. New York: The Free Press, 1978.

VIGNERON, Jacques. **Comunicação interna além das mídias**. 2000. Disponível em: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/45234635/Comunicacao_Interna_Alem_das_Midias.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DCOMUNICACAO_INTERNA_ALEM_DAS_MIDIAS.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20200128%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20200128T032054Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=803053fbde5711e12345bb53fc07575cd75a0d45c07817baaf21ed824f34b664. Acesso em: 10 out. 2019.

WELS, Ana Maria Córdova. Assessorias de Comunicação Social: panorama conceitual. In: **IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da INTERCOM, no XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2004, p.1-15. Disponível em: https://docgo.net/philosophy-of-money.html?utm_source=assessorias-de-comunicac-a-o-social-panorama-conceitual. Acesso em: 03 fev. 2018.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 5. ed. Lisboa: Presença, (1999).

Entrevistas

MENDES, Maria da Graça Nobre; CRUZ, Grace Elizabeth de Oliveira. Entrevista concedida a Yara de Oliveira Diniz. Brasília (DF): 21 de jun. 2018.

OLIVEIRA, Maria de Lurdes Castro. Entrevista concedida a Yara de Oliveira Diniz. Rio de Janeiro (RJ): 18 de set. 2018.

PEREIRA, Fernanda da Silva. Entrevista concedida a Yara de Oliveira Diniz. Brasília (DF): 31 de ago. 2019

SOARES, Adélia Maria. Entrevista concedida a Yara de Oliveira Diniz. Águas Claras (DF): 03 de nov. 2019

SOUZA LEITE, João de. Entrevista concedida a Yara de Oliveira Diniz e a Lia Motta. Rio de Janeiro (RJ): 25 de maio. 2018.

APÊNDICE A - ENTREVISTA COM JOÃO DE SOUZA LEITE

Entrevistado: João de Souza Leite⁴⁵

Entrevistadoras: Lia Motta e Yara Diniz

Data: 25 de maio de 2018

Horário: 13h às 14h

Local: sede da Escola Superior de Desenho Industrial da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) - Rio de Janeiro (RJ)

Período em que João trabalhou no Iphan: de 1979 até 2009

Assistente no escritório de Aloísio Magalhães enquanto ainda era estudante de graduação em Design na Escola Superior de Desenho Industrial, no Rio de Janeiro (RJ), João de Souza Leite, junto com José Laurênio de Melo, Herval da Cruz Braz, Roberto Moreira e Lurdinha Castro, já no início dos trabalhos de Aloísio no Iphan (neste momento Fundação Nacional Pró-Memória/SPHAN), fez parte do primeiro grupo de profissionais da



comunicação do Instituto. Abaixo, trecho retirado de pequeno verbete sobre João de Souza Leite:

Trabalhou na Fundação Nacional Pró-Memória, desde sua criação, sendo diretor do Núcleo de Editoração da Instituição, entre 1983 e 1990. Durante esse período, esteve envolvido no Projeto Memória Oral/SPHAN, que realizou e publicou entrevistas de antigos funcionários da Instituição. A partir de 1991, atuou como técnico consultor do Patrimônio. Aposentou-se em 2009. (...) Dentre os trabalhos publicados relativos ao patrimônio cultural, destacam-se: *E Triunfo? A questão dos bens culturais no Brasil* (1997) e *A herança do olhar: o design de Aloísio Magalhães* (2003). (THOMPSON, 2010, p. 109).

⁴⁵ Foto do acervo pessoal de João de Souza Leite.

Curador de exposições de Design, foi editor da revista D2B - Design to Branding, por duas vezes, agraciado com o prêmio de design do Museu da Casa Brasileira, São Paulo, em 2004 e 2005, por obras escritas. Atualmente é Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Design da Escola Superior de Desenho Industrial, UERJ.

Introdução

A entrevista com João de Souza Leite foi a primeira de uma série de cinco entrevistas que subsidiaram a dissertação de mestrado intitulada *O patrimônio cultural brasileiro em evidência: uma análise da Assessoria de Comunicação do Iphan*, apresentada por Yara de Oliveira Diniz no âmbito do Programa do Mestrado Profissional em Preservação do Patrimônio Cultural do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.

Foi um bate-papo informal em uma folga no expediente (horário de almoço durante o Módulo de Aulas do Mestrado) que permitiu que eu tivesse uma primeira impressão de um profissional de comunicação do Iphan do período em que a Ascom foi criada. Nesse sentido, uma entrevista foi levando à outra, na medida em que os próprios entrevistados apontavam pessoas envolvidas com a Comunicação do Instituto.

Lia Motta participou da entrevista como orientadora da minha pesquisa no mestrado, entendendo que a ideia de instituir uma área de comunicação de caráter profissional no Iphan teve início com a presença de Herval da Cruz Braz, jornalista que integrou a instituição em 1977, por meio de contrato relacionado ao Programa das Cidades Históricas, PCH, com o objetivo do fortalecimento institucional, passando em 1979 a compor a equipe de Comunicação.

Durante o tempo em que João trabalhou no Iphan, Lia também compunha o quadro de colaboradores do Instituto. O fato de serem contemporâneos foi fundamental para rememorar as ações da repartição no final da década de 1970, início da década de 1980, além de permitir que perguntas mais específicas fossem feitas sobre os primeiros profissionais de Comunicação do Iphan. Neste momento da pesquisa, tentávamos entender quem foram os primeiros jornalistas.

Lia: como era o trabalho do Herval?

João: Herval tinha um trabalho na imprensa, e ele funcionava ali (...), no tempo do ⁴⁶Soeiro.

Lia: era lá atrás, numa salinha lá atrás, era ele e uma secretária.

João: conheci o Herval quando eu fui para o patrimônio, eu fui com o Aloísio em 1979.

Lia: e o Laurênio entrou também nessa época.

João: é, entrou José Laurênio de Melo, eu, Maria de Lourdes Moreira, Roberto Moreira (...) Roberto era da área de Comunicação, professor da UnB, mas não era um jornalista de carreira. Lurdinha era jornalista. Laurênio não era jornalista, era poeta, escritor, formado em direito. Ele trabalhou na BBC de Londres. Não era jornalista de carreira como Herval, que tinha sido de jornal.

Lia: eu tentei abrir o verbete do Itaú Cultural, eu não consegui abrir, não sei por quê. Porque fala dele como escritor, mas é principalmente trazendo a história dele com aquele jornal que ele tinha com Aloísio.

João: o Gráfico Amador! Era uma editora. Antes do Iphan, quando eles eram jovens (no início dos anos 1950). Então, quando se montou o convênio, Fundação pró-memória, Iphan e PCH, aí se criou uma Assessoria de Comunicação, de fato. Uma Assessoria de Comunicação que funcionava sem necessariamente, um chefe de setor. Todos nós éramos um grupo. Era esse o grupo, basicamente. O Roberto nem tanto, o Roberto era mais pendurado no gabinete. Mas o grupo era basicamente Herval, eu e Lurdinha. Nós fizemos o boletim do Iphan.

Lia: quando tinha que interagir com jornal, por exemplo, Globo, Jornal do Brasil, passava por vocês ou era direto com o Aloísio?

João: o que acontece é que naquele momento, Aloísio vivia na imprensa em geral, televisão... Enfim... Em todo o lugar. A quantidade de entrevistas e matérias dadas por Aloísio era muito grande. Então ele tinha muita conexão. E não só isso, ele tinha um grande amigo chamado Félix de Athayde que era articulista do Jornal do Brasil. Era poeta também. Com isso ele tinha muita entrada. Eu me lembro que ele era requisitado, as pessoas vinham a ele, porque ele estava fazendo barulho. E derivado disso, me lembro, quando relancei (aí o Aloísio já tinha morrido) a Revista do Patrimônio, eu contratei uma assessoria de imprensa. Porque aí, depois de um certo tempo, essa coisa de natureza mais informal, ganhou formalização, e a Lurdinha

⁴⁶ Renato Soeiro foi o segundo diretor-geral do Iphan.

passou a ser efetivamente a chefe da Assessoria de Comunicação do patrimônio. E eu criei uma coisa que nunca se constituiu formalmente, que era a Coordenadoria de Editoração.

Lia: aí dividiu, de um grupo pequeno virou...

João: é, aí dividiu! Virou dois grupos, enfim. A gente ficou mais encarregado de outras coisas. O Herval ficou comigo. E aí a gente acabou se afastando dessa atividade (da Lurdinha) e ela concentrou basicamente (ela ainda estava em Brasília, aí depois que ela veio pro Rio, bem depois)... Essa Assessoria de Comunicação mais oficial se constituiu em Brasília, acho que ainda na época do Aloísio.

Lia: eu me lembro de ela ser uma pessoa muito próxima do Aloísio.

João: mas eu não sei como ela apareceu na história, talvez através do Henrique Oswaldo⁴⁷.

Lia: será que ela vem do fortalecimento institucional, do PCH? Henrique Oswaldo foi um dos responsáveis pelo PCH. Se você fosse marcar a origem de uma relação da origem da assessoria de imprensa, ela estaria no Herval, como jornalista?

João: sim, a origem mais remota é o Herval, não tenho a menor dúvida disso.

Lia: e daí quando Aloísio entra e traz vocês...

João: aí isso se dilui em um grupo maior e se concretiza novamente com a liderança da Lurdinha.

Yara: o que exatamente vocês faziam?

João: a gente fazia o boletim⁴⁸, na época em que a gente estava junto.

Lia: foram 46.

João: eu fiz até o 15º, no máximo.

Yara: o contato da imprensa então não passava por vocês.

⁴⁷ Henrique Oswaldo de Andrade foi coordenador nacional do Programa de Cidades Históricas, desde sua criação em 1973.

⁴⁸ Como aponta Wélbia Dias (2012), o Boletim SPHAN/próMemória surgiu como uma ferramenta ou meio de comunicação importante para a divulgação e promoção das práticas institucionais e para a compreensão de um período do Iphan, repleto de questionamentos em relação às suas práticas institucionais, como também, para a reformulação de alguns conceitos. O sentido do boletim era muito mais demonstrar a nova articulação entre as três instâncias, que representavam abordagens à questão do patrimônio diferentes entre si.

João: ligava para o gabinete, entrava em contato direto.

Lia: e não tinha uma atitude agressiva do Iphan de querer veicular...

João: não, porque era um momento em que a questão da memória nacional estava emergindo ali de uma forma muito forte, porque tinha a Globo fazendo um trabalho. Esse é um dado importante! A Globo naquele momento, a Fundação Roberto Marinho que tinha acabado de ser criada, com o José Carlos Oliveira, que está por aí ainda (o José Carlos Oliveira era o José Carlos Barbosa de Oliveira, filho do José Tarquínio de Oliveira, historiador). O Zé Carlos começou a fazer um trabalho em torno da memória nacional, e a Globo, quase que diariamente, veiculava em horário nacional filmes sobre o resgate da memória nacional (em 1979-80).

Lia: o Aloísio se aproximou muito da Fundação Roberto Marinho.

João: ele tinha uma relação, digamos, de amor e irritação, porque havia uma certa competição institucional, mas ao mesmo tempo elas se complementavam, porque, com o poder da Globo falando aquilo... imagina, no intervalo do Jornal Nacional, entrava um filme falando sobre memória nacional. Era uma coisa espetacular aquilo! Era espetacular! Mas aí tinha interesses, era uma relação tensa.

Lia: a grande queixa para o Roberto Marinho é que eles não falavam o nome da instituição. Eu estava dizendo para ela (Yara), João, uma das discussões que nós acompanhamos muito - e isso é importante para a Yara saber - a institucionalidade das coisas, para o Aloísio e para a década de 80 (que deu continuidade ao modo de trabalhar do Aloísio), não era muito importante. Porque o Aloísio trabalhava com projetos, não era tanto departamentos, eram os projetos, as ações... Ele não estava nem aí que fulano é coordenador geral disso, daquilo. Fulano está desenvolvendo tal projeto na Paraíba... Então, essa institucionalidade tinha outro caráter. Quando o João diz "aí fui eu e Herval para o boletim [sobre a concepção dos projetos]"... Laurênio foi para o boletim, né?

João: não, Laurênio ficava como uma espécie de assessor de textos do Aloísio. Laurênio, por exemplo, tinha auxiliado o Aloísio no texto que foi entregue ao Golbery⁴⁹ antes de ele assumir o Patrimônio. Eles eram muito amigos, então ele trouxe uma pessoa pra dialogar.

⁴⁹ Golbery do Couto e Silva era chefe do Gabinete Civil da Presidência do governo militar do General Ernesto Geisel, cargo que manteve junto ao general João Figueiredo e foi um dos responsáveis por Aloísio ter assumido o Iphan.

Lia: o que aconteceu... Como era uma coisa de projetos, se me pedir pra explicar a década de 80, eu fico muito nas pessoas. Não existiam diretores.

(pausa para imagem da FNpM)

João: essa era a imagem que aparecia na TV. Aloísio não era um sujeito de organizar as coisas, alguém tinha que organizar.

Lia: ele tocava os trabalhos. Tinham os dois grandes departamentos: conservação e tombamento.

João: não tinha cargo, tinha as ações.

Lia: tinha uma discussão, na década de 90 ficou muito grande, e o boletim às vezes era citado nessa discussão, entre você promover o Patrimônio Cultural e promover a instituição. O boletim era usado como exemplo de estar no meio do caminho.

João: me diz uma coisa, o que você está querendo fazer, Yara?

Yara: eu quero ver se é possível entender como a Comunicação, desde a época do Aloísio, vem construindo discursos do patrimônio.

João: eu acho que tem um conjunto de documentos importantes para isso, sem se fixar se era jornalista que estava promovendo isso ou não, que é o livro que organizei agora⁵⁰ do Aloísio. Que é um conjunto de falas...

Lia: mas o primeiro que te mostrei, “E triunfo?“, ele vai pegando vários recortes de jornal... Eu trabalhei com ele no meu doutorado. Eu fui marcando o que tinha saído nos jornais, eu tava interessada no que tinha saído nos jornais. Mas nesse outro livro, ele pega o discurso completo.

João: é excessivo, né? O Calil⁵¹ fez uma resenha até e disse assim “o organizador, fiel discípulo, não se fiou pelo principal atributo de Aloísio como designer: a concisão”. (risos) De fato, eu tentei fazer, promover uma coisa mais...

⁵⁰ O livro é *Aloísio Magalhães - Bens culturais do Brasil - um desenho projeto para a nação*, organizado por João de Souza Leite e publicado em 2017.

⁵¹ Carlos Augusto Calil, muito próximo ao estudioso de cinema Paulo Emilio Salles Gomes, foi diretor da Embrafilme, à época. Mais recentemente, foi secretário de cultura de São Paulo. Escreveu uma resenha na *QuatroCincoUm*.

Lia: ali você trouxe o pensamento de Aloísio, não importa aonde ele tava falando, os discursos... no outro, eu entendo que vocês trabalharam muito com os jornais.

João: é porque o livro “E triunfo?”, a segunda edição principalmente, tem uma relação de todos os documentos. Eu fiz aquela edição prestando atenção nisso, eu relacionei todas as entrevistas. Aí eu fiz outro livro, um livro de uma série de uma editora chamada Azougue, série chamada “Encontros”, que são basicamente entrevistas. Tem, inclusive, algumas entrevistas repetidas desse outro livro, mas ali eu reproduzi várias entrevistas, inclusive eu reproduzo no final a última grande entrevista que ele dá que é pro Zuenir Ventura, em janeiro de 1982. É editada em janeiro de 1982, ele dá a entrevista em dezembro. E eu reproduzi a íntegra da gravação da conversa. Aí, nesse último, são 60 documentos.

Yara: vou retomar o início da conversa para entender algumas coisas... Em algum momento vocês eram reconhecidos como “Assessoria de Comunicação”, eram chamados de “Assessoria de Comunicação”?

João: não. A Assessoria de Comunicação foi criada pela Lurdinha. Ela que encabeçava a Assessoria de Comunicação do Iphan.

Yara: mas era chamado desse nome, de Assessoria de Comunicação?

João: sim, em Brasília. Aí depois ela veio pro Rio aí eu não sei exatamente aonde que ela ficou.

Lia: então se quiser pensar em Assessoria de Comunicação, a origem está nesse momento.

Yara: quando ligavam para o gabinete, essa pessoa atendia as demandas da imprensa, atendia os jornalistas que vinham?

João: não, era uma secretária. Chegavam na mesa direto. Era muito informal, você tem que entender isso. O Roberto Moreira funcionava como uma espécie de chefe de gabinete, mas não era bem um chefe de gabinete.

Lia: a porta era aberta, a gente entrava quando queria.

João: e tinham umas secretárias lá que repassavam... “pode atender?”

Yara: vocês lembram de algum nome de quem estava no gabinete nessa época? O Roberto Moreira já faleceu né...

Lia: a Lícia, Lúcia...

João: a Lícia trabalhou no gabinete um certo tempo, mas ela não era secretária

Lia: eram assessoras né.

João: Lúcia Meira Lima e Lícia Olivieri, mas elas já são do tempo do Glauco.

Lia: nossa, mas que memória!

Yara: tem alguém da época do Aloísio que você acha interessante eu conversar sobre a Comunicação deste período?

João: tem o Irapoan Cavalcanti de Lyra. Quando o Aloísio se tornou secretário de cultura, o Irapoan assumiu a Subsecretaria do Patrimônio.

Lia: que, quando o Aloísio morreu, virou Sphan/pró-memória.

João: ele [Irapoan] era diretor executivo da pró-memória.

Lia: o Laurênio era muito presente... Acho que até depois que o Herval saiu ele continuou, e eu tinha a impressão que ele estava nessas coisas...

João: o Laurênio foi para o arquivo, ele fazia prefácios, revisava textos. Depois que ele saiu de lá foi trabalhar na Rocco. A edição da revista (a Revista do Patrimônio), do número 18 ao 22 ou 23, ela seguiu um modelo das publicações de Franco Maria Ricci, em Milão (...) De certa modo, rompi com o modelo anterior que era mais acadêmico, de livro, pra um formato que fosse mais em direção ao público. E depois eu me afastei da revista e ela parou de ser editada novamente e foi recuperada em um formato mais acadêmico.

Lia: Júlio Bandeira, onde você o encaixa nessa história?

João: o Júlio é uma pessoa pra você [Yara] conversar. Ele trabalhava no Jornal do Brasil e era a pessoa do jornal que cobria essa área da cultura, e num determinado momento ele foi absorvido pelo patrimônio como funcionário.

Lia: e ele fazia o que, *tava* no boletim, na revista?

João: ele trabalhava comigo. O Júlio entrou depois da morte do Aloísio, já com Marcos Vilaça. Tem que procurar o Júlio, porque era uma pessoa do outro lado. Outra pessoa que você pode procurar é o Leonel Kaz. O Leonel era o responsável pelo segundo caderno do

Globo numa época em que se publicou muitas coisas, muitas entrevistas com o Aloísio, depois virou secretário de cultura do estado. Eu insisto nisso: a construção da coisa do patrimônio através da imprensa, você tem que ver essas entrevistas todas do Aloísio, nesses dois livros meus, você tem quase tudo.

REFERÊNCIAS

DIAS, Welbia Carla. **Boletim Sphan/FNPM: um espaço de comunicação do Patrimônio Cultural**. 2012. 196 f. Dissertação (Mestrado em Preservação do Patrimônio Cultural) - Iphan, Rio de Janeiro, 2012.

THOMPSON, Analucia (org). **Memórias do patrimônio: Entrevista com Judith Martins**. 1 ed. Rio de Janeiro: Iphan, 2010. 163 p.

ESCAVADOR. **João de Souza Leite**. Disponível em:

<https://www.escavador.com/sobre/2555607/joao-de-souza-leite>. Acesso em: 5 jul. 2019.

APÊNDICE B - ENTREVISTA COM GRAÇA MENDES E GRACE ELIZABETH

ELIZABETH

Entrevistadas: Maria da Graça Nobre Mendes e Grace Elizabeth de Oliveira Cruz

Entrevistadora: Yara Diniz

Data: 21 de Junho de 2018

Horário: 18h17 às 20h23

Local: casa da Grace - Brasília (DF)

Período em que Graça trabalhou no Iphan: 1982 até 2010

Período em que Grace trabalhou no Iphan: 1986 até 2010

Graça Mendes⁵² nasceu em Belém do Pará, onde viveu até 1974, ano em que se mudou com a família para Brasília. Graduiu-se em Comunicação Social - Jornalismo, na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, em 1982. Ainda estudante, atuou na Assessoria de Comunicação Social do Ministério da Fazenda e fez estágio na Fundação Nacional Pró-Memória. Já contratada, trabalhou como editora do Boletim Sphan/próMemória; redatora da Assessoria de Imprensa do gabinete do ministro da Cultura; pesquisadora, redatora e revisora da Pró-Memória Vídeo; redatora e editora do Jornal do Iphan e do Informativo Notícias do Patrimônio; coordenadora



de Difusão no Departamento de Articulação e Fomento do Iphan. Neste departamento, trabalhou na realização anual do Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade; organização, redação e lançamento do Relatório de Atividades do Iphan; organização e produção de eventos; redação e revisão de textos em português e inglês; distribuição de publicações para instituições públicas e privadas. Atuou também na área de intercâmbio do Iphan e como assistente de edição da Revista do Patrimônio Mundial nº 57, publicada pela Unesco em português, inglês, francês e espanhol, e lançada durante a 34ª Sessão do Comitê do Patrimônio Mundial da Unesco, evento organizado pelo Iphan e Ministério da Cultura em Brasília, em 2010. Durante cinco anos foi professora de língua inglesa no Instituto Britânico Independente

⁵² Foto do acervo pessoal de Graça Mendes.

(IBI), em Brasília. Atualmente, trabalha na Assessoria de Comunicação Social da Defensoria Pública da União.



Grace Elizabeth de Oliveira Cruz⁵³ tem 63 anos, nasceu em Goiânia, (GO). Em 1978, formou-se em Comunicação Social em Brasília, onde reside atualmente. Desde 2010 é funcionária aposentada do Iphan, onde, por mais de dez anos, dirigiu a área de promoção responsável pelos projetos educativos e editoriais, além das ações de difusão, intercâmbio, eventos e exposições. Foi a idealizadora da marca do Iphan criada em 1997, pelo *designer* Victor Burton e redatora do Manual de Aplicação da Marca, bem como do Manual de Sinalização Funcional do Iphan. Também coordenou a equipe que

produziu o *Guia Brasileiro de Sinalização Turística* em conjunto com o Denatran e a Embratur, do Ministério do Turismo. Concebeu a série de Relatórios de Atividades do Iphan publicada entre 1996 e 2004.

Durante dez anos, a partir de 1986, foi assessora técnica e substituta do diretor do Museu Villa-Lobos, o violonista Turibio Santos, no Rio de Janeiro onde era responsável também pelas atividades promocionais, incluindo o Festival Villa-Lobos e suas publicações. Coordenou, ainda, os eventos brasileiros comemorativos do Centenário de Nascimento de Heitor Villa-Lobos em 1987. Na área cultural, no Rio de Janeiro, onde residiu por mais de 25 anos, realizou inúmeros projetos com renomados músicos brasileiros. Entre eles Antônio Guedes Barbosa, Arthur Moreira Lima, João Carlos Martins, Paulo Moura, Turibio Santos, Elomar, Wagner Tiso, Egberto Gismonti, Paulinho da Viola, Raphael Rabello, Olivia

⁵³ Foto do acervo pessoal de Grace Elizabeth.

Byington, Hermeto Paschoal, Quinteto Villa-Lobos, Orquestra Brasileira de Violões, Quarteto Bessler; e maestros como Eleazar de Carvalho, Davi Machado, Claudio Santoro, Edino Krieger e Roberto Duarte. Produziu ainda as turnês brasileiras dos artistas Mercedes Sosa, Ataulpa Yupanqui e Astor Piazzolla. Coordenou durante dois anos o Circuito de Música Erudita e o Circuito de Artes Plásticas promovido pela Sul América Seguros e fez parte da equipe do Theatro Municipal do Rio de Janeiro, na montagem da ópera *La Traviata*, sob a direção do cineasta Franco Zeffirelli. Entre 1981 e 1986 foi assistente de direção do emblemático selo Kuarup, no Rio de Janeiro, quando realizou centenas de espetáculos e concertos em todo o Brasil, além da produção do catálogo discográfico daquela instituição.

(Textos cedidos pelas entrevistadas)

Introdução

A entrevista com Graça Mendes e Grace Elizabeth foi a segunda de uma série de cinco entrevistas que subsidiaram a dissertação de mestrado intitulada *O patrimônio cultural brasileiro em evidência: uma análise da Assessoria de Comunicação do Iphan*, apresentada por Yara Diniz no âmbito do Programa do Mestrado Profissional em Preservação do Patrimônio Cultural do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.

Assim como ocorreu com João de Souza Leite, o primeiro entrevistado, foi uma conversa informal, na casa de Grace, em Brasília (DF), em uma terça-feira após o expediente de trabalho. Nos primeiros contatos que fiz com elas, por *e-mail* e telefone, expliquei que estava pesquisando sobre a trajetória da comunicação do Instituto e que colaboradores que estão e que passaram por lá haviam me indicado conversar com as duas. Peguei uma carona com a Graça e durante o trajeto já fomos conversando sobre ela, o Iphan e minha pesquisa. Chegando na casa de Grace, continuamos o bate-papo falando um pouco sobre a história profissional delas e como foram parar no Iphan.

Graça: A Grace tem uma grande experiência em produção cultural e esta experiência foi uma grande contribuição para nós do Iphan, na área da promoção. Em minha opinião, o Iphan deu um salto! Acho que crescemos na promoção das ações desenvolvidas pelos técnicos. Muitas ações eram desenvolvidas, como as publicações, mas nem todas chegavam ao público. Não me lembro bem, desde quando as edições existiam?

Grace: Desde 1937

Graça: Então, desde que o Iphan foi criado. Tudo era restrito aos iniciados e interessados em patrimônio cultural. E com a incrementação da área de promoção, nós começamos a levar o Iphan para fora dos seus limites. Para divulgar as publicações começamos a participar de feiras e bienais de livros como as de São Paulo e do Rio de Janeiro, mostrar a “cara” do Iphan mesmo.

Yara: Isso de que ano que a gente está falando?

Grace: A partir do final da década de 1990

Graça (perguntando para Grace): Em qual ano mesmo você entrou no Iphan?

Grace: Eu entrei em 1986.

Graça: Eu entrei em 1982... o João de Souza Leite, por exemplo, da área de publicações, já estava lá... Ainda era Pró-Memória. A minha chefe na época era Lurdinha Castro. Ela é uma pessoa interessante para você conversar, por sua experiência no Iphan. Atualmente, ela mora no Rio. Quando eu cheguei na Sphan/próMemória, ela já estava revolucionando tudo também.

Yara: Porque não existia uma “assessoria de comunicação” antes dela chegar, não é?

Graça: Era uma coisa muito informal.

Grace: Antes de falar sobre esse assunto, gostaria de falar um pouquinho sobre a minha vida profissional já que a Graça mencionou no início da nossa conversa. Ainda muito jovem e recém-formada fui trabalhar no Departamento de Comunicação da Sul América Seguros, no Rio de Janeiro. Foi um momento muito feliz, pois a Companhia tinha uma política importante de apoio à cultura, notadamente apoio à música clássica e às artes plásticas. Existiam os Circuitos Sul América de Música Erudita e de Artes Plásticas. Também, o Projeto Aquarius com o jornal O Globo. Participei da produção do primeiro projeto Aquarius, na Quinta da Boa Vista com a Orquestra Sinfônica Brasileira. Em poucos meses, passei a coordenar o Circuito de Música e nessa época me relacionei com todo o mundo da música. Foi uma experiência muito rica para mim. Nesse período, inclusive, conheci Arminda Villa-Lobos e Turibio Santos que mais tarde viria a ser diretor do Museu Villa-Lobos. Isso foi lá pelos idos de 1978, 1979. Em seguida, fui convidada pelo Mario de Aratanha, diretor da Kuarup produções, para trabalhar com ele. Esse talvez tenha sido o mais emblemático selo de gravação do Brasil, porque produziu de forma independente o que havia de mais genuíno na música brasileira de concerto e, sobretudo, instrumental. Lá, eu fiquei por cinco anos.

No início de 1986, alguns meses depois da morte da Dona Arminda Villa-Lobos, criadora do Museu Villa-Lobos e sua diretora até 1985, o violonista Turibio Santos foi nomeado diretor do Museu por sua grande ligação com Dona Arminda, com o museu e com a música do compositor. Nesse momento, Turibio convidou-me para ser sua assessora e assim começou minha trajetória no patrimônio. Eu fui para o Museu tendo como primeira missão coordenar o centenário de nascimento de Heitor Villa-Lobos que seria em 1987.

Graça: Os museus eram vinculados ao sistema Sphan/próMemória

Grace: Os museus nacionais eram todos vinculados ao Iphan, eles eram unidades descentralizadas. Em 1996, vim para Brasília. Na mesma época, Luiz Bolcato Custódio, que era superintendente do Iphan no Rio Grande do Sul, também veio para assumir o Departamento de Promoção a convite do então presidente do Iphan, Glauco Campello. Custódio ficou pouco mais de um ano, mas sua passagem por Brasília teve a maior importância. Sob sua direção o tema Educação Patrimonial começou a ser discutido como programa nacional dentro do Iphan. Foi ele também que deu início à parceria com a Polícia Federal/Interpol, para implantação do Cadastro Nacional de Bens Culturais Procurados e à campanha de Luta contra o Tráfico Ilícito de Bens Culturais. Devemos a ele a criação do Mercosul Cultural e todo empenho para que o Brasil tivesse direito a voto e veto no Comitê do Patrimônio Mundial da Unesco. Custódio voltou para Porto Alegre quando Carlos Heck assumiu a presidência do Iphan. Continuamos suas lutas, pois o Departamento já estava em Brasília e sobre isso a Graça pode falar melhor, pois ela também já estava de volta a Brasília desde os tempos do Aloísio Magalhães.

Graça: Eu trabalhei pouco tempo com o Aloísio, foram seis meses. Eu entrei em 1982 no início do ano e ele morreu em junho.

Grace: O Departamento de Promoção não tinha a estrutura de hoje. Não havia uma assessoria de imprensa, na estrutura organizacional do Iphan. O que havia na Sphan/próMemória era uma área de promoção fundamentada num conceito mais abrangente, mais voltado para as relações institucionais e para a sociedade de um modo geral, onde as ações de educação, editoração e difusão sempre foram priorizadas. Não existia um serviço com foco na imprensa, embora nós defendêssemos que o mesmo devesse existir no gabinete da presidência. O departamento era composto por três coordenações: Difusão, Editoração e Intercâmbio. As três áreas trabalhavam de forma harmônica e integrada. Eram interdisciplinares e tudo era decidido em conjunto por toda a equipe. A educação patrimonial era coordenada pelo João Tadeu Gonçalves, mas todo o departamento lhe dava suporte e participava ativamente do tema.

Graça: Como está hoje?

Yara: Na verdade, esse conceito de assessoria de imprensa é o que eu estou tentando trazer para a minha dissertação. Tem uma assessoria de comunicação, mas boa parte da equipe faz assessoria de imprensa.

Grace: Porque no governo se chama assessoria de comunicação social. Antigamente, no governo federal era assessoria de imprensa. Depois mudou para assessoria de comunicação.

Graça: Na minha área, por exemplo, lá da DPU (Defensoria Pública da União), tem a Assessoria de Comunicação Social - Ascom, que inclusive, é uma denominação genérica do governo. Dentro tem uma Coordenação de Imprensa e uma Coordenação de Publicidade. O “guarda-chuvão” é Ascom.

Grace: No Iphan, desde o final da década de 1980 existia o Departamento de Promoção – Deprom. Depois, por um pequeno período, durante uma mudança do Governo Federal, se transformou numa assessoria da presidência com assento na diretoria colegiada, mas sem direito a voto. Coisa sem pé nem cabeça... Em seguida, voltou a ser Deprom. No início dos anos 2000, houve a determinação do MinC [Ministério da Cultura] de se criar dentro do Iphan o Departamento de Museus - Demu, que seria o embrião do Instituto Brasileiro de Museus, idealizado por José do Nascimento Júnior. O Demu seria encarregado dessa transição. A “promoção” deixou de ser departamento porque na organização do Iphan só se permitia quatro departamentos e a maneira encontrada para cumprir a determinação de criar o novo departamento de museus foi mexer na área de promoção que perderia o “status” de departamento, se transformaria numa coordenação-geral, mas continuaria com as mesmas atribuições e com assento na diretoria colegiada.

Yara: E quem era diretor?

Grace: Nessa época, quando virou Cogeprom? Era eu. No Deprom era eu.

Graça: O Custódio já tinha saído...

Grace: Sim, ele ficou um período pequeno, até o início de 1999. Ele estava de férias quando o Carlos Heck⁵⁴ foi nomeado, se exonerou e não voltou mais a Brasília. Eu fiquei como substituta “eterna”. O Heck nomeou uns oito diretores que nunca chegavam, nunca vinham, era uma tragédia, e eu sempre respondendo oficialmente pelo departamento.

Yara: E a Lurdinha estava onde nessa época? No Rio?

⁵⁴ Carlos Henrique Heck foi presidente do IPHAN de 1999 a 2002.

Graça: A Lurdinha estava aqui em Brasília na época da Sphan/próMemória, ela trabalhou em 1982, 1983 e eu acho que no começo de 1984 ela foi pro Rio.

Yara: Mas ela estava dentro desse departamento?

Graça: No começo sim, mas quando ela foi pro Rio de Janeiro não. (perguntando para Grace) Quando começou esse movimento de trazer pra Brasília?

Grace: Foi exatamente nesse período por volta de 1984.

Graça: Aí ela [Lurdinha] foi pro Rio.

Grace: Os outros departamentos já estavam instalados em Brasília, só a área de promoção continuava no Rio de Janeiro. Mesmo quando o departamento veio para Brasília uma parte continuou no Rio, que era a editoração, a gente se recusava a trazer para cá porque já tinha uma estrutura muito sólida lá no Rio.

Graça: Que era o João de Souza Leite, a Ana Carmem Jara Casco, o Zé Nonato.

Grace: Nessa época o João de Souza Leite já não estava mais no departamento, acho que ele estava na presidência, no Rio. Quem coordenava a editoração era o Sebastião Uchoa Leite, um poeta de muito talento e prestígio, já falecido e que imprimiu uma grande importância às edições do Iphan. Essa parte da editoração ficava no Rio e não tinha porque trazer pra cá porque as pessoas não podiam se mudar pra Brasília. Um dos nossos revisores era o Álvaro Ramos, que também era assistente do Houaiss. Depois da morte do Sebastião, a Ana Carmem assumiu a Coordenação de Editoração. Ana Carmem é uma arquiteta do Iphan e professora da Universidade Federal Fluminense que desenvolveu um trabalho muito sério e de grande qualidade na área editorial. Ela também foi muito importante junto com João Tadeu Gonçalves no desenvolvimento do programa de educação patrimonial. Ela também elaborou, com o Álvaro Ramos, o Manual de Redação, para nortear as publicações do Iphan. Hoje, nem sei se as pessoas têm conhecimento desse manual. Eu tenho cópia dele. Mas, o mais importante pra você entender sobre essa questão conceitual da nomenclatura, é que a área de promoção tinha um conceito amplo, não só de uma simples assessoria de imprensa, mas de manter o diálogo da instituição com a sociedade, em todos os níveis. E uma das formas para viabilizar a comunicação das ações do Iphan era o informativo chamado de “Boletim”, que era muito bem elaborado.

Graça: O boletim era da época da SPHAN/Pro-memória

Grace: Yara, você já teve acesso a esse boletim?

Yara: Sim, já vi algumas coisas sim... tem a dissertação da Welbia Dias sobre.

Graça: O boletim era distribuído até para fora do Brasil. Porque havia um intercâmbio, informal, entre instituições da América Latina de preservação do patrimônio. Equador, Uruguai, Argentina.... Ia para as embaixadas, para as Casas do Brasil no exterior, quando elas ainda existiam. Era escrito só em português, mas as pessoas da América Latina tinham grande interesse nele. Eu não me lembro se foram 48 números...alguma coisa assim. Era bimensal. Eu comecei nele como estagiária e fiquei bastante tempo, quando fui pro Rio, entre 1984 e 1985, nessa época a chefe era a Lurdinha Castro ... A Lurdinha é uma pessoa interessante pra você conversar, porque ela estava na Pró-Memória desde a época do Aloísio Magalhães, com quem trabalhou diretamente. Inclusive, na idealização dessa área que a Grace está falando. Que é a área que a fazia a aproximação da instituição com o mundo externo.

Grace: E não só com o mundo externo, mas também viabilizava as relações internas. Era o eixo que ligava todos os setores de atuação do Iphan.

Graça: Também

Grace: Era o setor que tornava possível a interdisciplinaridade numa instituição tão plural. Era a área que perpassava por todos os departamentos e fomentava o relacionamento interno. E aí, incluindo todas as superintendências e museus por todo o país, além da administração central.

Graça: Por exemplo, aqui em Brasília, a sede do Iphan era um prédio no setor comercial norte, todo mundo se conhecia. Era uma estrutura muito menor. O Aloísio Magalhães fazia umas coisas interessantíssimas. Se não me engano, era toda sexta-feira, quando ele estava em Brasília e chamava todos os funcionários, das 14h às 16h, para conversar sobre o que estávamos todos fazendo. Naquela época, existia o Projeto Interação, que viajava o Brasil inteiro e todos que participavam do projeto davam seus relatos. Era importante saber, por exemplo, o que estava sendo feito na nossa região Centro-Oeste e o que estava sendo realizado em todas as áreas. A superintendência do Centro-Oeste era enorme, era a maior do Iphan e era difícil tomar conhecimento de tudo.

Grace: As superintendências eram organizadas de outra forma, eram quatorze apenas. Algumas, por região, outras por estado Por isto, a chamada 14ª Superintendência era tão grande, englobava todo o Centro-Oeste mais o Distrito Federal.

Graça: Era mesmo muito grande, depois foram criadas outras superintendências.

Grace: Superintendências por estado.

Graça: No tempo do Aloísio Magalhães a gente cabia dentro de um auditoriozinho no prédio, era pouca gente em Brasília.

Grace: Depois do Aloísio quem entrou foi Joaquim Falcão? Já nem me lembro.

Graça: Não, entrou o Marcos Vilaça.

Grace: Exatamente, foi o Marcos Vilaça.

Graça: Ele manteve um pouco as práticas de Aloísio Magalhães. Ele deixou o barco correr, não tinha o carisma do Aloísio, mas a instituição foi andando.

Grace: Porque o Aloísio foi muito importante para abrir os olhos do Iphan para uma ideia de patrimônio cultural muito mais abrangente, que vai além do patrimônio de “pedra e cal”. Nessa época, por exemplo, o patrimônio imaterial começou a ser discutido com maior ênfase. Além de ter sido um *designer* muito importante. É considerado pioneiro na introdução do *design* moderno no Brasil.

Graça: Ele foi o *designer* das notas do cruzado novo, da marca da Petrobras, de tantas outras muito conhecidas.

Grace: De marcas conhecidíssimas, da primeira marca da TV Globo, Unibanco, Bienal de São Paulo, Banco Central, Souza Cruz, Itaipu Binacional e muitas outras. Além de ter deixado muitos discípulos, entre eles, Victor Burton, criador da marca do Iphan.

Graça: Foi a época em que o Iphan começou a ser conhecido realmente, porque aí o Iphan não era mais aquela repartição lá naquele prédio no Rio de Janeiro que só cuidava de restauração de igreja. Porque o Aloísio ouvia a comunidade “o que vocês querem preservar”, e era muito isso que a Grace falou, muito interdisciplinar. Tinha antropólogos, historiadores, arquitetos, tinha sociólogos, tinha o pessoal da área de comunicação... E aí ele montava uns seminários, eram seminários incríveis, iam para as cidades pequenas, não era mais aquela coisa de Minas, Bahia e Rio de Janeiro. Começou a ir pro sul, pro norte...

Grace: Ele é autor, inclusive do livro “E Triunfo?”, onde está presente a discussão sobre o papel que os bens culturais devem desempenhar no processo de desenvolvimento do país, mesmo nas localidades mais distantes dos centros urbanos, como a cidadezinha de Triunfo, no alto sertão de Pernambuco.

Graça: É...lá em Pernambuco.

Grace: “E Triunfo?” é um livro é maravilhoso, não sei se você já leu.

Yara: Não, ainda não.

Grace: Está à venda no Iphan. É uma herança importante do Aloísio que também sempre foi muito preocupado com questões de educação.

Em resumo, o departamento tinha essas especificidades, com foco nas questões educativas e nas edições do patrimônio - porque a gente precisava registrar tudo que se fazia. O Iphan é um grande manancial de conhecimento e tudo que se produz na instituição precisa ser registrado.

Graça: E também havia a prática de produção de eventos... Mas a parte de imprensa era menor.

Grace: A parte de imprensa, na verdade, funcionava em função dos fatos. Ela não ficava perdida ali no meio, ela estava a serviço dos acontecimentos.

Graça: “Ah, vamos fazer os 50 anos do Iphan”, a gente fez.

Grace: Quando o Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade foi criado.

Graça: Foi em 1987, Lurdinha Castro estava no departamento, fizemos uma solenidade no Palácio Gustavo Capanema, no Rio.

Grace: Houve também a Revista do Patrimônio comemorativa dos 50 anos, mas que só ficou pronta no ano seguinte, salvo engano. (risos)

Graça: Aí sim, a gente corria atrás da imprensa, quando os fatos pediam uma divulgação mais ampla.

Grace: Como no caso do Prêmio Rodrigo, contratávamos, pontualmente, uma assessoria externa. O fato é que sempre tivemos boa aceitação da imprensa. O relacionamento Iphan/imprensa nunca foi um problema.

Graça: Mas era uma coisa amadora, tipo o pessoal lá no Rio “ah, eu conheço fulano no Globo, eu conheço alguém do JB” e nós fazíamos contatos com os jornalistas. Por isso, sentíamos a necessidade de uma assessoria de imprensa formal.

Grace: Mas a Graça falou que o Boletim era distribuído no exterior e isto ocorria também com a Revista do Patrimônio. Não se tratava de uma distribuição, mas a Revista, apesar de ser escrita só em português, tinha uma vendagem expressiva no exterior, principalmente, na França. Além da Revista, outras coleções eram trabalhadas e sempre em cooperação com especialistas do Iphan e também de outras instituições. A Revista do Patrimônio, que foi criada por dr. Rodrigo em 1937, sempre foi a “menina dos nossos olhos”. Fazíamos o

impossível para preservá-la de qualquer ingerência política ou até mesmo de falta de verba. Este atual formato e *design* existe desde a gestão do presidente Glauco Campello, que convidou o *designer* Victor Burton, para criar um novo projeto gráfico para a revista.

Yara: Isso foi quando?

Grace: Se não me falha a memória, foi em 1995.

Graça: Logo depois dessa mudança da revista, quando a Grace veio para Brasília em 1996, ela chamou o Victor Burton para criar a marca do Iphan.

Grace: É...

Graça: O projeto de criação da marca foi um trabalho que durou cerca de um ano.



Figura 01: marca do Iphan

Grace: Tive essa ideia porque achava que uma instituição do peso do Iphan precisa ter uma “cara”, uma identidade visual. O Ibama, o Inmetro, e várias outras organizações tinham marca, mas o Iphan, não. Era a única instituição que estava presente no Brasil inteiro, precisava de uma marca. Apresentei a ideia ao Custódio, que adorou e levou a proposta ao presidente Glauco Campello e ele deu sinal verde. Minha proposta era criar uma marca que pudesse mudar de acordo com os diversos temas do patrimônio cultural, pra não ficar uma coisa tão rígida. Que também pudesse aproveitar aquela placa de bronze criada pelo Doutor Rodrigo, que identificava o patrimônio cultural brasileiro e era afixada nos prédios tombados.

Graça: Nela estava fundido “patrimônio histórico e artístico nacional”.

Grace: Exatamente! Nós convidamos o Victor Burton, que eu já conhecia, já tinha feito muitos trabalhos com ele, que ficou empolgadíssimo. Ele sempre teve uma ligação muito forte com o Iphan, com o patrimônio, até por conta da sua relação com o Aloísio.

Graça: Ele deu de presente.

Grace: Para criar a marca ele não cobrou. A gente comprou a passagem dele pra vir a Brasília, umas duas vezes, depois eu fui outras ao Rio. Eu apresentei a ele a ideia, pois acreditava que a marca do Iphan precisava representar a pluralidade do patrimônio nacional. Depois de muita conversa ele nos apresentou sua proposta inicial. Uma marca montada em três partes: um elemento que pudesse ser alterado, um campo central com a sigla e outra parte que remetesse à placa de bronze do doutor Rodrigo. Essa primeira ideia foi bastante trabalhada durante alguns meses até chegar na marca que temos hoje, que foi aprovada pelo presidente do Iphan e pela diretoria colegiada.

Graça: Mas eu estou querendo voltar um pouco nossa conversa, porque você [Yara] falou que o foco da sua pesquisa é assessoria de imprensa, não é? É pra implementar uma assessoria, ou para estudar o que se tem hoje?

Yara: É para estudar o que tem hoje.

Grace: Isso que tem hoje é muito recente, é depois que a gente saiu do departamento.

Graça: É, isso é bem recente.

Yara: Sim, mas não foi do nada que chegou onde está... Eu estou querendo entender.

Grace: Acho que essa ideia de assessoria começou por conta do portal do Iphan, na internet.

Graça: Eu também acho.

Grace: O Iphan tinha um *site* muito rudimentar, muito rígido, com pouquíssimos recursos tecnológicos.

Graça: O *site* foi feito na nossa sala, lembra? Com a Yeda Barbosa, arquiteta que trabalhava conosco e mais um estagiário. Este embrião do *site* do Iphan teve o esforço da Yeda, principalmente, na coleta e levantamento de informações e imagens nas unidades do instituto, em todo o país. Ela partiu da “estaca zero”.

Graça: Isto bem no início dos anos 1990, quando a internet ainda era quase desconhecida, para nós.

Grace: Quando eu assumi a área, por volta de 1999, disse que daquele jeito não era possível, precisávamos ter um *site*.

Graça: Aí foi contratada uma empresa pra fazer o *site*...

Grace: Organizamos uma comissão com representantes de todos os departamentos, das superintendências e dos museus. Essa comissão fez um longo e profundo estudo para, só

depois, darmos início ao processo de licitação. O *site* foi criado e entrou no ar em fase experimental, pois sabíamos que muitos ajustes ainda seriam necessários.

Graça: Mas não é esse que está agora. Já foi modificado.

Grace: Mas a mudança foi muita pequena. A base que seria o banco de informações, para “alimentar” o *site*, já estava levantada. Isso foi muito difícil, pois a quantidade de informações que o Iphan tinha espalhada era enorme. Localizá-las e organizá-las para disponibilizá-las num *site* foi um trabalho imenso e muito exaustivo. Trabalhamos com a chamada “comissão do *site*” durante um longo tempo.

Graça: E, quando se viu que o *site* teria muito trabalho, percebemos que seria necessário ter alguém para centralizar toda essa informação. Também, para continuar levantando conteúdo e, principalmente, para organizar o que seria disponibilizado no *site*. Decidimos que o profissional apropriado seria um jornalista, ou vários jornalistas.

Grace: E não só o jornalista para levantar informações e para escrever, mas tinha que ter pesquisadores dentro da área, gente de todos os lugares pra levantar conteúdo, porque o Iphan tem conteúdo demais e isso precisava ser disponibilizado. Assim, começaram a ser criados os bancos de dados dentro do Iphan.

Graça: Bens tombados, bens registrados e por aí vai...

Grace: Começou a trabalhar com a Copedoc⁵⁵, na época tinha outra nomenclatura. Era um setor que englobava o Arquivo Noronha Santos e a Biblioteca Central do Iphan, no Rio de Janeiro e o Arquivo Aloísio Magalhães, em Brasília. Além disso, existiam todos os arquivos e bibliotecas das superintendências e museus.

Yara: E, já mudou de novo, não mais é Copedoc.

Grace: A Copedoc já estava trabalhando essa questão dos dados do Iphan e fez diversas parcerias para criar os bancos de dados.

Graça: Nós éramos muito amadores. (risos)

Grace: Amadores, até porque também era o início da era da internet. Tudo era muito amador pra todo mundo. E, nós tínhamos muito conteúdo, mas não tínhamos ferramentas para torná-

⁵⁵ Inicialmente existia a Coordenação-Geral de Pesquisa, Documentação e Referência, vinculada diretamente ao Gabinete da Presidência. Em 2016 mudou de denominação, passando a ser a Coordenação-Geral de Documentação e Pesquisa, com vinculação ao recém-criado Departamento de Articulação e Fomento e em 2017 passou a estar vinculada ao Departamento de Cooperação e Fomento que substituiu o Departamento de Articulação e Fomento.

los disponíveis. Nessa época, começamos a criar parcerias com universidades e outras instituições como a UFRJ, a UFF e a Universidade de Campinas, o Serpro, para levarmos em frente nossos planos. Nesse momento também, contratamos uma jornalista.

Yara: Vocês lembram os nomes?

Graça: A jornalista era Letícia não é?

Yara: Você sabe o sobrenome dela?

Grace: Letícia Oliveira, que era maravilhosa. Escrevia muito bem e era totalmente engajada. Super querida! Ela entrou numa fase em que o processo já estava bem avançado. O novo *site* já estava no ar. Ela foi muito importante, não só para o levantamento de notícias, mas, principalmente, para organizar as informações que chegavam de todas as áreas do Iphan. Aí também, conseguimos autorização para contratar estagiários de jornalismo, *design* e informática.

Graça: Aí começaram os “inbs”

Grace: Nessa fase a Copedoc já estava digitalizando os números da Revista do Patrimônio e criando os bancos de dados dos inventários, os chamados “Inbs”: INBSU e todos os outros que seriam disponibilizados no *site* do Iphan. A Copedoc passou a trabalhar no *site* com a área de promoção, na produção de conteúdo, principalmente no que dizia respeito aos bancos de dados. Os pesquisadores da Copedoc foram fundamentais para o *site*.

Graça: Porque existia muita informação, mas elas não estavam totalmente centralizadas de forma a facilitar o acesso das pessoas.

Grace: E acho que o *site* provocou isto, essa centralização.

Graça: Provocou e foi muito interessante.

Grace: É por isto que eu acho que a área de promoção, Deprom, teve grande importância, pois fazia essa articulação entre os diversos setores do Iphan.

Graça: Inclusive, quando fomos montar esse *site*, todas áreas foram ouvidas e fizeram suas propostas, apresentaram ideias. Foi uma fase muito legal.

Grace: Nós trabalhamos com o Brasil inteiro. Não foram três cabecinhas pensando, foi muita gente.

Graça: E não foi coisa de cinco meses, foram dois a três anos de trabalho. Ouvindo todo mundo. Todas as sugestões eram levadas à comissão que discutia e decidia a melhor maneira de acatar ou não. A participação era intensa.

Grace: Primeiro a gente organizou grupos nas superintendências do Iphan. Por portaria, o superintendente nomeou um técnico que fez parte do grupo nacional, que elaborou o conteúdo do *site*. O mesmo ocorreu com os museus e com os departamentos na área central. Só assim foi possível fazer um trabalho integrado e participativo.

Graça: Foi muito bom!

Grace: Foi ótimo!

Graça: Foi bom porque assim os técnicos passaram a conhecer melhor o Iphan. As pessoas de dentro do Iphan muitas vezes nem sabiam de algumas coisas...

Grace: E criou-se assim um grupo muito amigo, muito interativo. O diálogo se instalou em todo o país. Existiam pautas de reunião com o Brasil inteiro, onde tudo se discutia e se decidia coletivamente. Todo conteúdo produzido era analisado e aprovado por todos. E nada ficava “na gaveta”. As superintendências e os departamentos tinham que produzir conteúdo e para isso era necessário ter pessoas designadas e responsáveis para tal tarefa. Houve o entendimento nacional da importância da tarefa que estávamos empreendendo.

Graça: É verdade!

Grace: Houve, principalmente, a participação e engajamento da área administrativa. Os técnicos da chamada área meio participavam de todos os passos do processo. Porque a administração sempre teve a fama de atrapalhar a área finalística. Por não acreditar nessa ideia, incluímos a administração em todas as nossas comissões. Todos os nossos grupos de trabalho tinham representantes da administração. Eles tinham que entender a importância do que se queria e fazer parte do processo era fundamental. Na questão visual do *site*, tivemos o apoio do Victor Burton, pois queríamos que o mesmo estivesse de acordo com a identidade visual do Iphan.

Graça: Sobre essa questão que você [Yara] estava falando da assessoria de imprensa, esses dias eu estive olhando o *site* do Iphan e pareceu-me que essa área está gigantesca. A minha pergunta é: essa área de imprensa é pra todo o Iphan ou só para o gabinete e área central?

Yara: Para todo o Iphan.

Graça: Na nossa época, em Brasília, tinha uns quatro ou cinco “gatos pingados” (risos). Era você [Grace], eu, a Léa, a Yeda, o Tadeu.

Grace: E a equipe lá do Rio. Depois, foi chegando mais gente pra reforçar nossa equipe. Veio o Márcio Vianna, a Bia Souto, a Cristiane Dias e o Henrique Martins, do planejamento, que foi uma enorme força.

Graça: Teve uma época em que nós éramos pouquíssimos. Todos faziam de tudo. Era assim: quem produzia o Prêmio Rodrigo pedia ajuda para o pessoal da educação patrimonial e assim acontecia em todos os projetos.

Grace: Todo o departamento tinha que parar pra gente fazer o Prêmio. No início, o Prêmio Rodrigo era um evento menor, mais voltado para o Rio de Janeiro. O resto do Brasil tinha uma participação fraca. Os superintendentes dos estados escolhiam os concorrentes, pois os critérios não eram muito claros nem muito rigorosos. Num dado momento, decidimos transformar o Prêmio numa “instituição” nacional e para tanto, elaboramos, com a área jurídica do Iphan, um edital mais rigoroso e com regras mais claras de candidatura dos concorrentes e também em relação às comissões julgadoras. A partir desse novo critério as comissões, tanto regionais como a nacional, seriam formadas por instituições que indicariam seus representantes. As superintendências passaram a ter um papel mais efetivo e formal na realização do Prêmio, pois o julgamento e seleção dos concorrentes regionais teriam o mesmo formato e rigor da etapa nacional. Nessa época, também, tomamos a decisão de trazer a cerimônia de entrega do Prêmio para Brasília, para que se consolidasse como um evento do Governo Federal. Depois disso, a ideia era transformá-lo num evento itinerante.

Graça: Além do mais, fazer a cerimônia em Brasília era muito mais barato levando em conta o custo com passagens aéreas. A primeira edição do Prêmio em Brasília foi no Palácio do Itamaraty, porque não houve tempo de articular outro espaço. Depois decidimos levá-lo para um espaço maior onde o público também pudesse ser maior. No ano seguinte, passamos para o Teatro Nacional Claudio Santoro, na Sala Villa-Lobos, com 1.400 lugares, onde além da cerimônia realizamos grandes espetáculos com forte apelo popular.

Grace: Em 1999, foi o primeiro na sala Villa-Lobos. Porque em 1997 ainda foi no Rio. Nós fomos, lembra? Em 1998 já foi em Brasília, sob a presidência do Carlos Heck, no Itamaraty.

Grace: Para encher aquela sala tínhamos que fazer grandes espetáculos. E aí a gente começou a trabalhar intensamente na produção do Prêmio. Todos muito entusiasmados. Tadeu, sociólogo que coordenava a área educativa, mas que tinha forte ligação com produção

cultural, também começou a fazer parte da equipe do Prêmio. Sua contribuição, em muitos momentos, foi decisiva para o sucesso do evento de entrega do Prêmio.

Graça: Também chegaram a Léa Scatrut e a Bia Souto, que foram fundamentais para o sucesso do nosso trabalho.

Grace: Cada um tinha uma formação, arquiteto, jornalista, antropólogo, sociólogo, mas todo mundo estava ali engajado no projeto. E a equipe era muito unida, muito amiga. A gente dava o sangue para aquele negócio, não é Graça?

Graça: Sim, com certeza. Principalmente, o Tadeu era muito entusiasmado com o Prêmio e com os espetáculos. Ele tinha uma relação forte com a área de produção, ele veio do teatro. Também foi fotógrafo da revista Quatro Rodas. Ele viajou o Brasil inteiro, conhecia gente do Brasil todo.

Grace: é...

Graça: E nós começamos a trazer artistas como Carlos Lyra, Elba Ramalho, Milton Nascimento, Quinteto Violado, Antonio Nóbrega, Grupo Ponto de Partida e tantos outros...

Grace: O primeiro Prêmio, no Teatro Nacional Claudio Santoro, foi com o violonista Turibio Santos e a Orquestra Villalobinhos, do Rio de Janeiro.

Graça: Foi na Sala Martins Pena, lembra?

Grace: Foi

Graça: No ano seguinte é que passamos para a Sala Villa-Lobos.

Grace: A Orquestra Villalobinhos é uma orquestra criada pelo Museu Villa-Lobos, composta por meninos da comunidade Morro de Santa Marta, em Botafogo, que estudam na escola de música criada e administrada pelo Museu. Com esse projeto de ação educativa o museu foi formando pequenos concertistas, grupos de câmara, até chegar numa orquestra. A vinda do Turibio foi um grande apoio ao Prêmio, pois nos trouxe prestígio e mostrou quão importante são as ações educativas e sociais do museu que ele dirigia. Além do mais, não teve custo de cachê, pois ele como funcionário da instituição não receberia cachê. E assim o Prêmio foi continuando sua história. Para mim, um dos mais comovedores foi o espetáculo do Milton Nascimento com o grupo de teatro Ponto de Partida e os meninos de Araçuaí, do Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais.

Yara: Foi no Teatro Nacional?

Graça: Foi.

Grace: Trouxemos o Quinteto Violado duas vezes, uma vez com a Elba Ramalho.

Graça: Fizemos acho que uns 12 prêmios juntas não é?

Grace: Foi por aí. Logo no começo eu falei: vamos ter que enumerar o prêmio, porque ninguém tem noção de quantos prêmios já existem. Assim, as pessoas vêm que aquilo tem importância, que tem uma trajetória.

Graça: Em que ano você se aposentou?

Grace: Eu me aposentei em 2010.

Graça: Foi no ano que eu fui para a Defensoria...mas aí você já tinha voltado para o Rio?

Grace: Fui para o Rio em 2007 quando deixei a Cogeprom e depois retornei a Brasília, para o DPI, onde me aposentei. Vim cuidar das edições dos dossiês de registro do patrimônio imaterial, uma coleção que eu havia criado.

Grace: Voltando um pouco a outros temas de trabalho da Cogeprom, gostaria de falar mais dessa multiplicidade de ações da área de promoção. A Coordenação de Intercâmbio tinha um papel muito importante nessa transversalidade das ações do Iphan, não só no âmbito nacional como também no âmbito internacional. A Cogeprom era responsável por “administrar” a participação do Iphan e de seus técnicos nos cursos CECRE, CECOR e CECI. Você conhece esses cursos? São cursos importantíssimos!

Graça: O CECRE - Curso de Especialização em Conservação e Restauração de Monumentos e Sítios Históricos da Universidade Federal da Bahia

Grace: O CECOR

Graça: Centro de Conservação e Restauração de Bens Culturais da Universidade Federal de Minas Gerais

Grace: E o de Pernambuco, que é o CECI - **Centro de Estudos Avançados da Conservação Integrada**, que trata de monumentos e sítios urbanos. Esses cursos foram instituídos por essas universidades com o apoio do Iphan e da Unesco.

Todas as tratativas do Iphan com a Unesco se davam por meio da Cogeprom/Coordenação de Intercâmbio. Quando eu saí da Coordenação estava em andamento o processo de reconhecimento do Frevo como Patrimônio Imaterial da Humanidade. Outro processo já havia sido vitorioso, que foi o reconhecimento, pela Unesco, da Arte Kusiwa – Pintura Corporal e

Arte Gráfica como Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade. Como todas as relações do Iphan e, em alguns casos, até do Ministério da Cultura com o Itamaraty, passavam pela Coordenação.

Yara: E nessas situações não tinha um trabalho com a imprensa, de mandar *releases*...

Grace: Tinha! A gente divulgava, para a imprensa e também no *site*. Não era uma atribuição estabelecida, mas nossa equipe cumpria esse papel de forma carente, mas cumpria. Havia também uma resposta à demanda da própria imprensa.

Yara: vocês usavam *mailings*?

Graça: sim

Grace: Era uma ação fortíssima. Tudo que se fazia era enviado pra todo mundo, para todo o governo federal, governos estaduais, prefeituras, secretarias, organizações não governamentais, universidades, diversas instituições públicas e privadas, jornais do Brasil. Nosso *mailing* era gigantesco. Era organizado por tipo de público.

Graça: é...

Yara: e aí o diretor ou alguém dava as entrevistas? Como era?

Grace: Quando a imprensa solicitava alguma entrevista a gente sempre pensava quem é que tem domínio sobre o assunto demandado, quem é o responsável. Assim era decidido quem respondia ao jornalista.

Yara: E vocês acompanhavam as entrevistas?

Grace: Nem sempre. Se fosse em outra cidade, não. Mas quando era em Brasília, a gente acompanhava. O *site* estimulava muito a imprensa. Quando começou a ter notícias no *site*, a própria imprensa vinha atrás da gente.

Yara: e quando começou a ter notícias no *site*?

Graça: Você se lembra Grace?

Grace: Já na primeira versão havia alguma coisa. As notícias começaram a ser diárias e com caráter profissional quando da inauguração do novo *site*, lá por volta do ano 2001, ainda na gestão do Heck. Antes quando não havia internet as notícias eram enviadas por fax ou pessoalmente para os jornais ou para as sucursais. As embaixadas brasileiras no exterior também recebiam nossos informes pela mala diplomática do Itamaraty.

Graça: Antes, o Boletim e as matérias eram escritas pelo Marcus de Lamônica, um jornalista do Iphan que também trabalhou em Brasília. Logo depois do início da internet, tudo que ele fazia ia para o boletim e também para o *site*. Mas o *site* era muito rígido, ele não se mexia, entendeu?

Yara: Mas quando começou a ter essa relação mais próxima com os jornalistas, com a imprensa?

Grace: Essa relação sempre existiu. O Iphan sempre esteve muito próximo da imprensa. Não viabilizada por uma assessoria de imprensa. Uma assessoria de imprensa como funciona no governo federal não havia no Iphan.

Graça: Sabe o que acontece? A estrutura do Iphan era muito pequena.

Grace: E era diferente da estrutura de governo. Porque na verdade, essas assessorias de imprensa no governo federal não funcionavam como assessorias de imprensa da instituição, funcionavam muito mais como assessorias de imprensa do presidente, do dirigente, do ministro, do que lá fosse. Entendeu? A gente alimentava os fatos. As superintendências tem lá sua relação com o jornal local. Quando o assunto era de importância nacional, eles mandavam pra gente, pra área central, pra gente dar força, nós entrávamos em ação.

Houve também um projeto importantíssimo que foi um convênio firmado entre o Iphan e o Laboratório de Jornalismo da Universidade de Campinas, de jornalismo científico, mas que infelizmente não existe mais. A nós não interessava só esse jornalismo de varejo, de todo dia, de ficar saindo notinha todo dia. Não interessava esse assunto, até porque se a gente tá toda hora (na mídia), quando existia um fato muito importante não tinha interesse. Então a gente deixava para coisas realmente importantes. Com esse laboratório de jornalismo científico nós criamos uma revista eletrônica que não está mais disponível, foram publicados quatro números. As matérias foram diluídas e estão no *site* do Iphan.

Existia uma equipe enorme do laboratório que foi separada para esse convênio. Eram professores doutores, jornalistas da Unicamp que produziam a revista junto com a equipe da coordenação de edições do departamento. Havia um conselho editorial formado pela Ana Carmem, por mim e por professores da Unicamp. Esse conselho decidia a pauta dos números que eram temáticos, assim como a Revista do Patrimônio. Um dos números foi sobre educação patrimonial. Especialistas eram convidados para escrever os artigos. Foi um trabalho absolutamente maravilhoso! E como era uma revista eletrônica, o acesso era monumental, no mundo inteiro! Foi uma coisa muito importante. Acho que foi uma pena ter se encerrado.

Yara: e o que aconteceu, esse contrato acabou?

Grace: Era um convênio. Quando eu saí quem assumiu a Cogeprom não deu prosseguimento ao convênio. Isto é muito comum nas instituições. As pessoas não veem os projetos como ações institucionais, tratam como se fosse pessoal. Quando a pessoa sai, quem entra não dá muita importância ao que está em curso, quer inventar outra coisa. Não era para ser, mas... não dá muita importância. Considero que esse projeto tenha sido uma das coisas mais importantes que fizemos. Em nossa gestão havia uma pequena equipe, mas muito engajada. Graça, Lea, Ana Carmem, João Tadeu, Bia, Márcio Viana, arquiteto que chegou mais tarde depois que voltou do doutorado na Polônia, foram os técnicos que ficaram todo o período em que lá estive.

A gente tinha muita dificuldade para produzir qualquer peça promocional, como cartazes e folhetos, peças mais rotineiras, pois não havia um padrão. Passamos a estabelecer critérios de identidade visual. Começamos com a criação das peças promocionais do Prêmio, que passou a ter uma “cara” própria e que seria adotada em todos os anos com as variações normais e específicas para cada edição. Depois esses critérios foram se estendendo para outras peças institucionais. Constatamos que havia um problema, que era a falta de fotos atuais de alta qualidade de bens culturais, para ilustrar publicações. Ainda na época do Custódio, começamos a buscar fotos atualizadas dos bens para criar um banco de imagens. Esse trabalho foi coordenado pela Yeda Barbosa, que teve um enorme esforço para criar o banco, que hoje tem centenas de fotos. Ela buscou fotos nas superintendências do Iphan, em bancos de imagens privados e de outras instituições. Conseguimos, inclusive com a Embratur, a cessão de todas as fotos existentes no banco de imagens da empresa. Isso foi algo fantástico, pois nosso banco cresceu muito e com fotos maravilhosas de todo o país.

Graça: Já foi no final dos anos 97, 98.

Grace: A passagem rápida do Custódio pelo então Deprom foi muito importante, pois ele era extremamente criativo, competente e empolgado. Além de tudo, nos dava total liberdade.

Graça: Ele ficou 98 também. Quando eu fui para a Inglaterra, graças a ele, eu fui em dezembro de 98.

Grace: Ele é um cara brilhante, não pensa só como arquiteto. Principalmente a questão da educação patrimonial era muito importante para ele. Sua principal ação foi iniciar uma luta para tornar a educação patrimonial um programa efetivo da instituição no Brasil inteiro, coordenado pela nossa área.

Sua luta começou junto com a Maria de Lourdes Horta, diretora do Museu Imperial, que tinha desenvolvido um programa de educação muito importante lá no Museu. Ela é uma grande especialista em educação patrimonial. Aliás, essa nomenclatura foi introduzida no Iphan por ela, quando voltou do doutorado na Inglaterra. Mais tarde, quando já na direção do Museu e junto com a Evelina Grunberg, ela criou a Cartilha de Educação Patrimonial, que é um manual básico adotado como referência pelo Iphan ainda hoje. E aí nós começamos a montar programas de educação no Brasil inteiro. Isso foi começando devagar, não é, Graça? A ideia começou a crescer e tomar corpo com a chegada do Tadeu, sociólogo que tinha forte interesse pelo tema e com grande experiência dentro do Iphan, principalmente, por sua atuação no Projeto Interação. Para sensibilizar os técnicos do Iphan, organizamos uma grande reunião de educação patrimonial, em Pirenópolis, quando vieram representantes de todas as superintendências, de todos os museus e da área central. Ficamos lá uma semana junto com vários especialistas na área de educação patrimonial. Tadeu coordenava todo o projeto e foi graças a ele que tudo chegou até onde está.

Yara: Na prática, como eram esses programas? Como acontecia?

Grace: Cada superintendência, cada museu, implantava com base naquele programa piloto, adaptando à sua realidade e especificidade.

Yara: Não só nas capitais, né?

Grace: Não, era no estado todo.

Graça: Na verdade, era principalmente nas cidades pequenas onde havia mais interesse, como lá em Ouro Preto, com a Simone. Você chegou a trabalhar com ela lá, não foi?

Yara: Sim.

Graça: A Simone teve muita participação lá em Ouro Preto. Esse tipo de projeto é até mais fácil quando a cidade é pequena.

Grace: Em Goiás também foi importantíssimo.

Yara: Tinha verba para isso?

Grace: A ação de educação patrimonial não era considerada no momento de fazer o planejamento da instituição, o chamado PPA - Plano Plurianual de Ação. Não tinha uma rubrica para a educação patrimonial. A gente buscava “dinheiro” de todas as áreas do departamento para conseguir realizar as ações educativas. Depois começamos a lutar junto ao

MinC e ao Ministério do Planejamento, para que a educação patrimonial fosse considerada dentro do orçamento do governo.

Foi por isso que incluir a área administrativa em tudo que a gente fazia era importante, porque assim eles começaram a entender e a viver a área de promoção de outra forma. Começamos a “brigar” para que tivesse verba específica para educação patrimonial, que entrasse no plano de ação, que tivesse rubrica específica. Depois de alguns anos de muita luta conseguimos que o Ministério do Planejamento autorizasse uma rubrica própria e não precisamos mais remanejar recursos.

Aí passou a ser uma ação da área de promoção com o nome de Programa Nacional de Educação Patrimonial. Hoje, não sei como se chama. Então, isso foi importante para unir o Brasil em torno do tema. Por exemplo, a revitalização do centro histórico de São Luís foi calcada na ação educativa. A superintendente na época era Kátia Bogéa, que sempre entendeu a importância da educação patrimonial, desenvolveu todo o projeto de recuperação do centro histórico com os moradores dos cortiços, principalmente as prostitutas, ancorada na ação educativa. O que foi feito lá foi maravilhoso!

Graça: A restauração da Igreja Matriz de Pirenópolis que foi incendiada. Na verdade, tiveram que reconstruir a igreja. O Silvio Cavalcante, arquiteto responsável pela obra em conjunto com a superintendente Salma Saddi, fez um grande projeto educativo para a população poder acompanhar a obra.

Grace: Maravilhoso! Aconteciam concertos dentro da obra.

Graça: Chamava “Tocando a obra”. Os concertos aconteciam dentro da igreja em obras. As escolas públicas iam visitar a obra em visitas programadas.

Grace: E, na restauração do teatro de Pirenópolis o projeto se chamava “Ensaando a obra,” lembra (falando com Graça)? As peças também aconteciam dentro do teatro em obra. Era muito legal aquilo.

Esses programas do Iphan começaram a se disseminar pelos estados, pelos municípios e pelos governos locais que começaram a querer implantar programas semelhantes. Novas tiragens da cartilha eram feitas, nossos técnicos davam cursos de treinamento para educadores, *workshops* pras equipes dos estados e dos municípios. Havia todo um processo de conscientização da comunidade para entender o que era educação patrimonial e qual seu objetivo. Então cada estado, município, começou a ter o seu programa. Isso foi ampliado de uma forma gigantesca no Brasil. O Iphan não precisou ser mais o responsável por fazer o

programa. Ele começou em muitos casos a ser apenas o apoiador. Tanto que no Prêmio Rodrigo a ação educativa era a que tinha mais concorrente.

Graça: Agora essa sua preocupação com a assessoria de imprensa, a gente não viveu. A nossa ligação com a imprensa era uma coisa muito informal. Como eu te falei, não tinha na estrutura da instituição e nós fazíamos o que era possível. Por exemplo, o meu irmão, Armando Mendes, foi editor do Correio Braziliense por 10 anos. E por causa disso eu conheci muitos jornalistas. Eu me formei aqui na UnB [Universidade de Brasília], em jornalismo, tinha uma “galera” que eu conhecia... Quando eu não conhecia eu perguntava para ele: “Com quem posso falar para passar isso, tenho uma pauta aqui”. Então, era uma coisa informal.

Grace: Com a imprensa vai ser sempre assim. Por exemplo, lá no Rio quando a gente queria que algum acontecimento tivesse repercussão nacional, falávamos com os amigos ou conhecidos nos jornais. Por exemplo, eu era muito amiga do Luiz Paulo Horta, falecido, também imortal da Academia Brasileira de Letras. Ele foi editor do caderno de cultura do Jornal do Brasil por muitos anos, depois foi para o Globo onde também escrevia sobre música, além de ser o editorialista do jornal, era uma posição importantíssima. Então, eu sempre pedia apoio para o Luiz Paulo. A Lea Scatrut também tinha ligação com a imprensa por meio do Ricardo Noblat, que era seu cunhado. De certa forma, nós tínhamos o privilégio de ter bons contatos na imprensa.

Quando eu trabalhava com produção de espetáculo, você tinha os “queridinhos” da imprensa. Se o jornalista que escrevia sobre música não gostasse de “fulaninho”, não tinha reza que fizesse sair matéria daquele espetáculo. Hoje, depois da internet acho que tudo está diferente.

Graça: Na época do Aloísio Magalhães, a figura dele já chamava atenção porque o sistema Sphan/próMemória estava revolucionando o patrimônio. O patrimônio era aquela coisa muito nos moldes da época de Rodrigo, que ficou 30 anos no Rio de Janeiro fazendo um trabalho de formiga, super importante, mas pouco conhecido. Claro, super importante, se não fosse ele (o Doutor Rodrigo...)

Grace: Cercado de grandes intelectuais, de grandes nomes...

Graça: Quando o Aloísio Magalhães veio para Brasília, no final dos anos 70, primeiro foi criado o CNRC - Centro Nacional de Referência Cultural, depois foi criada a estrutura da Sphan/próMemória e isso chamou muito atenção. Brasília nessa época já era uma cidade menos pequena (risos), a grande imprensa já estava aqui...

Grace: E onde o Aloísio estava, ficava cheio de jornalista atrás dele, era uma pessoa muito carismática. Outro dia eu estava vendo um documentário sobre ele e a quantidade de jornalistas me impressionou.

Graça: E com muitas ideias. E a Sphan/próMemória começou a trabalhar diretamente com as comunidades, começou a trabalhar com arquitetura popular, não só grandes monumentos e igrejas. Não só isso. Começou a trabalhar com fazeres, a tecelagem do triângulo mineiro...

Grace: Foi ali que a preocupação com a proteção do patrimônio imaterial começou a ser plantada.

Graça: Começou ali nos anos 70, os saberes e os fazeres... então ele começou a trazer um outro olhar para o patrimônio e isso chamou atenção. Eu me lembro, eu lá em Belém... saí de Belém em 1974... Era uma reportagem sobre o CNRC. Eu tinha 16 anos e me chamou atenção porque falava do *designer* da nota, a nota do cruzado, da marca da Petrobras... Ele vai assumir o patrimônio...

Mas eu me lembro desse pequeno período que fiquei quando ele ainda estava dirigindo - entrei em janeiro e ele morreu em junho. A parte de imprensa, que era feita pela Lurdinha e pelo Marcus de Lamônica, era na base do improvisado. Marcus tinha trabalhado na imprensa local aqui, no Jornal de Brasília. Ele ligava para os coleguinhas do Jornal. “Ah, a gente tem uma pauta aqui”.

Grace: Porque como já disse, nunca existiu formalmente no estatuto, no organograma da instituição, essa nomenclatura assessoria de comunicação, enquanto nos outros órgãos já havia. No Iphan havia uma área de promoção que pensava nesse conceito mais abrangente e isso incluía tudo, imprensa, sociedade civil e governo. A coisa ficava resolvida. A gente mandava notícia da instituição quando tinha notícia. Tudo bem, a instituição até tem notícia todo dia, mas nem todo dia tem que estar no jornal, porque você perde a referência. E como não era estruturado não dava pra correr o risco de ouvir jornalista dizendo: “Pô, já vem o Iphan de novo”. Então tínhamos que ter o bom senso para entender essa coisa.

Yara: eu queria saber a opinião de vocês duas, que vocês falassem um pouco sobre a promoção do patrimônio cultural versus a promoção do Iphan. Não só no que diz respeito à imprensa, mas pensando na comunicação de uma forma mais ampla. Como era essa comunicação, vocês acham que ela tendia para qual lado?

Graça: Eu acho mais significativo a promoção do patrimônio.

Grace: Em minha opinião, a instituição sempre deve estar a serviço do patrimônio. A divulgação, a promoção no sentido mais puro da palavra, não promocional varejista ou panfletário, no sentido mais profundo. Acho que isso vem da era do Doutor Rodrigo. Isso foi uma prática dele, que as pessoas e a instituição deveriam estar a serviço do patrimônio.

Nós sempre fomos contra uma prática nos órgãos públicos... onde as assessorias de imprensa assessoravam os dirigentes e deixavam a instituição relegada a um segundo plano. Por isso tínhamos resistência à instalação da assessoria de imprensa na Cogeprom. Muitas vezes, alguns dirigentes queriam transformar a Cogeprom em assessoria de imprensa. O papel das duas atividades era confundido e eles eram distintos.

Graça: Ainda mais um órgão como o Iphan, com a estrutura precária que sempre foi em termos de servidores, a gente não podia se dar ao luxo de deslocar uma pessoa só para fazer o trabalho de imprensa. Não existe, a gente fazia tudo, até lavar banheiro a gente já lavou no Iphan.

Grace: Já mesmo!

Graça: Mas ainda sobre o patrimônio cultural, na época do Aloísio, por exemplo, o João de Souza Leite com a equipe que ficava no Rio, começou a trabalhar uma campanha para tornar conhecido o patrimônio cultural para os brasileiros. Várias ações foram implementadas, como por exemplo, divulgar imagens de patrimônio nas bandejas dos serviços de bordo das companhias de aviação. Naquela época era servido almoço, jantar ou lanche durante os voos.

Grace: João era um *designer* também muito reconhecido.

Graça: Eles selecionaram algumas imagens... Tinha imagens das Missões, no Rio Grande do Sul, de Ouro Preto, de Brasília - Brasília nem era tombada na época -, mas enfim, eles selecionaram as imagens e “venderam” a ideia para a extinta Varig. Para a empresa de brinquedos Grow, eles propuseram fazer quebra-cabeças com o tema patrimônio cultural. A Grow comprou a ideia. Então, nessa época o Iphan foi para fora. Mas, não entrava o nome do Iphan. O que entrava era “Este monumento é patrimônio cultural brasileiro”.

Grace: Por isso lutei para que o Iphan tivesse uma marca, para que tudo que fosse publicado sobre patrimônio cultural tivesse a marca do Iphan.

Graça: Brasília na época não era tombada, mas era patrimônio brasileiro, no sentido mais puro da palavra.

Yara: Até num artigo que entreguei ontem para um congresso, a academia tem dessas coisas de que tem que publicar, né (risos)? O Iphan tem muitas ações e estratégias de comunicação

que são voltadas para a promoção do patrimônio cultural. Mas aí nos 80 anos do Instituto, que teve no ano passado, quando você lança uma *hashtag*, no dia do Prêmio Rodrigo, no discurso da presidente, “#somostodos Iphan”, o foco é a instituição.

Graça: Mas aí você tem que ver o contexto. Você lembra... “o Iphan vai acabar”

Grace: Naquele momento havia a necessidade de reforçar o nome da instituição.

Yara: Sim, claro. O que eu tenho percebido é que existem as duas coisas.

Graça: A nossa visão, e isso eu comungo com a Grace desde sempre, é isso, é o patrimônio cultural. Que é uma ideia bem de Aloísio Magalhães.

Grace: E aí tendo a marca, por exemplo, quando a gente lançou... Lembra? Nós criamos um programa com a TV Senado, sobre patrimônio cultural.

Graça: Sim...

Grace: Foi um programa maravilhoso! Foi uma série de programas. Quando a marca foi criada, criamos também o Manual de Aplicação da Marca. Está disponível no *site* do Iphan.

Graça: A marca teve muita resistência no começo.

Grace: A marca teve resistência! Porque todo mundo queria fazer a sua própria marca, pegava a marca e queria colocar coisas nela, queria escrever lá em cima, coladinho na marca “10ª Superintendência Regional”, por exemplo, não sei o que... Foi preciso baixar uma portaria dizendo que o manual tinha que ser seguido à risca, porque se a própria instituição comesse a desvirtuá-la... Em seguida, criamos a folheteria, o manual de sinalização interna... Vai fazer uma obra, que placa colocar?

(Grace vai buscar o manual)

Grace: Então, Yara, tudo era caprichadíssimo (mostrando o manual)! Tudo era impecável! Tinha crachá, tinha identidade. Aquelas placas para identificar andar, tudo aquilo a gente bolou e cada um tinha que seguir à risca, não tinha essa não. E depois todos foram entendendo que aquela marca facilitava a vida deles.

Graça: Esse é o ícone que a gente diz que pode mudar. Essa plaquinha aqui era em bronze, quando terminava uma obra de restauração se colocava na obra. Era pequeninha assim, embaixo. *(fala mostrando a marca)*

Grace: nós fizemos um importantíssimo convênio com a Embratur. Não sei se você sabe, mas essas sinalizações de estrada e de cidades históricas, toda a sinalização turística no Brasil foi

proposição do Iphan. Fizemos um acordo com o Denatran e com a Embratur e as três instituições elaboraram o Guia Brasileiro de Sinalização Turística. Está disponível no *site*. Existe uma portaria da Embratur, do Ministério do Turismo e do Denatran, que nenhuma sinalização no Brasil é autorizada se não estiver de acordo com aquele guia. E nessa época ficamos muito ligados à Embratur.

Grace: Gente, estou pensando o seguinte: é importante que a Yara saiba que, pelo menos na nossa época, as assessorias de imprensa nos órgãos de governo eram muito limitadas e submissas à vontade dos dirigentes. Funcionavam como meras prestadoras de serviço dos dirigentes.

Graça: Inclusive muitas eram terceirizadas, a maioria.

Grace: E a área de promoção nunca foi, não era essa a função.

(Conversa sobre lanche. Grace prepara o lanche enquanto conversam)

Yara: É uma pergunta ampla, mas eu queria ver a opinião de vocês que trabalharam em vários segmentos, por assim dizer, da comunicação. Pensando no Iphan, que papel vocês acham que a comunicação teve na preservação do patrimônio?

Graça: Na minha opinião, tem um papel fundamental. Quando você preserva um bem, não estou falando só de um bem que foi restaurado, um bem em geral - uma dança, um modo de fazer, imaterial ou material - uma das ações para preservação é divulgar esse bem, até para ele se manter conservado, digamos assim, e para ele ter um uso digno. Eu acho que a comunicação é fundamental porque senão qual o acesso que a população vai ter ali? Se ela não souber que aquele bem existe, que está funcionando, que aquela manifestação cultural é importante. Quem faz esse papel - exatamente o que a gente estava falando no começo, tirar o patrimônio cultural da sombra - é a área de comunicação. É ela que põe esse patrimônio pra frente, para a luz, para que ele seja divulgado, que seja conhecido, por isso eu acho que é um papel fundamental.

Grace: Inclusive em Goiás tem um *slogan* muito simples, mas que eu acho muito importante. É o *slogan* para educação patrimonial: “Conhecer para preservar, preservar para conhecer”. E se você não conhece, não vivencia o bem cultural, você não ama esse bem cultural, não o apreende para você, não sente que ele é seu e não o preserva. Não acha que a cultura é importante. Eu acho que o papel da comunicação é para a preservação do patrimônio cultural uma das coisas mais importantes. E o Iphan demorou para entender que a comunicação, que a promoção, que essa área toda era muito importante. Era a maior aliada de todas as outras áreas.

Não adianta restaurar, não adianta registrar um bem se você não tem um trabalho de convencimento, para que a sociedade entenda que aquele bem é dela - e só vai ter esse acesso via divulgação, comunicação e conhecimento. Ela não vai preservar, não vai entender que aquilo é seu, não vai entender que aquilo é importante para a identidade do país. Então eu acho que o papel da comunicação é das coisas mais importantes de uma instituição de patrimônio histórico.

Graça: Isso daí foi uma coisa, que como a gente estava conversando antes, veio exatamente na gestão Aloísio Magalhães. Antes, o Iphan era um órgão muito fechado em si e o Aloísio trouxe essa nova cara de mostrar para o Brasil o que o Brasil tem. Então não é só Rio, Bahia, Minas, as igrejas barrocas, o casario, Pelourinho, Ouro Preto. Não é só isso. Então, o que o Brasil tem? Triunfo. Como ele falou, a cidade lá de Pernambuco.

O Brasil tem as Missões lá no Rio Grande do Sul... se bem que as Missões já eram conhecidas antes... Mas o Brasil tem o licor de caju de não sei onde, tem a tecelã mineira, tem o bonequinho de meriti no Pará, tem não sei o que no Amazonas, tem isso, tem aquilo, não é só a parte da arquitetura, como a gente chamava antes, o “pedra e cal” do dr. Rodrigo, que foi importantíssimo para preservar. Mas o Brasil tem uma riqueza muito grande para preservar que o próprio brasileiro não conhece e não valoriza, o que é pior. Quer dizer, era assim. Acho que já caminhamos nisso aí. E Aloísio Magalhães tem um papel muito forte nisso. E a comunicação tem um papel fundamental, porque foi ele o cara que botou o Iphan pra fora, tirou da sombra. Nem é o Iphan, ele tirou o patrimônio cultural da sombra em pouco tempo.

Aí que é interessante, ele plantou muito bem plantada essa semente. Depois de Aloísio a coisa não regrediu. As ideias que ele teve foram para frente, bem ou mal, mas foram, umas mais do que outras. Mais, por exemplo, a parte de valorização do patrimônio imaterial, que começou com ele. A legislação de proteção do patrimônio imaterial, por exemplo, já é bem posterior a ele, mas evoluiu a partir dele. Assim, não tiro a importância jamais de Doutor Rodrigo e da equipe da “pedra e cal”, de jeito nenhum. Renato Soeiro...e tantos outros. Esses 30 anos aí foram super importantes, mas realmente há uma divisória ali do antes e do depois.

Yara: Tem! Tanto que eu estava muito na dúvida de quando começar um recorte e estou pensando que vai ser do Aloísio pra frente...

Graça: Melhor, você nem se preocupa com o antes, já foi muito estudado. Então, a Lurdinha Castro é a pessoa da Pró-Memória Vídeo, a gente tinha uma divisão que produzia vídeos, foi com a Lurdinha, eu cheguei a trabalhar com ela no projeto. Porque ela começou a trabalhar com Aloísio no CNRC, e, sendo uma pessoa de jornalismo e o Roberto Moreira, de sociologia... A equipe do Aloísio era multidisciplinar, porque não tinha só arquitetos, tinha

arqueólogo, antropólogo, sociólogo, historiador, museólogo, ele abriu esse leque... Aí a Lurdinha, ela tem uma memória...nossa! Ela vai lembrar muitas coisas pra te contar, ela pode te falar da área de imprensa - porque ela trabalhou nisso na época da Sphan/próMemória, mas não se chamava área de imprensa, tá?! Chamava comunicação social - e a Lurdinha sendo jornalista, chamou jornalistas. Eu, por exemplo, fui estagiária dela de jornalismo. Porque ela precisava de gente para fazer contato com a imprensa, para fazer matéria.

Yara: Então, quando você entrou, sua chefe já era a Lurdinha?

Graça: Era a Lurdinha. Foi ela que me entrevistou. Foi ela que me chamou. E o Marcus de Lamônica também. Nós dois jornalistas, a gente ainda estava na UnB quando fomos trabalhar com ela. Nós éramos estagiários dela. Aí a gente se formou e passamos a trabalhar como jornalistas.

Ela começou em Brasília com o Aloísio Magalhães, depois foi para o Rio. A gente trabalhou lá, eu fiquei um ano lá com ela, depois voltei pra cá. Depois ela veio para Brasília, montou a pró-Memória Vídeo, produziu vários vídeos, e voltou de novo pro Rio. Ela ficou meio assim vai e vem, mas trabalhou em momentos muito importantes, que foi esse trabalho com o Aloísio Magalhães e depois com o Marcos Vilaça, que substituiu Aloísio Magalhães na presidência do Iphan. Trabalhou também com a equipe do João de Souza Leite lá no Rio. Essa parte do marketing com as empresas que eu estava falando, Varig, Grow, ela trabalhou muito nisso, ela tem essa memória.

Yara: Teve um momento, então, em que essa parte da comunicação ficou dividida Rio-Brasília...

Graça: Teve. O Iphan teve uma época muito dividido entre Rio-Brasília, aí teve uma transição para passar a sede para pra cá porque a sede do Iphan era no Rio. Eu trabalhei no Iphan com sede no Rio. Quando eu entrei em 1982 a presidência já era aqui em Brasília, mas os departamentos eram muito divididos.

Grace: Essa era uma coisa bem acentuada que, por exemplo, lá no Rio o prédio que hoje é a Superintendência era onde funcionava a sede da Pró-Memória. E tem aquele departamento que o pessoal chama assessoria de comunicação, uma equipe grande, que é remanescente da Pró-Memória. Eles criaram um núcleo de comunicação lá dentro, com o Chico Cereto, não é?

Yara: Só tá ele lá agora, que eu saiba. Tem uma jornalista no Sítio Roberto Burle Marx que chegou há pouco tempo...

Graça: Essas unidades, como a Grace falou, unidades descentralizadas, agem meio independentes, têm algumas que sentem necessidade de fazer essa ponte, por causa da comunicação. Vou te passar aqui o contato da Lurdinha Castro. Vou mandar uma mensagem pra ela.

Yara: Ah, muito obrigada. Que ótimo saber que ela está no Rio. Em setembro, como eu fico o mês todo lá, vou tentar falar com ela pessoalmente.

Graça: Faça isso. Mas já marca antes, porque ela viaja. A Lurdinha vai ser uma ótima fonte pra você, porque ela domina mesmo essa área de comunicação, pró-Memória...

Yara: O João chegou primeiro que a Lurdinha?

Graça: Eu acho que eles são da mesma época, porque eles foram trazidos pelo Aloísio Magalhães, se um chegou primeiro que o outro é muito pouco tempo. O João de Souza Leite trabalhava no Rio e a Lurdinha aqui.

(conversa sobre a mesa posta que Grace preparou e os quadros nas paredes pintados pelo filho dela)

Graça: Falta pouco para eu me aposentar, mas eu gosto muito do meu trabalho, o meu chefe tem 32 anos, eu gosto muito desse ambiente, muito legal.

Yara: O que você faz exatamente?

Graça: eu e mais outra colega, somos editoras, a gente faz a edição da intranet e da internet. Assim, o contato com a imprensa, temos outros colegas que fazem, e eu faço quando precisa. E reportagem, eu faço quando precisa também. Como a equipe é pequena, às vezes vou acompanhar um defensor ou alguma coisa, mas em geral o que eu faço é edição de texto, porque tem 15 jornalistas. A DPU tem uma estrutura parecida com a do Iphan, a defensoria pública está em todas as capitais e em algumas cidades do interior. No caso do Iphan é mais chique, porque são cidades históricas (risos), no caso da DPU são cidades paupérrimas, que eu nunca tinha ouvido falar... Juína, em Mato Grosso... Aquela cidade pobrezinha que não tem um juiz lá, aí tem a defensoria para defender os pobres. E aí há 15 jornalistas da defensoria para o Brasil todo, eles mandam a matéria para a gente. A publicação é centralizada aqui em Brasília para não bagunçar o site.

Grace: A gente criou um Fale Conosco no site do Iphan, uma pessoa só para responder as dúvidas da população.

Yara: Vocês se lembram de quando começou o Fale Conosco?

Grace: De forma mais organizada começou nesse *site* novo.

Graça: Já tinha alguma coisa, desde o final dos anos 90.

Grace: Já tinha desde o primeiro *site*, só que era por *e-mail*. Exatamente, não me lembro.

Graça: Na verdade são três *sites*: o do começo da internet, que era bem mambembe, aí teve um intermediário perto dos anos 2000, final dos anos 1990 e esse que está com a cara de hoje, que é dos anos 2000 e foi criado por nós. Ele foi sendo modificado...

Grace: Já tinha um Fale Conosco, mas a gente aperfeiçoou o mecanismo para ficar uma coisa séria.

Graça: É, mais profissional.

Graça: É difícil a gente resgatar essas datas. Tudo que a gente falou aqui, na área de promoção, a gente abarcava tudo que não era patrimônio material e imaterial, era área de promoção (risos). O Iphan era dividido em quatro áreas, ainda é, o que sobrava estava na promoção: intercâmbio, educação patrimonial, eventos... A gente falava “Gente, se não existir essa área não existe o Iphan”. Para que serve patrimônio material e imaterial se o público não conhece? Para que você vai restaurar o Museu Villa-Lobos, por exemplo, a Casa da Xica da Silva, lá em Diamantina, fazer evento para quem? Você vai divulgar isso como? Até que conseguisse entrar isso na cabeça das pessoas... Então teve uma época que a gente era conhecido como “balaio de gato”.

Grace: Tudo que ninguém conseguia resolver, mandava para gente lembra?

Graça: Mandava, era impressionante. “Manda lá pro Deprom”. Tipo isso: a universidade quer um contato de não sei o que... a gente tentava fazer esse meio de campo, era esse o nosso papel. Era essa a ponte com a sociedade de fora e a ponte também interna.

Yara: Mas isso mudou muito depois de 2000? Ou não?

Graça: Teve uma transformação.

Yara: Quando vocês saíram era o Luiz Fernando que estava na presidência?

Graça: Sim, era o Luiz Fernando quando eu saí. Foi ele quem assinou a minha cessão para a Defensoria. A Jurema ficou uns três anos e meio eu acho, por aí...

Yara: Não sei quando exatamente ela entrou, mas o Luiz Fernando não ficou muito tempo né...

Graça: Sim, ele ficou mais tempo. Aí teve algumas coisas que mudaram no Iphan. Como eu te falei, tipo o Aloísio Magalhães... Tipo o Programa Monumenta, Luiz Fernando é cria do Programa Monumenta...

Yara: O Luiz Fernando teve uma certa preocupação em dar um gás na comunicação, né?

Graça: Sim, teve, eu acho que sim. A Jurema é mais discreta.

Yara: É... Agora isso retoma com Kátia.

Graça: O Luiz Fernando, com certeza. Tanto que o Monumenta tinha uma vertente de imprensa. Foi conflitante, mas depois a gente se acertou. Mas assim, tinha a parte da imprensa, a parte das publicações, de promoção de eventos e tudo.

(Grace chama para lanchar e passam a conversar de outras coisas)

APÊNDICE C - ENTREVISTA COM LURDINHA CASTRO

Entrevistada: Maria de Lourdes Castro Oliveira (Lurdinha Castro)⁵⁶

Entrevistadora: Yara Diniz

Data: 18 de setembro de 2018

Horário: 18h52 às 20h46

Local: casa da entrevistada- Rio de Janeiro (RJ)

Período em que Lurdinha trabalhou no Iphan: de 1979 a 1994



Jornalista formada pela Universidade de Brasília (UnB), com mestrado em Comunicação para o Desenvolvimento pelo Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), em Quito, Equador. Entre idas e vindas, trabalhou no Iphan de 1979 a 1994. Foi editora-chefe responsável pela maioria dos números publicados do Boletim Sphan/próMemória, impresso até 1989. No Instituto, realizou, ainda,

diversas campanhas promocionais e firmou parcerias importantes, como com a então companhia aérea Varig e com a Grow, empresa que cria e comercializa brinquedos. No Ministério das Comunicações (entre 1974 a 1979), idealizou o Plano Nacional de Comunicações.

Introdução

A entrevista com Lurdinha Castro foi a terceira de uma série de cinco entrevistas que subsidiaram a dissertação de mestrado intitulada *O patrimônio cultural brasileiro em evidência: uma análise da Assessoria de Comunicação do Iphan*, apresentada por Yara Diniz no âmbito do Programa do Mestrado Profissional em Preservação do Patrimônio Cultural do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional .

⁵⁶ Foto do acervo pessoal de Lurdinha Castro.

Assim como ocorreu com os demais entrevistados, foi uma conversa informal, no apartamento dela, na cidade do Rio de Janeiro (RJ), no início da noite de uma terça-feira de setembro de 2018. Nos primeiros contatos que fiz com Lurdinha, por telefone, expliquei que estava pesquisando sobre a trajetória da Comunicação do Instituto e colaboradores que estão e passaram por lá haviam me indicado conversar com ela. Além deles, dois dos entrevistados anteriores, João de Souza Leite e Graça Mendes, também reforçaram a importância de entrevistá-la.

Lurdinha contava como foi trabalhar com Patrimônio Cultural quando o gravador foi ligado.

Lurdinha: ainda era o CNRC. Você sabe do CNRC? A gente funcionava dentro da UnB nessa época, era o Centro Nacional de Referência Cultural. E o Aloísio [Magalhães] queria começar a fazer a documentação de algumas coisas que ele já vislumbrava... A questão do patrimônio imaterial, sabe? Ele era uma figuraça! E me convidou para isso. A gente se conheceu de uma forma muito engraçada, eu trabalhava no Ministério das Comunicações, porque minha formação é Comunicação, e depois fiz um mestrado da OEA [Organização dos Estados Americanos], no Equador, fui da primeira turma, com jornalistas basicamente, muitos poucos países tinham a área de Comunicação Social, era um mestrado para desenvolvimento (humano, social), comunicação e desenvolvimento, uma coisa super nova para aquela época, mais de quarenta anos atrás (1975), e fui selecionada no Brasil. O Ministério das Comunicações me liberou.

Lá eu fiz muito contato com o pessoal da Unesco, da OEA que dava aula e tal, o pessoal da Unesco que trabalhava em Quito na área de restauração... e já no Ministério das Comunicações eu participava de muitas conferências regionais ou internacionais na área ou de comunicação, ou comunicação e cultura, ou de cultura, o MEC [Ministério da Educação] não mandava ninguém. O ministro na época era o Ney Braga - era ditadura ainda, governo Geisel.

Yara: o mestrado foi durante o trabalho com Aloísio ou foi antes?

Lurdinha: não, foi antes. Aí nessas viagens para o exterior, eu sempre encontrava o Aloísio, fui apresentada a ele uma vez por um diplomata em um aeroporto. Eu estava embarcando para

a Itália e esse diplomata me apresentou a ele, a gente papeou, papeou, papeou dentro do voo, que estava super vazio. E daí pra frente, vira e mexe encontrava com Aloísio no aeroporto. Então, nossa amizade foi se fazendo de aeroporto em aeroporto, entendeu. Ele falava, “mulher” (risos) - com aquele jeitão pernambucano dele - “você é muito interessante, você tem umas ideias muito avançadas, mulher, você pensa umas coisas que me interessam” e daí a pouco ele já começou a me chamar de comadre, comadre... eu virei comadre, e a gente teve uma relação muito gostosa, muito sincera, muito amiga, parceira, de cúmplice, e foi muito bom trabalhar com ele e ter ele como amigo.

E aí quando estava terminando a gestão do ministro Quandt de Oliveira no Ministério das Comunicações, final do governo Geisel, eu falei com ele que fazia questão de sair junto com ele do ministério. Fui para lá para fazer, a convite dele, um Plano Nacional de Comunicações (PNDC). E a gente fez, e fez assim, falei com ele, eu vou, mas sou muito novinha, eu era muito novinha, sabe? Eu era muito metida a saber tudo, muito bisbilhoteira, sempre fui e sou até hoje, graças a Deus. Mas assim, eu tinha tanto amor por esse trabalho, do PNDC, porque esse ministro, apesar de ser ‘milico’, eu tenho horror a ‘milico’, sou ex-presença política... tenho horror! Ele falava assim, ele fez um discurso que falava o seguinte: “o dano mais lesivo à informação e à educação através dos meios de comunicação do Brasil não era a censura, era a publicidade, porque ela que pautava o que seria veiculado”.

E quando ele falou isso, os meios de comunicação – leia-se: *Time-Life* e Rede Globo - estavam começando, não tinha em Brasília nessa época Rede Globo, eu trabalhava na Tupi quando saí para ir trabalhar com o Quandt, e a Tupi era o máximo! Então, ele foi assim massacrado. E um professor da universidade falou com ele: o senhor precisa ter ao seu lado uma pessoa que seja forte, com uma visão progressista, acho que não falou de esquerda, lógico, porque naquela época não dava para falar isso, mas uma pessoa que entenda de comunicação. E tem uma ex-aluna minha, que gosto muito, que foi uma pessoa brilhante durante o curso - eu fiz Comunicação na UnB, na graduação - e acho que o senhor poderia ter uma conversa com ela. E daí me levou para ter uma conversa com o ministro. “mas, gente, eu não tenho estatura para isso”, “você que acha que não tem, mas você tem, você é a pessoa” e aí eu dei uma deslanchada, eu segurei esse discurso dele e comecei a defender.

Porque a Abert [Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão], que é quem manda até hoje, mas hoje tem menos veiculação do nome Abert porque a Globo “faz o papel de”, porque a Globo virou mais importante que as associações de classe, do que os órgãos regulatórios, e então era assim, sabe, era uma campanha contra o ministro e depois essa campanha virou contra mim. Então meu grande desafio - adoro desafio! - era passar esse

PNDC, onde a gente fazia reserva de mercado para o cinema brasileiro, para os documentários brasileiros, entendeu? Você fez foi Comunicação ou História?

Yara: Comunicação, Jornalismo.

Lurdinha: eu não sei se você estudou legislação da Comunicação na sua graduação, mas a gente tinha um professor fantástico na UnB na cadeira de ética. E eram dois semestres com esse cara. O meu trabalho inclusive, o meu TCC [trabalho de conclusão de curso], foi em cima do parágrafo da Constituição, que dizia... Que dizia não, que diz que os meios de comunicação são de interesse público, porque são de interesse da cultura e da educação nacional, e podem ser concessão desde que funcionem como veículos de educação. Isso é uma brincadeira que ninguém sabe disso no Brasil.

Hoje em dia, ninguém sabe. Naquela época ainda havia discussão, é muito curioso isso. Porque na época dos ‘milicos’ a gente ainda tinha espaço para discutir isso. Então eu conversei com o ministro, ele se chamava Euclides Quandt de Oliveira, eu disse: “ô ministro, eu sou muito nova, sabe, eu não tenho medo de crescer, não tenho medo de desafio, não tenho medo de trabalhar, não tenho medo de pesquisar, não tenho medo de saber o que eu não sei. Agora... Eu conheço muita gente que gosta de mim e que pode me ajudar para, gente muito boa que se a gente trabalhar junto... Se o senhor me permitir fazer uma comissão pra redigir esse código junto...”

Estou te contando essa história do Ministério das Comunicações porque em função disso que eu vou pra área de cultura, entendeu? É... Eu posso fazer uma comissão e a gente encarar esse trabalho junto com especialistas, assim, os melhores do Brasil? Então, por exemplo, a primeira pessoa que eu contratei, pra serviço de consultoria temporário, foi o Vladimir Herzog. E eu estava no Equador defendendo meu mestrado no dia em que mataram ele. Então eu defendi o mestrado e fui chamada na embaixada pra prestar minhas contas e ser convocada com um IPI [inquérito policial] logo depois... Então assim, eu peguei duas pessoas na área de imprensa, duas pessoas na área de publicidade, duas pessoas na área de cinema... entretenimento, indústria de cinema...que era o Luís Carlos Barreto e o Roberto Faria, que acabou de morrer. Aí depois o Luís Carlos teve um impedimento por causa de uma superprodução que ele ia fazer, aí chamei o Nelson Pereira dos Santos que eu já conhecia porque trabalhei também na Fundação Cultural de Brasília. Eu que montei a comunicação lá da Fundação Cultural do Distrito Federal.

Yara: só um parênteses... Quantos anos você tinha nessa época?

Lurdinha: no Ministério das Comunicações? Peraí... Meu filho mais velho está com 46, a menina 44. Eu devia ter 36, 38 anos. Era uma menina para uma empreitada dessas. Tem que pegar o governo Geisel. Eu fui no início do governo Geisel. Eu para data sou um horror. Porque eu fiquei no governo Geisel dentro do Ministério das Comunicações. Fez 50 anos agora que o Herzog morreu? Por que teve uma comemoração recente.

Yara: não sei, teve alguma coisa mesmo, mas não sei se foram 50.

Lurdinha: mas é fácil. O Google nos ajuda nessas datas. Bom, aí... na área de curta metragem, chamei duas pessoas que eu tenho muito respeito por elas, que fazem cinema curta metragem de muito boa qualidade até hoje. Na área de rádio, a mesma coisa, na área de TV eu chamei o diretor, o fundador, o cara que idealizou a TV Cultura de São Paulo. Então, assim, a gente tinha um time na área de política de comunicação... Eu tinha o diretor do curso de Comunicação aqui da FACHA⁵⁷, dessa faculdade aqui do Rio, que era... Que acabou sendo ministro da Ciência e Tecnologia do Lula, que é o Roberto Amaral Vieira, do PSB... E mais o Salomão... Não sei se você chegou a conhecer o Salomão...

Yara: ele é de qual frente da comunicação?

Lurdinha: ele está aposentado, ele é mineiro... Ele é um dos que foi a Brasília em 69 quando foi reaberta a Comunicação, para ajudar a reabrir. Porque a universidade foi fechada em 68... então o Salomão foi pra lá nessa época. Mas ele foi assim um dos primeiros redatores da Realidade⁵⁸, era professor da FAFICH⁵⁹ em Belo Horizonte... sem saber eu tinha as melhores cabeças junto comigo pensando... O Silvio Santos não existia, sabe? Tinha a TV Tupi, Assis Chateaubriand e estamos conversados. Não existia rede. Quando eu fiz Tupi, fiz televisão ao vivo, não tinha vídeo tape. Sou velha, vou fazer 72 agora ... (risos) então isso tudo instigava muito. Eu sentia que estava vivendo um momento muito importante no país. Muito triste, muito difícil, muito doído, mas um momento que eu acreditava na transformação. Um

⁵⁷ Faculdades Integradas Hélio Alonso.

⁵⁸ De acordo com informações da Wikipedia, Realidade foi uma revista brasileira lançada pela Editora Abril em 1966. Circulou até janeiro de 1976. Apresentava características inovadoras para a época, com matérias em primeira pessoa, fotos que deixavam perceber a existência do fotógrafo e design gráfico pouco tradicional.

⁵⁹ Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais

momento de surgimento da Tropicália, da bossa nova. Conheci Chico Buarque em um convento dos dominicanos, lá em Belo Horizonte, lá no final da serra. E fiquei amiga do Frei Beto. Era uma riqueza muito grande! O meu mérito era de ser curiosa, de estar sempre ansiando coisas novas nessa área da comunicação e da cultura.

(pausa)

Yara: e o plano? Saiu?

Lurdinha: aí o plano foi entregue ao Geisel, muitas discussões na época com o Figueiredo, que era o chefe na época e com o Geisel. Muito difícil. Mas eu consegui coisas muito legais assim... Por exemplo... A censura comendo solta... Aí eu convenci o ministro pra gente tentar ajudar o cinema brasileiro e a cultura. Esse ministro era a maravilha de um homem, sabe! Ele comprava todas as coisas que eu vendia pra ele e me dava força até o final. Eu falei, “ministro, *vamo* ajudar, cara”, sabe? Era o Buzaid, o ministro da Justiça. E censura e censura e censura, aí eu falei, “vamos fazer uma sexta. A primeira sexta do mês é um cinema com *avant première* aqui dentro do ministério. Antes dos cineastas levarem o filme para o ministro da Justiça a gente faz uma *avant-première* aqui, convida a *cambada* toda”. Você acredita que ele comprou a ideia?

Yara: não acredito!

Lurdinha: pode acreditar! Primeira sexta-feira do mês estava ele, de terno e gravata, lindo, cheiroso, um senhor, com a esposa que é minha xará, na porta do ministério recebendo os convidados e os censores: o Buzaid, o Geisel.

Yara: e não tinha problema com isso?

Lurdinha: não! A gente ficava sabendo primeiro os cortes e eu passava tudo debaixo dos panos. A gente, assim... Ganhou uma canja muito grande. Por isso acho que foi muito fácil trabalhar com o Aloísio. E o Aloísio gostar. Aí nesse viaja pra cá, viaja pra lá e o Aloísio também, a gente sempre batendo papo e os papos rolavam. Eu adorava o Nordeste! Levava sempre meus filhos para passar um mês inteiro de férias no Nordeste. E o Aloísio ficava... “nossa, você conhece Igarassu [PE], você conhece a Igreja de São Francisco de Assis?” Acabou que eu saí do ministério e... “vou colocar currículo na rua, rodar bolsinha agora pra

arrumar o que dá de comer”. Aí o Aloísio me chamou. Acho que ele ficou sabendo por meio do meu ex-marido, que foi do Patrimônio também... o Roberto Sabato Cláudio Moreira. Ele morreu tem dois anos... A gente é ex-marido e ex-mulher, mas ele morreu de mãos dadas comigo. A gente doou parte do acervo de livro dele lá pro Iphan de Brasília. Fizeram uma biblioteca com o nome dele.

Yara: ele era jornalista também?

Lurdinha: ele foi jornalista, mas não fez Comunicação não... ele fez Direito. Era aquela época, até 68, que você comprovava que trabalhou pelo menos dois anos na imprensa e tinha o registro profissional. E lá em Brasília ele foi pra Última Hora, que era o único jornal de oposição. Aí fecharam o Última Hora, prenderam todo mundo, ele ficou desempregado e eu fui pra Brasília. Eu fui exatamente em 68 quando fecharam a universidade, fecharam o Última Hora, foi meio caos, mas foi muito bom, a gente cresceu na adversidade. Aí o Roberto mudou pra Sociologia quando a universidade reabriu. Fez Sociologia, convenci ele de todo jeito pra fazer mestrado, porque ele tinha a veia da academia. Ele foi pra universidade, fez o mestrado em Comunicação. Depois a Comunicação contratou ele, depois fez doutorado em Sociologia e aí ficou o resto do tempo em Sociologia. E depois fez um pós-doc em Sociologia na Europa.

Yara: a Comunicação que contratou ele foi a do Iphan ou da universidade?

Lurdinha: na universidade. Eu já estava trabalhando com o Aloísio. E ele já tinha trabalhado com o Aloísio, fez uns bicos e pegava algumas coisas no CNRC pra escrever. O CNRC era um centro, não era uma instituição e o Aloísio conseguiu esse lugar dentro da universidade só pra sediar, mas não tinha uma obrigação com a universidade. O CNRC era uma coisa do Severo Gomes, do Aloísio? Nasceu da cabeça deles, juntou Mindlin⁶⁰, sabe... A inteligência de verdade da intelectualidade brasileira e fizeram o CNRC.

Aí acho que o Roberto comentou com o Aloísio e ele falou “não, eu quero ela comigo”. Fui lá e comecei a trabalhar no CNRC. E falei, “ó, primeira coisa que acho que a gente tem de fazer é criar um veículo de comunicação”, entendeu, institucionalizar o trabalho de comunicação mesmo. Mas o Aloísio, “não... vai para a área de projeto, *procê* fazer pesquisa”... “não, Aloísio, deixa eu fazer uma proposta de montar alguma comunicação aqui

⁶⁰ José Ephim Mindlin foi um repórter, advogado, empresário e escritor brasileiro.

dentro”... E nessa época não existia isso. Engraçado... A Fundação Cultural de Brasília não tinha nada de assessoria de imprensa, assessoria de comunicação... Nada...Quando eu fui não tinha nada.

E eu empresariava teatro em Belo Horizonte. E aí todo mundo do Rio e São Paulo, Paulo Autran, Tônia Carrero, o povo todo, a nata do teatro me contratava para fazer os espetáculos. E então eu fazia a produção e fazia imprensa. E fazia porque eu era presidente da Umes, União Municipal de Estudantes Secundaristas de Minas Gerais, Umes - MG. É a UNE dos secundaristas. Eu fazia o quê? A Umes tinha problema financeiro, então juntei o útil ao agradável. Falava para eles... O primeiro cara que eu trabalhei foi o Paulo Autran. Eu falei com ele, “você não sabe o que é isso, estou inventando uma coisa que vai ser bom para você e vai ser bom para nós, estudantes. *Cê* me dá o seu primeiro espetáculo”, e em vez de eu por no Teatro Marília, porque o teatro do Parque Municipal estava fechado para obra, o Marília que estava bombando... Era o teatro de Belo Horizonte, era o Marília. Aí eu falei, “olha, você me dá a primeira noite do espetáculo. Se cabem 420 pessoas, eu vou por 840 dentro do teatro de alunos secundaristas, e esse povo vai sair do teatro falando de vocês maravilhas. No dia seguinte vocês vão estourar a boca do balão e vai ter a bilheteria todo dia”. Eles não acreditaram muito não, mas me deram. E aí deu hiper certo! Eles tiveram que ficar mais uma semana e bombaram duas semanas.

Porque é o boca a boca da comunicação, sabe? Aí ele chegou no Rio e falou para outras pessoas e aí o povo começou a me procurar e um dia o Juca Chaves me telefona, marcando um encontro comigo lá em Ouro Preto. “Eu vou fazer um espetáculo em Ouro Preto, *cê* podia encontrar comigo. Fiquei sabendo que *cê* que estoura a boca do balão. Eu vou para Belo Horizonte três dias”. Eu disse, “pode por cinco”. Ele disse, “não, eu nem sei se eu vou conseguir encher três dias”. Eu disse, “põe cinco”. Aí ele abriu as portas e estourou também, abriu as portas de São Paulo para mim, entendeu. Então, quando fui para Brasília eu ganhava dinheiro assim, vendendo teatro.

E o Paulo Autran falou para a Fundação Cultural, que era presidida, triste época, por um comandante, um imbecil de um cara. Deus me livre, uma toupeira. E ele falou, “olha aqui, vocês precisam de uma mulher que está vindo para cá. Ela vai casar com um menino lá de BH que veio para cá e vocês precisam por essa mulher aqui, que vocês vão ver o que é fazer cultura”. Aí eu fui pra lá, eles mandaram minha ficha pro SNI⁶¹. Fiquei seis meses para conseguir resolver minha vida. Não vem ao caso, mas eu consegui uma pessoa lá em Belo

⁶¹ Serviço Nacional de Informações.

Horizonte que queimasse a minha trajetória inteira. A minha pasta foi desaparecida de dentro do Dops⁶² e aí então eu pude voltar a entregar meu currículo, pude começar a trabalhar. Eu fiquei quase um ano desempregada. Até fome eu e Roberto passamos lá.

Yara: eu realmente estou impressionada como tinha essa censura forte.

Lurdinha: é. E aí eu fui trabalhar com o Aloísio no CNRC...

.

Yara: você lembra do ano? 79?

Lurdinha: no fim do governo do Geisel. O último foi o Médici? Quando eu preciso de data vou no Google. Porque fiz um desapego, eu morava em um sítio, numa casa gigantesca, fiz fogueiras, queimei tudo do Iphan, de tudo...Vamos começar a ser livres...Então, não tenho mais nada, não tenho do Iphan nem um boletim. Eu tinha tudo...

Yara: quando você saiu do Iphan?

Lurdinha: eu saí e voltei e voltei e saí... Eu enchia o saco e pedia demissão...

Yara: aí quando arrependia voltava? (risos)

Lurdinha: não, eu não arrependia não. Eu ia trabalhar, estava sempre feliz.... Mas aí entrava alguém interessante, inteligente. Eu não ia ficar trabalhando com um imbecil qualquer.

Yara: qual foi o último presidente do Iphan que você trabalhou?

Lurdinha: o Oswaldo Campos Melo. O Oswaldo era amigo da gente de botequim lá em Belo Horizonte e fazia Direito com o Roberto em BH.

Yara: pelo que eu andei pesquisando, conversando com o pessoal, antes de você não tinha muito uma estratégia de imprensa no Iphan, né?

⁶² Departamento de Ordem Política e Social.

Lurdinha: não tinha nada. Tinha uma revista que saía de vez em quando... Passava cinco anos sem sair, passava três anos sem sair, do Iphan. Aí eu fui pro CNRC e o projeto Sphan/pró-Memória já existia. O Aloísio convenceu o Roberto de largar a universidade e voltar pra lá. O Roberto foi chefe de gabinete do Aloísio. Lá em casa ou na casa do Aloísio era o grande gabinete da gestação das ideias, entendeu? Era sempre eu, Roberto e Aloísio e mais alguém, dependendo do assunto... Maria Eugênia, Maria Eugênia foi uma pessoa muito importante... Ela era uma das secretárias do Aloísio. Maria Eugênia Correa. Uma pessoa maravilhosa, linda de morrer. E tem um livro pra criança chamado Basílio, que era o cachorro dela. Ela foi uma pessoa muito importante no gabinete, articulava muito bem politicamente. Porque o Aloísio era um gênio político, sabe? Sem se corromper. Ele me chamava e falava assim, “comadre, vai lá em casa, conversa com a Maria, vê o que tem lá” - Maria era a empregada dele eterna lá em Brasília - “e vou fazer um jantar depois de amanhã, vão oito ministros”. E a gente juntava oito ministros em volta de uma mesa e tinha um jantar assim... Como a gente está conversando aqui, sabe?. Tudo ministro de governo ditatorial, entendeu?

Yara: ele transitava...

Lurdinha: muito bem! Ele não era cerceador, era um homem muito inteligente e tudo que era vanguarda ele comprava. E eu alucinada e ele fascinava comigo. E tudo que eu levava pra ele, ele dizia, “isso é genial, comadre, faça”. Eu fiz jogo, bandejinha junto com a Varig... Mas eu não sei se você teve acesso a tudo?

Yara: não.

Lurdinha: ai, gente, porque eu queimei tudo?

Yara: fiquei sabendo de um quebra cabeça, foi você?

Lurdinha: sim. Peguei a Grow

Yara: mas eu não vi, só ouvi falar...

Lurdinha: os brinquedos eu doei para uma instituição em Teresópolis. ... Camiseta com a Hering.

Yara: isso, um rapaz que trabalha no arquivo do Iphan aqui no Rio estava me contando essa história essa semana...

Lurdinha: quem é?

Yara: se chama Ivan.

Lurdinha: Acho que não conheço ele não.

Yara: ele estava me falando das camisetas, que iam os grupos escolares visitar a biblioteca do Iphan e ganhavam camiseta.

Lurdinha: não é isso. Com a Hering, eu fiz o seguinte. Eu fiz um convênio com a Grow primeiro. A Grow foi fundada porque só tinha Estrela no Brasil. Pensava em brinquedo, pensava em Estrela... A gente vai primeiro para outras coisas, que não o boletim. O primeiro grande produto é lá no CNRC ainda, o Iphan está sendo criado e gestado. Então, o Aloísio me apresentou o... Ah, não vou me lembrar do nome agora. Um menino que foi aluno de desenho industrial do Aloísio, ele gostava muito dele, foi trabalhar comigo e levou um outro amigo que era daqui do Rio - até esses dois moraram comigo um tempo, lá em casa, em Brasília, na época que a gente estava gestando o boletim. O boletim foi a primeira grande gestação assim de uma coisa concreta que a gente pôs na rua.

Yara: o João de Souza Leite estava...

Lurdinha: exatamente isso, o João de Souza Leite. Então, eu, o João de Souza Leite e esse amigo do João.

Yara: Herval...

Lurdinha: Herval. Herval, eu e João de Souza Leite fomos as primeiras pessoas que sentamos para desenhar o boletim. A gente fez o primeiro boletim, que era o mapa do Brasil estourado com mosaicos de todos os bens móveis e imóveis do Brasil. Cada estado tinha uma *fotinha*, então o Rio Grande do Sul tinha uma *fotinha*, você não viu isso, não? Tem lá e não tem nome

de ninguém. Aí começou a minha briga com o João e com o Herval, porque eu sempre achei que o que a gente escreve não é da gente. Por exemplo, se eu for fazer uma matéria hoje sobre o Museu Nacional, o Museu Nacional foi feito em 200 anos por milhares de pessoas. Então eu assino a matéria? Não, porque aquela história não é minha. Aquela história é da comunidade que fez o Museu Nacional.

Eu nunca gostei de ser personalista. Eu só vim a assinar o boletim quando o Henrique Oswaldo voltou para a pró-Memória, voltou a circular o boletim. Porque quando eu pedi demissão, por causa de uma sacanagem de Joaquim Falcão, Ângelo Oswaldo... Uma briga de cachorro grande, eu aguentei 30 dias, virei para o Irapoan, que era o diretor executivo, “eu vou esperar para ver o que esses dois vão fazer da vida. Em 30 dias, se não se resolver, eu tenho muito mais coisa para fazer da minha vida do que ficar aqui esperando e recebendo salário para não fazer nada”. E o Irapoan disse, “não pede demissão, esse cargo é seu”. Eu disse, eu quero marcar, estou pedindo demissão porque não suporto essa briga para saber quem manda mais, se é a pró-Memória, se é o Iphan. Está dividindo ao invés de somar. E o Aloísio, muito pelo contrário, ele juntou os três, que é o PCH [Programa de Cidades Históricas], que vinha com o Reis Veloso e o Henrique Oswaldo, que está em Brasília, ele está aposentado e mora no Varjão. O Soneca, marido da Graça, pode te levar até ele.

O Henrique era o grande homem do PCH, homem de confiança do Reis Veloso, que era o Secretário de Planejamento, pois não era ministério na época, e arrumava o dinheiro para restaurar os bens do Nordeste, já era uma divisão lá, que o Aloísio, espertamente, trouxe. O Iphan sem dinheiro... Aí o Iphan com pessoas assim, maravilhosas, dona Judith, o Soeiro, a gente tinha maior acesso ao doutor Lucio Costa, ao Drummond, Silva Telles, que para mim era a pessoa mais íntegra e mais maravilhosa que tinha no Iphan... tem um Memória Oral dele, acho que você devia ler. Porque foi assim, eu, João de Souza Leite e Herval começamos a trabalhar juntos. E não deu certo, entendeu?

Yara: eles já estavam quando você chegou?

Lurdinha: não, o Herval nunca foi funcionário da casa, ele trabalhou lá meses. Nós fizemos o boletim lá em Brasília, não era nem aqui no Rio. Aí saiu o primeiro boletim, esse do mapa do Brasil com um grande mosaico, que chamava CNRC, Programa Cidades Históricas, - era PCH - e Iphan. E alguns números se chamaram assim e aí logo depois chamou Sphan/pró-Memória. Aí foi assinada pelo Geisel a criação da Secretaria do Patrimônio, que foi o grande embrião da Secretaria de Cultura e depois do Ministério da Cultura. E a pró-Memória, que

seria uma fundação para dar agilidade... Porque os órgãos da administração direta, feito o Iphan, eram órgãos com muitas exigências, as coisas eram muito demoradas. E o esquema de fundação naquela época, que estava começando a florescer, tinha uma legislação muito mais ágil. Por exemplo, gráfica, se você tem uma periodicidade você precisa cumprir, então a gente contratava via pró-Memória. Contratar via Iphan era uma burocracia do cão.

Herval, João e eu, a gente sempre teve uma marca de ir apurar no local, tanto que minha equipe inteira sempre trabalhou assim. Marcus de Lamonica, Marcus trabalhou comigo e é um dos melhores textos que o Brasil teve. Morou aqui no Rio e está morando em Brasília agora. A gente mantém uma amizade até hoje. O Marcus entrou pro Patrimônio feito a Graça... Eram estagiários.

E João de Souza Leite, quando ele viu que a gente não ia combinar muito na maneira de trabalhar e que ele não tinha a agilidade que eu tinha, sem demérito nenhum, o trabalho exigia agilidade, entrega, tempo, e a coisa não rolava muito...

Yara: esse boletim foi um sucesso...

Lurdinha: é... Na França, em Portugal, na Alemanha...Eu não sei se o arquivo mantém as cartas que a gente tinha, porque eu respondia carta por carta. Todas as cartas estão no arquivo.

Yara: e como era a relação com a imprensa? Tinha esses produtos...

Lurdinha: o seu foco é imprensa? Olha, a relação com a imprensa era uma coisa mais solta possível. Porque Brasília era pequena, o Roberto e eu tínhamos trabalhado em redações de TV, rádio e jornal. Pela Fundação Cultural, eu rodava todas as redações (...) então, eu me dava com todo mundo. (...). Não tinha uma estrutura de assessoria de imprensa, nunca montei uma estrutura de assessoria de imprensa porque eu acho que engessa, a imprensa para ser livre precisa ser *desengessada* na estrutura do órgão. Porque senão vira isso que a gente tem no Brasil hoje, você tem sempre a versão oficial do órgão, mas vai tentar falar com alguém dentro do órgão para ver se deixa, ou se a pessoa fala, todo mundo morre de medo de dar uma declaração, vazar o nome e estar na rua.

Yara: mas quando chegava alguma demanda de imprensa?

Lurdinha: qualquer um de nós falávamos. Qualquer técnico falava, na maior confiança porque não tinha mentira. A gente fazia com tanto amor tudo, que todo mundo que estava envolvido na obra falava. O Aloísio foi assim muito categórico com as diretorias regionais e depois quando a gente criou os escritórios técnicos - porque antes eram cinco diretorias regionais, depois viraram sete (...) - e os presidentes sempre pontuaram isso: para a imprensa, fala quem conhece a questão, ou a Lurdinha ou alguém da confiança dela. Que era o de Lamonica, era a Graça. Depois de muito tempo foi o Chiquinho, Chico Cereto. O Cereto veio no governo Collor. Ele veio da Fundação Nacional do Livro. Eu peguei um povo ótimo! A Joieta, a Aimojara. A Joieta eu tenho até o telefone dela, posso te dar. A Aimojara é mais avó, mais reclusa, mas a Joieta vem aqui me ver, vem aqui na praça, a gente bebe, se quiser eu posso dar o *whatsapp* dela. Aqui do lado tem uma praça que pega fogo. A praça da esquerda carioca é aqui, na minha esquina. Sábado a noite tem samba, domingo de manhã tem chorinho. Se chama São Salvador, vamos combinar se você quiser, vem aqui, a gente vai lá e te apresento a todo mundo.

Yara: vamos combinar sim, eu adoro samba e chorinho.

Lurdinha: esse pessoal é da Unirio e da UFRJ. São professores mesmo, alunos já graduados. O chorinho foi decretado há um mês patrimônio imaterial. Eu até ajudei a montar o projeto, entendeu? Eles trouxeram o vereador que queria dar força. Conversei com ele. Expliquei como é que fazia e tudo e ajudei a redigir o parecer dele pedindo o registro. Aí passou, agora nós vamos brigar com o Crivela. Para ele deixar passar o chorinho e não o gospel (risos), e ele assinou. A gente ficou em cima.

Yara: já foi reconhecido? Já está com o título?

Lurdinha: sim. Foi entregue, a gente mesmo telefonou pra Globo, Band, Sílvia Santos, eles gravaram um DVD. Domingo agora foi o lançamento do DVD. E junto funciona a “Linhas do Rio”. Não sei se você conhece?

Yara: não.

Lurdinha: é um grupo de mulheres... Aqui em casa tem. Sabe as Bordadeiras de Minas? Pois é, é a mesma coisa, aqui chama Linhas do Rio. E a gente se reúne aqui na praça pra bordar. (Lurdinha mostra trabalhos feitos na Linhas do Rio)

Yara: olha só, lindo! Muito legal. Você faz parte do grupo?

Lurdinha: faço, sou a produtora do grupo. Precisa de uma mesa, de um guarda-sol...

Yara: tô vendo que a produção, a cultura e a comunicação você não larga mão nunca mais?

Lurdinha: não, nunca mais! E a gente está fazendo envio. Porque, antes, a galera, “não, porque não vamos vender, porque senão vão falar que a gente tá ganhando dinheiro com a desgraça dos outros”. Eu falei, “gente, eles vão falar mal da gente em qualquer hipótese”. O ser humano fala mal do ser humano. Não quer construir não, quer destruir. Então, assim, eu nem ligo para quem fala mal de mim, entendeu? E falaram mal de mim a vida inteira, não vai ser agora que vão parar de falar, então vamos vender sim. Elas punham um varal, com um prendedorzinho assim e você chegava lá e pegava, aí uma levantava e falava “ah, *brigada* por você ter escolhido” e te davam um alfinetinho para você por aqui. Eu falei, “a gente gasta dinheiro com pano, com carbono, com linha, entendeu? Todo mundo bordando igual uma louca o dia inteiro em casa, levantando toneladas e vamos dar? Não vamos dar, não, vamos vender, porque o Haddad precisa de dinheiro para a campanha”. (risos)

Eu sou prática, sabe... Por isso eu nunca dei certo com o João. Porque ele queria discutir o sexo dos anjos... Aí, o João disse, “a revista eu não abro mão”. Fiquem com a revista, não faço questão nenhuma, porque tinha que conversar com os grandes intelectuais da academia. Eu não faço questão. Enquanto o boletim chegou a ter 120 mil exemplares na tiragem... E a gente recebia carta da Europa inteira, da América inteira. Museu Rafael Larco Herrera, no Peru, Museu do Ouro, da Colômbia. E quando acabou, fiquei muito impressionada. Quando eu saí, acabou. O que eu acho muito feio para a instituição. É um atestado, assim, “isso existe porque a Lurdinha bate o pé e faz”, porque pra instituição isso não é importante. Tanto que pegaram todo o nosso arquivo, que eram toneladas... Você me escrevia, a gente estava no nº 14, dizendo que você era professora, da Universidade de Cambridge, que você falava português e queria traduzir, porque você achou maravilhoso e queria levar pros seus lados, etc e tal, o que eu fazia? Eu pegava o primeiro, o segundo, até o décimo quarto e mandava a coleção pra você. Ele era furado pra isso. Eu falei, cada um faz a

sua pasta com os seus boletins... A seção de cartas era um sucesso, as duas últimas páginas eram cartas. E a gente até brigava para poder pautar as cartas, porque as cartas eram fantásticas, porque está sendo lido por gente que jamais imaginamos. Tinha uma velhinho de Coimbra, na Universidade de Coimbra... Gente... Quando eu saí, as cartas que ele mandava o povo copiava e me entregava...

Então o boletim começa comigo, João e com o Herval, em Brasília. A gente fez os três primeiros. No final do terceiro, na edição, os dois vieram embora pro Rio. Agora imprensa, imprensa era assim. O Aloísio falava, o Henrique Oswaldo falava, o Oswaldo Campos Melo falava: vai falar quem conhece do assunto, quem conhece profundamente o assunto. Eu sempre fiz a minha equipe viajar com a diretoria regional e viajar com os diretores regionais, chefes de escritório ou com arquiteto, entendeu?

Porque eu acho que a Comunicação tinha que saber profundamente o que o arquiteto sabia, o que o arqueólogo sabia, então a gente acompanhava desde o início. Por exemplo, Paço Imperial, a gente acompanhou cada limpadinha para achar moeda e pedaço de caco e foi fotografando. No arquivo não tem meu nome, não tem o nome da Graça, do Soneca, mas tem fotos nossas. Porque a gente voltava com quatro, cinco rolos de filme para documentar tudo. Por exemplo, Madeira Mamoré, eu trabalhei mais de seis meses em Rondônia.

Quando Ouro Preto desabou, a Matriz do Pilar... Beto e Mariana, meus filhos, iam com Roberto e mamãe. Mamãe ficou morando em Brasília cuidando dos meninos. Eu dormia em Ouro Preto até terminar a obra. O Aloísio falava: “comadre, você pode, você está aguentando? Vou mandar os meninos todo fim de semana”. E os meninos iam, pequeninhos, eles adoravam, subir o morro São José, as máquinas andando... Então, a gente acompanhava.

Yara: isso com todos os presidentes era assim?

Lurdinha: todos. E todos me respeitavam e quem não respeitou eu pulei fora, é só ver na área de pessoal quando eu pulei fora.

Yara: e todos mantiveram essa decisão que o técnico pode responder?

Lurdinha: é... Os técnicos nos embasavam sobre a conversa. Aí vinha [a imprensa], “ah, tá faltando isso ou queremos foto disso”. A gente dava uma informação a mais, ou retificava uma informação. Não era arquiteto tal, era tal arquiteto que está acompanhando.

Yara: e nos casos mais polêmicos, quando Ouro Preto caiu ou quando teve um problema mais sério?

Lurdinha: aí você tinha essa leveza da instituição, que não existe mais. Você tinha Roberto Moreira, chefe de gabinete de Aloísio, que era jornalista. Eu não estava, mas qualquer demanda que batesse em Brasília, o Roberto respondia por mim. Lá em Ouro Preto, Estado de Minas, os jornais de São Paulo e do Rio, estava eu lá. Então, na Casa do Patrimônio [em Ouro Preto], a gente tinha uma casa lá... Eu dormi naquela casa, oh... (estalando os dedos como quem quer dizer por muito tempo)..

Yara: em uma entrevista mais especial, chegava um assessor a acompanhar? Nas coletivas o Aloísio ia sozinho?

Lurdinha: engraçado, nessa época eles vinham até a gente. A gente tinha muita moral, sabe? Acho que a gente viveu uma época muito rica. Algumas coisas a gente sentava, geralmente sentava lá em casa ou na casa do Aloísio. Vamos tomar um vinho ou fazer um churrasco. Eu ia com Roberto, Maria Eugênia, Graça me acompanhou umas duas vezes, Maria Eugênia, sempre. Tinha uma senhora, essa gosto muito dela, sempre gostei, mas não consigo lembrar o nome dela, foi casada com Domingos Calazan, presidente do Banco do Brasil, que era outra secretária de Aloísio.

Yara: me passaram os nomes “Lúcia” e “Lícia”, mas não sei se estavam na época do Aloísio... e não sei também se faziam esse papel de assessoras de imprensa que acompanhavam o Aloísio nas entrevistas e tudo mais...

Lurdinha: não, não tinha. A primeira vez que o Aloísio foi falar, a gente ia encaminhar para a Unesco o primeiro pedido de tombamento [Patrimônio Mundial], a gente sentou pra conversar. Eu disse, “não, Aloísio, você não vai dar essa notícia no Brasil, você está indo para a Europa para fazer outras coisas, você tem que falar de lá”. Nós montamos uma entrevista dele em Portugal. “Estou fazendo isso em Portugal e daqui vou para Paris porque vou entregar o primeiro dossiê”... Cara, a repercussão foi outra. Deu entrevista no Jornal Nacional. Essa eu lembro direitinho, a gente montou os detalhes e como íamos vazar a viagem dele pra Europa. O Roberto e a Maria Eugênia estavam juntos, eu... E tinha mais alguém.

Yara: vocês mandavam *release*? Tinham esse costume?

Lurdinha: a demanda era muito grande, sabe, era muito grande. A gente algumas vezes chamou alguns jornalistas para viajar junto, mas não vou lembrar... Quando descobrimos um baita achado, então, por exemplo, como funcionava: a gente bebendo, comendo um churrasco lá em casa, estava o Moacyr, da área financeira, está lá em Brasília, uma figura engraçadíssima... Às vezes eu estava em casa, calor, meia luz, lareira acesa, aquela sala enorme, tomando um vinho... Daqui um pouco eu vejo aquele homem correndo, pulando pra dentro da minha casa, saltava, eu tomava um susto... Ele com um embrulho, “estou trazendo minha maminha”. Ele comprava a maminha para a gente pôr no fogo... “não sou um ladrão”, a gente se divertia muito, mas trabalhava muito.

Conversando lá em casa, o Aloísio falou assim: “a Fordlândia vai fazer aniversário. A gente tem que levantar essa história bem levantada de Belterra e de Fordlândia e a migração dos paraibanos, pernambucanos para aquela região do Pará e depois eles se embrenhando pela Amazônia”. Aí nós começamos a conversar, cada um sabia um pouco e a gente passou a noite falando sobre Fordlândia, que foi criada por Henry Ford, era uma cidade americana no meio da selva por causa da borracha, e Belterra também.

Falei, “Aloísio, amanhã vou pegar Marcus de Lamônica e mandar pra lá”. “Mas ele tem que tomar vacina de febre amarela” ... Eu falei, “não, mosquito nenhum vai querer o Marcus, não”. O Marcus ficou lá não sei quantos dias. Não tinha isso de ter de voltar em dois dias com a informação. Não, você tinha que apurar tudo que podia apurar. Vai pegar o mais velho... Todo o processo de reconhecimento e tombamento do monumento começa com a Comunicação indo... Levantar dados, trazer dados. Quem pode falar, quem não pode falar. Acho que ele ficou lá duas semanas.

Yara: tem algum caso específico que você lembra sobre alguma coisa que foi tombada a partir do trabalho da Comunicação?

Lurdinha: Fordlândia e Belterra foi assim. O Marcus trouxe as primeiras informações concretas pra gente, sobre o ciclo da borracha, como é que foi a interiorização, conversou com as famílias.

Yara: não se falava ainda em tombamento?

Lurdinha: não. Outro exemplo... Começou a se falar em revitalização de pequenos trechos, isso foi uma reunião que a gente teve com o Ministério dos Transportes. Começou a se falar de tombamento de estrada de ferro, “qual é a estrada de ferro que ainda tem trecho funcionando? não está funcionando? Ah... Mas tem a locomotiva..., mas tem não sei o quê”.

Tiradentes é um exemplo, tem uma locomotiva que vai até São João del Rei. Lá tem a rotunda pra fazer o trem girar... Aí o Quintas, tenho quase certeza que foi o Quintas... Ele ainda mora em Brasília, ainda está vivo, foi ele que falou da Madeira Mamoré. Eu fui na primeira expedição de levantamento de informação para a Madeira Mamoré. Aí virou livro, virou uma revista documental, não é igual à Revista do Patrimônio, milhões de matérias do Boletim, sabe? Aí, a imprensa que recebia, a imprensa vinha muito pelo boletim. Ele era o grande veículo, era a grande porta para a imprensa e a gente mandava para tudo que é secretário e diretor de redação, os jornalistas que atuavam na área de cultura.

No Estadão tinha duas meninas que trabalhavam na área indígena. Então, quando fomos pra Madeira Mamoré, Fordlândia, Belterra, a gente mandou material para elas. Elas geraram notícias e vieram buscar informação. Quer dizer, não é assessoria de imprensa, burra, que eu acho que existe hoje nos órgãos. Eu não estou falando do Iphan, porque eu nem sei se tem assessoria de imprensa lá hoje.

Yara: tem. Mas não com esse nome, chama Ascom, mas funciona como uma assessoria de imprensa. O prêmio [Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade] vocês que faziam?

Lurdinha: não, o prêmio nós nunca fizemos, era alguém no Rio... Passou a ser...

Yara: quando a Grace chegou?

Lurdinha: Grace eu não conheço, não. A Graça Mendes que assumiu, ah não sei, a Graça pode contar essa história. Tinha a área de projetos especiais, não sei se você leu alguma coisa sobre isso? Que era a camiseta, os jogos da Grow, as bandejas. Começou com as bandejas de bordo da Varig. Um dia, eu estava morrendo de fome, o voo atrasou, e quando puseram a bandeja era a Cúpula da Notre Dame, de Paris. Eu falei, “não acredito, como eu trabalho no Patrimônio e nunca pensei nisso?!” E a Varig me trazendo a Notre Dame de Paris, para me trazer comida, não... No dia seguinte, sentei e catei quem era o responsável pela comunicação, pelo *marketing* da Varig. Falei com Aloísio... E ele disse: “vai, comadre, vai com toda força

que isso é ótimo”. Eles tinham bandejinhas para lanche e umas bandejonas para jantar e nos voos internacionais eram mil pratos com mil bandejas... aí fui pra São Paulo, o cara do *marketing* ficava lá.

Eu falei, “gente, isso é uma sandice, um absurdo divulgar patrimônio do mundo inteiro e não ter do Brasil”. Ele falou, “eu tenho o maior interesse, isso vai bombar, vai dar mídia adoidado”, e deu. Deu mídia para eles até! Era tudo bico de pena. Os desenhos que eles pegaram eram em bico de pena, e não custavam nada, um dólar comprava um desenho daqueles. “Não seja por isso, eu vou procurar no arquivo as imagens que já viraram domínio público”, Malta, que hoje é de domínio público, era um super fotógrafo, a gente tinha tudo, e também os diretores regionais, “vamos ver quem desenha, croqui”.

O primeiro que me mandou foi Eduardo, o diretor regional da Bahia, “isso é genial, vou te mandar todos”. Aí entrou Soneca, entrou todo mundo. Quem mandava saía, a gente tinha muito arquiteto que desenhava. Fizemos um texto. Logo que começava o serviço de bordo, a chefe dos comissários de bordo lia o texto e informava sobre o monumento. Dias depois eu estive de novo com esse cara, porque ele estava hiper feliz com o tanto de mídia. Porque deu mídia até dizer chega pra ele.

Yara: uma questão que eu levanto com quem eu tenho conversado do Iphan é essa atuação da Comunicação comparando a promoção do instituto e a promoção do patrimônio. Como você vê isso? Na época que você trabalhou.

Lurdinha: eu acho que o que precisa ser divulgado é o bem histórico, tanto que no segundo encontro com esse cara da mídia, do *marketing*, eu já fui com outra ideia. “Você vai distribuir bandeja por rota, então o texto que eu vou mandar pronto para você sobre o monumento que vai estampar a bandeja, vai ser um convite pro viajante ir conhecer.”

Eu lembro que logo depois a gente inaugurou o primeiro hotel na Igreja do Carmo, em Salvador, no Pelourinho, era um hotel cinco estrelas, entendeu? Cara, eu só consegui vaga no hotel um ano depois. Porque bombou! É lindo, o convento da igreja é um primor. Dormir ali naquele hotel, com aquela mobília de época... Era coisa de sonho de fada, entendeu? Depois a gente começou uma série... Aí já estava bem mais madura essa coisa de patrimônio imaterial. E a Varig foi a primeira, eles foram parceiros da gente muitos anos. Eles pagavam toda a nossa despesa. Eu ia para São Paulo, não tinha custo nenhum para o Patrimônio.

Os brinquedos da Grow, os três primeiros brinquedos editados do patrimônio foram Ouro Preto, Olinda e São Miguel das Missões. E os jogos foram lançados no dia em que São

Miguel das Missões recebeu o título [de Patrimônio Mundial], anunciado pela Unesco, a gente já sabia. Fizemos um concurso de redação. Vinha dentro do jogo o encarte com toda a história, a gente fez um curso de capacitação para as secretarias de Cultura e de Educação de todos os três estados [Pernambuco, Minas Gerais e Rio Grande do Sul], o pessoal treinava as professoras que iam treinar os meninos para participar do concurso. Isso também dava mídia adoidado.

O menino na época das férias tinha direito de viajar com dois acompanhantes, tudo de graça, era recebido no aeroporto, tudo a Grow pagava. Era recebido pelo diretor regional ou pelo responsável do escritório técnico, que ia levar o menino ao monumento. Eu acompanhei o primeiro, que foi o menino entrando nas ruínas da igreja em São Miguel das Missões, é de chorar. A gente tinha que conhecer para poder falar direito. Então, o meu povo viajava mesmo, não parava em Brasília, não.

Aí depois cada patrimônio que vinha a Grow fazia o jogo, com todo o esquema. Tinha a divulgação nos jornais das datas limites, que as secretarias de Educação estavam em cima (dos jornais), pro estado ganhar. A gente compunha com gente da Secretaria de Educação, de Cultura, do Patrimônio, da Prefeitura do município. E a gente lia as redações todas, era muito legal, era educação, não era só informação.

Camiseta. Fui na Hering porque eu tinha dois irmãos que tinham uma grande estamperia em BH. Estampavam desde as melhores marcas até... Desenhavam todas as estampas infantis da Malwee, da Hering, e começaram a estampar para a Hering. Ai eu fui ter uma reunião com eles. Meu irmão fez o primeiro contato. Eles acharam a ideia genial, mas queriam que a gente desse um material fotográfico. Falei, “a gente não tem material fotográfico de qualidade para fazer uma estampa, mas você deixa comigo que eu vou resolver”.

Conversei com Aloísio. “Eu vou bater na Embratur, porque a Embratur deve ter coisa muito boa, porque faz filme, foto pra revista pro mundo inteiro, folder, congresso. A Embratur tem dinheiro para dar com pau. A Embratur vai resolver.” As camisetas começaram em 1982 e foram lançadas em 1983, foi quando eu fui embora pro Rio. Porque o Aloísio disse, “você não tem mais que ficar em Brasília, você tem que vir embora pro Rio, que é ponte para tudo que é canto”.

Aí a Graça veio comigo, Soneca, Marcus de Lamonica, veio todo mundo. Todo mundo rumou pro Rio. E invertemos, a Comunicação veio para cá. Fiz o contato com a Embratur, que topou. Era vantagem pra Embratur entrar nessa jogada. Eu usei muito do bom gosto dos meus irmãos e da experiência para selecionar muita coisa, porque eles tinham isso na cabeça.

Aí eu boleei com a Hering e eles me deram um presente que jamais vou esquecer. “Isso é tão bom, nós vamos vender tanto que vamos fazer o lançamento dentro da lata”, e vendiam uma lata, uma lata marrom, meu filho tem uma que vem com a estampa de São Miguel das Missões. Se você quiser ver essa lata, meu filho é dono do próximo apartamento aqui do lado, não sei se tem a camiseta dentro. Uma lata linda, marrom, deste tamanho! Se você comprasse três latas ganhava mais uma. Era tudo que é revista dando página inteira, meia página.



Foto: Yara Diniz

A Hering foi na época do Aloísio, uma das últimas coisas. Porque foi quando ele me transferiu para cá. Aloísio e Irapoan, a dupla. O gabinete do Aloísio era dentro do Museu de Belas Artes, você entrava pelo lado. Porque o 8º andar [do Palácio Gustavo Capanema, sede do Iphan no Rio] estava um caco. “Então, vamos restaurar nossa casa? Nossos móveis? Onde sentou Carlos Drummond, Mário de Andrade...”

Yara: entre essas idas e vindas suas no Iphan, o que você acha que mudou de uma gestão para outra?

Lurdinha: todos [os anos] que fiquei, continuei sendo e fazendo, a minha equipe inteira, entendeu? ... o que eu sempre fui e o que eu sempre fiz. Eu lamento profundamente que a instituição nunca assinou embaixo. Porque depois de passados 30 anos a coisa morre e ninguém fala nada. Então aquilo não tinha importância para ninguém, só para nós? Não, para mim... Para nós que fazíamos? Eu fiquei muito emocionada, porque quando fizeram a memória oral do Silva Teles, ele era funcionário da casa, cria da casa. Um homem maravilhoso, simples, ético, um bom marido, bom pai, bom amigo. Nossa, eu tenho muito respeito. Ele já morreu. E já estava com Parkinson, então a gente levou o Ciro. Você conhece o Ciro?

O Ciro está aposentado. Ele tinha uma firma no Paraná. Ele brigou com Silva Teles porque eu estava popularizando o patrimônio. A frase de Aloísio é minha: “a comunidade é a maior guardião de seu patrimônio”. Essa frase foi gestada lá em casa numa conversa nossa, essa frase saiu de uma vivência que tive em Goiás com o antigo diretor, gosto muito dele. Aí eu chego lá (em Goiás), pra gente fazer o Museu das Bandeiras nas camisetas, e ele tinha acabado de restaurar o chafariz no centro da cidade e cercou o chafariz. Você conhece Goiás Velho?

. Eu tive um ataque epilético quando eu vi aquela cerca em volta. Ele e a diretora do museu... Eu disse assim, “como eu vou fotografar esse negócio?” Os meninos que lavavam carro todos sentadinhos assim ... Aí ele falou, “eu não posso deixar esses meninos continuarem com a mangueira deles aí na boca do chafariz para lavar carro”. Eu disse, “não, o senhor quer que esses meninos roubem o senhor, a mulher do senhor, a filha do senhor... Porque o patrimônio foi feito para ser usado”.

“Agora, se vocês educarem eles, vão usar a água e vão ganhar o dinheiro deles e vão ser os grandes conservadores desse monumento que nós acabamos de restaurar. Aí a Maria Luiza, eu gosto demais dela, diretora do museu na época, falou assim, “mas eles jogam bola no gramado em frente ao museu e suja o muro do museu de bola”. Então, falei uma coisa... “aquele gramado não existe, aquilo é uma terra vermelha igual à terra de Brasília, com a grama toda feia porque todo mundo anda em cima pra lá e pra cá e não chove”.

“Então vou fazer uma coisa, deixa eu sentar com os meninos. Bater uma bola com eles. Sento com eles e vamos combinar, a gente dá uma lata de cal e eles vão pintar o museu

uma vez por mês. Sujou, eles limpam.” Cara, isso começou a dar certo. Eles iam lá, sujavam e limpavam. Haja dinheiro pro cal. Eu disse, “eu pago o cal. Custa nada, cal misturado na água”. Eu disse, “Aloísio, tem que tirar aquela porcaria daquela cerca”. Aí a gente discutindo... Isso me fez um mal... a gente discute, discute, discute... Eu falei, “a comunidade só vai respeitar os monumentos na hora que amar os monumentos”. Nessa época estava sendo inaugurado o metrô no Rio, e lá não tinha uma guimba de cigarro, um papel de bala, nada. Porque ninguém suja o metrô do Rio. O povo sai com o papel de bala e joga na calçada. Por que que ninguém joga no metrô e joga na calçada? Porque a calçada está toda suja. A gente começou a discutir isso. A comunidade é a grande guardiã do monumento. E o Aloísio disse, “essa vai ser a nossa frase a partir de hoje”. E isso nós passamos a estampar nas camisetas, nos jogos, em tudo... Na bandejas da Varig...

E a gente tinha a área de projeto especial que cuidava disso. Com essa coisa minha de experiência política, de movimentação com comunidade e tudo, o Aloísio mandou eu discutir com o antigo povo do... foi muito difícil... juntar o CNRC, o PCH e o Iphan. Foram três culturas enfiadas na mesma casa, então foi muito difícil e muita sabotagem aconteceu. Sabotagem ao Aloísio, inclusive.

O Aloísio me mandou para reuniões – porque estava começando a moda, que infelizmente não pegou no Brasil, que eram os planos diretores – que seriam a salvação da gente. E aí como é que você trabalha a polis se você não trabalha o plano diretor ou se o plano diretor é feito e ninguém cumpre? O próprio prefeito descumpre. Então, o Aloísio me mandou pra Belo Horizonte para conversar com o povo da Fundação João Pinheiro, “eles vão fazer Diamantina, Mariana, Sabará, Ouro Preto e São João del Rei”. Eu fui conversar com prefeitos, secretários, diretores de escola... Descobrir quem era liderança... E assim a gente abriu a área de “desenvolvimento comunitário”, eu dei esse nome. Não tinha nada a ver com comunicação, mas a Comunicação tinha uma área chamada de desenvolvimento comunitário. Quem liderava o plano diretor era eu. A primeira ida à cidade, a primeira conversa, a primeira identificação das lideranças... E aí a gente começava a se reunir com a entidade que iria fazer o plano diretor...Então, assim, eu fui a Olinda, fui a São Miguel das Missões, Diamantina, São João del Rei, Ouro Preto, Mariana não chegou a ser feito...

Yara: Congonhas...

Lurdinha: Congonhas... Aí a gente viu como é que frutificou a ideia. E como é que o povo passou a assumir essa coisa, sabe? “Esse patrimônio é meu.” Comecei a fazer os seminários,

eles estão publicados. (...) A gente fazia o seminário assim: juntava a liderança toda... E fazíamos o plano diretor... de São Cristóvão. Fui para São Cristóvão, fiz o trabalho, mas já com olho na publicação e no plano diretor. Todos os planos diretores não saíram do papel.

Yara: a Comunicação não estava ligada a nenhum departamento?

Lurdinha: era direto com o presidente.

Yara: e vocês chamavam de Ascom?

Lurdinha: era no gabinete do presidente, não tinha nome, não.

Yara: em uma análise mais ampla, qual é a importância desse trabalho que vocês faziam para a preservação do patrimônio?

Lurdinha: é difícil responder isso...

Yara: como vocês contribuíram...

Lurdinha: Eu, Lurdinha, acho que isso é imprescindível. Agora, acho que o Patrimônio não pensa assim, porque se pensasse teria mantido. Quem trabalhou comigo... eu estava te falando de quando o Silva Telles estava com Parkinson, tem um pedacinho que ele fala assim ... “vocês para falarem de Patrimônio têm de falar com aquela menina. Como é que chama aquela menina? ... Que veio de Brasília”. Ele não lembrava o nome Lurdinha. A mulher dele falava: “a Lurdinha Castro”. Ele disse, “essa viveu muito à frente da gente. A gente não entendeu onde ela queria chegar”. Eu achei super lindo, sabe, li isso 30 anos depois que eu saí, eu acho que isso vale a pena porque ele era uma pessoa séria, não ganhou dinheiro fora, uma pessoa que fez muito pelo Patrimônio.

Eu sei da importância que tive, não sei se tem um profissional lá dentro que faça o que eu fiz. Quando tinha um problema com um governador, o Aloísio me telefonava e me perguntava onde eu estava. Aí eu, “ah, tô em Santo Ângelo”. “Ah, então vou mandar o Custódio pedir um carro e ir te buscar aí porque você precisa estar amanhã cedo, teve um problema entre a Fundação Roberto Marinho e o governador de Pernambuco, você vai pra lá e vai resolver”. Eu dizia, “Aloísio, estou no sul, com um monte de roupa de lã, quantos graus

faz em Pernambuco?” Então, assim, tudo que era problema político não competia a nós resolver, não compete, isso não é competência da Comunicação, do jornalismo muito menos. Mas a gente via e vivia o Patrimônio de uma forma integrada.

O arquiteto, o paleontólogo, não era mais e nem menos, era mais um da equipe que falava pela gente. E acho que isso espalhou muito. Muitos restauradores de bens móveis, de imóveis. O levantamento todo da Briane Bicca [arquiteta], ela viajou comigo pelo sul inteiro, pra gente fazer o primeiro mapa, o primeiro tombamento de um circuito de cultura italiana e depois nós fizemos da alemã. Era eu, Briane e um historiador de Santa Catarina, Fernando. Nós três dentro de um carro, iguais, conversando sobre a mesma coisa, e a gente ia propor para a Unesco que parasse de tomar... Bom... E aí brigas horrorosas, certo?

Por que tem de tomar igreja? E a gente pagar restauração de igreja, sendo a igreja uma potência financeira que é até hoje. E por que tem de tomar quartel? No meu tempo, patrimônio era igreja católica e quartel. Eu comprei essa briga lá dentro e sei que tem gente que me detesta, que fala horrores de mim. Fiz aquilo que achava que devia fazer sem ganhar grana de outro lugar, sem me corromper, com muito amor e alegria e queria que as coisas tivessem andado. Mas acho que o Brasil ainda não tem maturidade para entender que esse trabalho, enquanto não for feito de forma interdisciplinar, não vai chegar a canto algum.

Yara: então você acha que tem muito a melhorar na parte da preservação e uso do patrimônio?

Lurdinha: para mim é tudo uma coisa só, eu não consigo ver separado. Na medida em que você empodera a comunidade com informações e põe ela como guardiã do que é dela... esses dias eu fui ver um concerto de música medieval aqui no Outeiro da Glória. Cara, esse outeiro é reformado de cinco em cinco anos pelo Patrimônio. Eu entro lá e está inteiro, lindo. Eu briguei com o padre...

(Lurdinha começa a massagear o joelho, com dor)

Lurdinha: eu falo que isso é praga de padre! Médico nenhum descobre o que é, eu falo que é praga de padre da época que eu trabalhava no Patrimônio, porque eu brigava com eles até. (Continuando a conversa...) Você acaba a restauração... o projeto é feito com eles (padres) vendo, com eles acompanhando... Acaba a restauração, o *miserento* vem, quebra uma parede e mete um *splinter*. Oi? Quem fez isso? Puxa um fio, igual fizeram na Igreja da Glória em Salvador, pegou fogo depois de três meses, porque fizeram uma gambiarra, porque precisava de uma luz não sei onde. Então, não tem dinheiro que chegue. Assim, enquanto você não

empoderar a população de ser dona daquilo e não deixar o padre fazer isso... As cidades têm de ser governadas pelo povo. A Constituição tem de ser emanada do povo e para o povo.

Mas isso é uma utopia ainda. Então, essa pergunta só posso responder assim, eu acho que é um sonho meu e de quem trabalhou comigo naquela época. A instituição não internalizou. Esse arquivo dos boletins que eu falei que eles venderam... Pergunta pro Chico. Ele sabe da história. Quando voltei, eu falei, “não, gente, nós temos um arquivo, onde estão as coisas do arquivo? Levou para onde?”. Eu fui procurar e não tinha. Aí um cara que estava lá no Jardim Botânico falou, “não perde tempo com isso, não. Eles venderam como papel velho. Venderam a preço de papel”. Aí eu fui atrás, já tinham vendido o arquivo do boletim com todos os milhares de exemplares como papel velho. Isso me dói, lógico, sou gente, corre sangue aqui.

Quando eu saí da última vez, saí porque eu queria fazer um projeto meu. Era um sonho. Eu fiz uma ONG [organização não governamental] no meio do mato em Teresópolis durante 23 anos, que cuidava de mulher e menino pobre. E foi um trabalho maravilhoso que parei para poder cuidar de meus irmãos e do Roberto. Então, a gente tem de ir para onde a vida leva a gente (...) e aí.. Sabe...começa uma coisa, começa outra, e estou aí, vivendo. Enquanto eu estiver aqui eu estou inventando.

Yara: e não tem saudade de trabalhar com o Patrimônio?

Lurdinha: tenho muita saudade, mas não, não voltaria, não. Não quero viver isso de novo. Eu já vivi. Acho que já dei minha contribuição e não sei o que a Lia Motta pensa, o que a Jurema pensa, que são pessoas que eu gosto. Eu acho que o país está muito imaturo, sabe, tem muita vaidade. Sabe, eu estou fora de fogueira de ego. Falei muito de mim, pode até parecer uma incoerência, mas eu falei da minha trajetória para poder chegar onde você quer. Porque é tudo muito doido, isso não está registrado, não interessa registrar isso.

Yara: e meu trabalho é justamente tentar registrar isso. Essa história de quem fez.

Lurdinha: acho que teria sido lindo todo mundo continuar. Sou amiga de todo mundo até hoje. Laudeci, que não está mais, o Rodney... Cada um num canto do Brasil, mas a gente se fala sempre, está sempre junto. Eu viajo com a Graça, eu vou a Brasília e fico na casa da Graça.

Yara: então o Iphan te deu bons amigos?

Lurdinha: nossa, uma gama de pessoas maravilhosas na minha vida! Eu fui muito feliz, nós todos fomos felizes! A gente tem muitas boas lembranças. E também tenho muitas tristezas. Quando eu voltei pela primeira vez... Inclusive hoje eu sei quem fez a denúncia... Eu fui denunciada porque “eu roubava junto das gráficas, recebia 30% das gráficas, por isso trabalhava tanto”. Eu era da comissão de orçamento, eu, jornalista, tinha que ser da comissão de orçamento? Não tinha, certo? ... mas era. E sempre fui muito boa nisso. Aprendi como funcionava. E a gente fazia um planejamento orçamentário pro ano seguinte e começava o ano, a Comunicação tinha isso (Lurdinha mostra em gestos que era pouco) de dinheiro e as diretorias regionais tinham isso (Lurdinha gesticula que era mais). E ia chegando junho, agosto, a Comunicação não tinha dinheiro mais algum. A gente continuava trabalhando como louco, porque a Varig, a Embratur, não sei quem pagava. Cara, é incrível isso... Essa denúncia é inacreditável!

E aí o presidente ficava assustadíssimo. Eu não sei como está o orçamento agora, da União, e nem quero saber. Mas era assim, se você não gastasse o que pediu, eles só mandavam aquilo que você tinha gastado. E a Secretaria de Planejamento estava ali... As diretorias regionais, os escritórios técnicos, não desempacavam, sabe, as áreas... Como? Tem dinheiro na mão e não publica. Com a riqueza de assunto? Porquê?

Yara: mas o Iphan teve e ainda tem muita gente boa, não fica decepcionada não. (risos)

Lurdinha: sabe, eu acho que a vida vai te dando momentos novos. E você faz o que dá conta com eles, eu acho que a minha cabeça está boa sabe... Eu sei viver.

(fomos ver a lata de São Miguel das Missões)

APÊNDICE D - ENTREVISTA COM FERNANDA PEREIRA

Entrevistada: Fernanda da Silva Pereira⁶³

Entrevistadora: Yara Diniz

Data: 31 de agosto de 2019

Horário: 18h51 às 20h

Local: Café Gentil - Brasília (DF)

Período em que Fernanda trabalhou no Iphan: entre idas e vindas, de 2004 a 2019 (presente)



Nascida em Porto Alegre, Fernanda Pereira é formada em Relações Públicas pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Começou a trabalhar com Comunicação no serviço público ainda como estagiária, na Prefeitura de Porto Alegre, onde continuou exercendo a profissão depois de formada. Foi consultora no Ministério da Cultura e no Iphan. Atualmente é chefe da Assessoria de Comunicação do Instituto.

Introdução

A entrevista com Fernanda Pereira foi a quarta de uma série de cinco entrevistas que subsidiaram a dissertação de mestrado intitulada *O patrimônio cultural brasileiro em evidência: uma análise da Assessoria de Comunicação do Iphan*, apresentada por Yara Diniz no âmbito do Programa do Mestrado Profissional em Preservação do Patrimônio Cultural do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.

Nos encontramos no final da tarde de um sábado, no Café Gentil, na Asa Sul, em Brasília (DF). Fernanda, como chefe da Ascom, acompanhou o andamento da pesquisa desde o início, em 2017. Por esse motivo, devido à conversas anteriores, ela já estava ciente do que

⁶³ Foto do acervo pessoal de Fernanda Pereira.

eu estava procurando nas entrevistas, o olhar de profissionais de comunicação do Iphan sobre a área de Assessoria de Comunicação do Instituto.

Yara: Quando você entrou pro Iphan?

Fernanda: Era no segundo ano do primeiro mandato do presidente Lula. Eu não trabalhei no mandato da Dilma, só com Lula presidente, era 2004, eu acho. Aí eu fiquei um ano no Monumenta⁶⁴, também não tinha comunicação. O Ministério [da Cultura] era um caos, mesmo com aquele ministro maravilhoso⁶⁵. A comunicação não tinha estrutura. Aliás, a comunicação não era o que é hoje, não tinha rede social, não tinha isso, era uma comunicação diferente, era somente assessoria de imprensa. O Ministério na época não tinha agência, não tinha assessoria de imprensa que tem hoje, não tinha nada. Eles até faziam, o Gil era um cara que explorava, só que, na verdade, a comunicação do ministério era confusa.

Eu cheguei a ficar uns quatro meses no gabinete da secretaria executiva até ir pro Monumenta. Aí eu estava como consultora da Unesco. E quem me convidou na verdade foi o Sérgio⁶⁶, porque ele era assessor especial do ministro. Foi uma amiga minha que trabalhava na Secom⁶⁷ que me indicou. Era para fazer um plano de comunicação para o Ministério da Cultura. Eu fiquei um mês lá no Ministério da Cultura. Conversei com o Iphan, conversei com as secretarias, conversei com o pessoal do Monumenta. Percebi que aquela comunicação era confusa. Fiz um diagnóstico e projetei algumas coisas. Aí foi quando eles me convidaram para ficar, só que como consultora do Monumenta. Porque os técnicos do Monumenta, ou eles eram temporários no concurso ou éramos consultores, não tinham outra forma. A estrutura era muito precária. E aí eu aceitei. Aí eles vão resolviam a minha vida. Não sabia para onde ir...

Então o Nando⁶⁸ me convidou para assumir a comunicação do Monumenta que não tinha. Aí fizemos um site, montamos uma assessoria de imprensa. A gente contratou uma moça para trabalhar, a Célia, que saiu do Estadão e foi trabalhar com a gente. Então ela trouxe uma assessoria de imprensa muito dinâmica. Começamos a fazer muitas coisas e o Iphan e o Monumenta tinham muita relação, porque o Monumenta atuava nas cidades cujos bens eram

⁶⁴ O Monumenta foi um programa do Ministério da Cultura, executado com recursos da União, de estados e de municípios, com financiamento do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e cooperação do Iphan e da Unesco.

⁶⁵ Na época o ministro da cultura era Gilberto Gil.

⁶⁶ Sérgio Sá é jornalista e gestor público brasileiro. Foi Ministro da Cultura em 2017 e 2018. Atualmente é Secretário da Cultura do Estado de São Paulo.

⁶⁷ Secretaria especial de Comunicação Social do Governo Federal.

⁶⁸ Luiz Fernando de Almeida foi coordenador nacional do Programa Monumenta e presidente do Iphan.

tombados. O Nando já tinha uma boa relação com o Iphan, com os superintendentes, a Kátia, o Fred, Ana Meira⁶⁹, todo mundo já estava nessa época.

Quando tinha entrega de obra do Monumenta, eu tocava a parte do cerimonial. O Nando era um cara que gostava de comunicação, a gente colocava banner... O Monumenta, tinha mais agilidade para contratar as coisas. Aí no meio do caminho o Nando acabou virando presidente do Iphan. Como ele sabia que o Iphan tinha uma estrutura muito precária de técnicos, de estrutura e de recursos, ele combinou com o Gil e com o Juca naquela época de levar o Monumenta para dentro do Ministério, porque tinha tudo a ver. Então eu fui trabalhar no gabinete do Iphan com a estrutura do Monumenta. Era eu, a Márcia, a Rosângela, que hoje está no Decof, que era funcionária temporária do Monumenta. A Rosângela é historiadora com mestrado em cinema na UNB. Ela ficou muitos anos na Europa, voltou, passou no concurso temporário do Monumenta e foi trabalhar comigo.

Aí o Nando levou a gente. E lá já tinha a equipe da COGEPROM (Coordenação-Geral de Promoção) que era a Graça, Grace e o Tadeu. Mas o trabalho deles ia continuar, como continuou. Eles faziam o prêmio⁷⁰, eles cuidavam do portal, da Educação Patrimonial, cuidavam da revista⁷¹. Eles não faziam o que a gente faz, aquele atendimento diário da imprensa. Eles não participavam da cerimônia de entrega de obra, não faziam esse trabalho, não cuidavam dessa comunicação dinâmica do dia a dia. Esse trabalho veio pra complementar.

Aí começamos a fazer assessoria, começamos a cuidar das agendas, começamos a fazer os banners para entrega das obras, começamos a participar. Naquela época era um outro momento. O país era um país feliz. Era o Gil o ministro, era o Lula. Então as nossas reuniões do conselho eram feita no Rio, no Capanema. E o Nando levou muito o Conselho⁷² para outras cidades, quando tinha reconhecimento de bens nas cidades. O reconhecimento do frevo foi em Olinda, por exemplo. O do toque dos sinos foi naquela cidade do lado ali de

⁶⁹ Kátia Bogéa, na época, superintendente do Iphan no Maranhão; Frederico Almeida, então superintendente do Iphan em Pernambuco e Ana Lúcia Goelzer Meira, na época, superintendente do Iphan no Rio Grande do Sul.

⁷⁰ Promovido pelo Iphan, desde 1987, o Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade prestigia, em caráter nacional, as ações de preservação do patrimônio cultural brasileiro que, em razão da originalidade, vulto ou caráter exemplar, mereçam registro, divulgação e reconhecimento público. Fonte: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/172>.

⁷¹ Revista do Patrimônio, publicação mais antiga do Iphan, criada em 1937.

⁷² O Conselho Consultivo do Patrimônio Cultural é o órgão colegiado de decisão máxima do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) para as questões relativas ao patrimônio brasileiro material e imaterial, criado pela mesma lei que instituiu o Serviço de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Sphan), hoje, Iphan, a Lei nº 378, de 13 de janeiro de 1937. Fonte: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/220>.

Tiradentes, São João del Rei, o Tambor de Crioula foi no Maranhão. Era um momento de afirmação dessas comunidades.

Então hoje algumas pessoas acham que a gente expôs o conselho. Era o momento. A gente tinha que ocupar aquele espaço que estava dado. Então era uma festa. Isso quem começou a organizar, de uma forma midiática, fomos nós, da comunicação. E a COGEPROM seguiu fazendo o trabalho dela. A gente nunca se meteu no prêmio. A gente começou a se envolver com o prêmio depois, na cerimônia. Aí começamos a fazer o evento junto com eles. Então não foi uma área se metendo na outra, foi uma complementação. Eles não faziam o que a gente fazia, porque eles não tinham estrutura para fazer. Acho que eles tinham receio de que a gente pudesse ocupar o lugar deles, só que isso não aconteceu. O Tadeu continuou lá, a Graça continuou lá, a gente foi fazer o trabalho que o Iphan até então, segundo consta, não fazia, esse trabalho de atendimento à imprensa. E aí quando a gente começou a aparecer, as demandas começaram a aumentar.

Yara: E quando terminou o Monumenta?

Fernanda: na verdade ele não acabou porque ele virou o PAC das cidades históricas. Foi feito um outro concurso temporário. O Monumenta foi acabando aos poucos para virar o PAC. Eram 26 cidades. Hoje o PAC atende 44. Então o PAC continua aquele modelo do Monumenta, com funcionários temporários, que só foi acabar agora. Depois o Iphan fez um concurso que era um concurso geral, também temporário, e abriram vagas para comunicação. Aí antes disso era eu, a Rosângela e a Márcia. Aí a Márcia foi embora. Aí desse concurso que entrou a Sônia, entrou o Pedro, o Kléber, entrou também a Helena Brand. Só que a Helena entrou para o administrativo e a Maria Emília na época era diretora, cedeu a Helena para nós. A Helena, uma jovem saindo da universidade, com um texto muito bom. Ai continuamos eu, a Rosângela, a Helena. Aí entrou a Núbia, que era terceirizada. Tinha também uma estagiária. A comunicação começou a ganhar mais força.

Aí nessa época eu virei chefe de gabinete, a Márcia Rollemberg assumiu a COGEPROM. Fizemos esse concurso temporário, em que entraram vários servidores. Foi quando entraram duas pessoas de comunicação, que era Carolina e a Nádia. E a comunicação ainda não tinha uma coordenação, eu acabei acumulando com a chefia de gabinete. E a comunicação ficou dentro da área da COGEPROM, da Márcia, mas a Márcia cuidava mais do prêmio, cuidava de outras coisas. E as pessoas da comunicação - que era Carolina, a Nádia e tinha mais um outro consultor - iam despachar comigo as pautas. E depois essas duas pessoas

passaram no concurso da Câmara, foram embora. Foi quando entrou a Adélia no lugar da Nádia. A Márcia era a coordenadora da COGEPROM mas ela não se metia muito nessa parte da assessoria. A Adélia despachava coisa comigo. E aí a comunicação foi ganhando uma outra forma, a gente continuou atendendo a imprensa, fazendo alguns eventos, fazendo cerimônias, se envolvendo mais com essa parte de eventos. A gente contratou uma empresa de eventos, porque o Iphan fazia muito eventos no Brasil. A Graça e o Tadeu ainda estavam lá, cuidando de outras áreas. E em certo momento eu acabei me desligando um pouco da comunicação porque o gabinete absorvia muito. Eu acho que na verdade, essa comunicação foi uma construção.

O peso que o patrimônio imaterial teve na gestão do Lula e do Gil não tinha como não ter uma assessoria de imprensa. Não tinha como não ter. Passou a ser uma coisa que as superintendências demandavam mais, vinham mais coisas para a comunicação. Eu fiquei na área do patrimônio, juntando Monumenta e Iphan, por sete anos, Aí depois eu acabei saindo do Iphan.

Yara: Você saiu quando?

Fernanda: Eu saí em 2014 eu acho. Eu fui para o Rio, fiquei um tempo lá. Eu passei a admirar a galera do Iphan, nunca perdi o contato com as pessoas, entendeu? E aí hoje mesmo, voltando, eu percebo que isso é... Ele nasceu como um órgão de resistência na época, em 1937 e ele continuou.

A gente teve algumas crises que a gente viveu ali, teve por exemplo uma onda de assaltos nos Museus, ainda não tinha sido criado o Ibram. Na época a gente fez uma campanha numa parceria com a Secom. Aí eu acho que foi diminuindo essa resistência das próprias pessoas do Iphan. As pessoas começaram a ver que essa assessoria de imprensa... que usar a comunicação como estratégia para promover o patrimônio e a importância do patrimônio, isso era uma coisa importante. É hoje o que vem a ser o trabalho que a gente faz.

De contrapor a falta de informação que a sociedade tem do patrimônio. De reforçar o trabalho dos técnicos das pontas, porque as pessoas fazem um trabalho lindo e as pessoas não sabem nem como é que funciona. Só que a comunicação ganhou uma forma que hoje não tem mais como voltar atrás. Nenhum órgão mais pode não ter uma estrutura de comunicação. E o Nando era um entusiasta disso. Coisa que a Kátia também é. Não que os outros não sejam. Mas cada momento, cada época, cada presidente tinha um embate para fazer no momento.

Um queria a promoção do Prêmio, outro queria a promoção das revistas, o outro queria publicações. Cada um chegou lá com uma ideia na cabeça.

O Nando sabia da importância da comunicação até para mostrar o trabalho do Iphan para toda a sociedade, para que reconhecessem o trabalho do Iphan. A própria Kátia tem essa visão. Acho que a comunicação, ela contribuiu muito para tudo que o Iphan tem hoje, para a imagem que a instituição tem, usando a ferramenta de comunicação, abrindo outros caminhos. Então não é uma coisa que a gente pode, assim, voltar atrás. E é uma casa de memória mas é uma casa que padece de algumas coisas. A gente não tem um histórico. Teve uma mestrandia que fez o mestrado sobre o Prêmio. O Prêmio não teve uma continuidade também. O prêmio teve uma interrupção.

E aí eu acho que hoje o Iphan, com esses novos concursados, é uma forma de legitimidade, de criar uma estrutura de fato de comunicação. E hoje nós também não fazemos lá na comunicação só assessoria de imprensa. A gente faz mais do que isso, a gente faz uma comunicação integrada, a gente tem os designers, a gente tem a parte de cerimonial. A gente tem uma visão mais global e estratégica da comunicação que não tem como voltar atrás.

Eu acho que na época que teve uma certa resistência foi muito preocupante... Era uma coisa do tipo assim “o que é isso que vem agora”, entendeu? “Quem são essas pessoas que vão agora ditar regras?”. Por mais que tenham críticas, o site, por exemplo, tem um salto do que era antes. A área de museus também foi uma coisa, assim, problemática pra casa, foi uma coisa muito traumática.

Então percebo que é uma casa tradicional demais com muita... o Iphan é um órgão muito protetor das suas coisas, arraigado. Parece que tu tira. Parece que a pessoa que vem vai tirar coisa, tirar o meu. Eu imagino que eles começaram isso com muita resistência então é louvável o trabalho de todo mundo. E eu acho que cria esses entraves que depois no dia a dia as coisas se acomodam.

Eu conheci a Kátia, por exemplo, a Kátia me conheceu me xingando. Por causa de uma coisa boba, porque eles falaram pra ela que eu iria transformar a comunicação. Eles diziam que eu iria promover o Iphan de uma forma errada, eles diziam que a gente não fazia assessoria, fazia marketing. Não é marketing que a gente faz, é assessoria. Tanto é que quando ela virou presidente, quando ela soube que eu estava lá no PAC, ela me convidou para ser a coordenadora de comunicação. Lógico que depois a gente acabou se dando. Ela viu meu trabalho mesmo depois que eu saí do Iphan, a gente manteve contato. E ela viu que não era isso que a gente queria fazer. Ela viu que esse trabalho de assessoria que a gente acabou complementando, que eu não sei se algum dia já foi feito, talvez já tenha sido feito... Mas

nesse formato no governo do Lula, na época que era o momento que eu estava lá, ele só contribuiu com o trabalho de uma forma geral e ela reconheceu isso.

Quando a gente fez aquele registro do Tambor de Crioula no Maranhão, foi um evento maravilhoso! Eu passei uma semana lá organizando eventos junto com ela. Então ela percebeu que o nosso trabalho era o trabalho de promover o trabalho dos técnicos. O trabalho de fato de que o Iphan faz, o patrimônio, como um todo.

É verdade que, com o passar do tempo, acho que as pessoas perceberam que ninguém tirou o trabalho de ninguém. As coisas estão aí. A COGEPROM virou uma diretoria. O prêmio continua, a educação patrimonial continua e a comunicação ganha um outro patamar, que nasceu na presidência, que na gestão da Jurema desceu pro DAF⁷³, que eu acho que foi um erro. Porque a comunicação deve ser vinculada à presidência. Porque é lá que as coisas acontecem, mas a Jurema tinha uma outra visão. Era ela que estava na época à frente do Iphan. E hoje ela (a comunicação) ganhou esse suporte com a Kátia. Então a Kátia e o Nando eles têm uma visão muito semelhante. De abrir mais o patrimônio, de promover mais, de ampliar mais os canais, de fazer parceria com as empresas privadas, com as instituições. De ir mais para o Congresso, de trabalhar mais a imagem institucional do Iphan, de forma que diminua o nosso estresse do dia a dia.

Então os dois têm um perfil um pouco semelhante. Lógico que a Kátia é do quadro, o Nando trouxe uma nova dinâmica, um frescor pro Iphan. Mas os dois perceberam a importância da comunicação, tanto é que trouxeram a comunicação para o lado deles. E casualmente, não sei se é por obra do destino, eu acabei trabalhando com esses dois que perceberam a comunicação como algo estratégico para suas gestões, não para se autopromover, mas para promover o patrimônio e consequentemente quem está à frente disso. São muitas das coisas, dessas conquistas, atribuo um pouco a usar estrategicamente a comunicação. Eu acho que eles souberam usar isso. Lógico que teve um trabalho do corpo técnico de uma forma geral, mas eles tiveram essa compreensão, usaram estrategicamente a promoção e a comunicação para promover o patrimônio cultural brasileiro.

Yara: Hoje qual você acha que é a imagem que o Iphan tem?

Fernanda: Eu acho que o Iphan se aproximou mais das pessoas, mas eu acho que falta mais coisa, eu acho que falta uma ação mais forte nas pontas que é onde os problemas acontecem.

⁷³ Departamento de Articulação e Fomento, hoje chamado de DECOF, Departamento de Cooperação e Fomento.

Acho que o Iphan tem que melhorar, criar uma Comunicação, uma política de educação patrimonial para se aproximar cada vez mais da população e estreitar laços. Mas eu acho que a nossa imagem hoje melhorou. Ela, dentro desse contexto e do governo. Hoje nós somos vistos como um órgão de resistência, por se dizer. É o Iphan que ainda consegue olhar para a questão indígena, para a questão negra.

Então eu acho que a imagem, de uma forma geral, ela melhorou. Se nós tivéssemos mais ferramentas, se nós tivéssemos uma agência de publicidade, se a gente pudesse fazer campanhas pontuais para mostrar o patrimônio, que ele é uma construção da sociedade, mostrar que o Iphan faz a sua parte, mas em muitos casos as prefeituras e os estados que se omitem... Mas, enfim, eu acho que de uma forma geral, a imagem do Iphan, ela vem pelo menos mais na cabeça das pessoas, se reforçando mais no dia a dia. Mas falta uma coisa maior, a gente não tem dinheiro para impulsionar nossas redes. A gente faz vídeos de uma forma caseira, mas a gente faz. A gente ousa. Então eu acho que a gente manteve a ousadia, que foi a criação de um órgão de patrimônio numa época, em 1937, que era uma ditadura de Getúlio Vargas. Eu acho que o Iphan continua ousado. Eu acho que essas frentes que se abrem com os parlamentares, o nosso trabalho técnico do dia a dia de fazer o evento bacana, de fazer uma peça de comunicação legal, a nossa presença nas redes, a nossa presença para a sociedade...

Mas eu acho que a comunicação sozinha não vai resolver. Se a gente pudesse complementar a parte de comunicação com a área de educação patrimonial, que fizesse um trabalho de ponta, que batesse na porta do cidadão da cidade de Ouro Preto, que mostrasse pra ele que ele mora no Conjunto Urbano tombado e que é um bem Patrimônio Mundial, se as pessoas tivessem essa compreensão do que é isso... Aliando comunicação com a área de educação patrimonial seria um grande ganho. Porque as políticas elas são desencontradas, um governo aporta uma coisa maior aí entra outro governo que diminui as verbas e a gente não consegue avançar para algumas coisas, nós poderíamos contribuir mais.

Eu acho, hoje, que a comunicação sozinha não vai salvar isso. Eu acho que tem que ter uma coisa maior. Então, nós contribuímos, mas nós sozinhos não vamos conseguir fazer porque precisa de algo maior para fazer isso. Não é só o funcionário sozinho na ponta, sem uma capacitação, com medo de ir pra rua, entendeu? Os prefeitos querem fazer qualquer coisa, aí vem o setor imobiliário, aí a gente tem que regular. Acho que é uma coisa maior de Brasil. Acho que o governo deveria, sim, perceber, e a sociedade também, que o patrimônio ele é um ativo para o desenvolvimento. Ele não é um entrave. A comunicação contribui, mas ela sozinha não vai conseguir resolver. A gente, no nosso dia a dia, no trabalho, contribui

com uma visão estratégica para responder à imprensa e responder à sociedade com o nosso material claro, com as nossas respostas.

Uma das coisas que a imprensa falava para nós quando a gente chegou é “que bom que vocês existem porque não tinha isso no dia a dia”. Então ter alguém ou ter a voz do Iphan é importante. Ter uma nota, ter a cara do técnico, do diretor, do presidente. É uma forma de mostrar que o Instituto existe, que está atento. Mas a comunicação precisa de algo a mais, a gente precisa de um lastro, porque nós não criamos política de preservação. A gente trabalha uma estratégia para implementar essas políticas, a gente contribui com isso. Então nós sozinhos não vamos conseguir resolver, mas acho que nós estamos indo em um bom caminho.

É aquele trabalho que a gente fez nos 80 anos, do Prêmio, mesmo no governo golpista do Temer. A gente lotar o teatro Municipal no Rio de Janeiro, um trabalho incansável de visitar as instituições que a Kátia fez. A gente lotou o teatro e as pessoas bateram palmas. Tirando a política toda que estava por trás daquele governo, foi incrível! Porque a Kátia chamou todos aqueles intelectuais no palco, que ajudaram a construir essa instituição. E foi graças a esse trabalho, junto com a questão da comunicação, que ela usou a mesma estratégia de promoção, que a gente conseguiu o concurso.

Então assim, a comunicação fortalece mais esse trabalho. O Nando estava no governo maravilhoso, que era o Lula, o Gil. A Kátia estava no governo que derrubou Dilma, que foi eleita democraticamente. Então mesmo naquela época, ela ter conseguido fazer com que três mil pessoas batessem palmas de pé dentro do teatro... foi uma coisa inesquecível. Então a gente usou o momento político pro nosso lado. Mesmo naquele momento completamente atípico, ter feito do prêmio uma coisa que o Brasil inteiro olhou foi muito bom. Uma parte desse trabalho se deve à comunicação, que fez o prêmio, que pensou na estratégica, que contactou os grupos. Então a gente botou no palco o patrimônio que a gente promove para mostrar para o Brasil. Vários grupos estavam lá, o Boi do Maranhão, o Maracatu, Jongo. Isso é Brasil! Como é que você coloca fora tudo isso?

A Kátia soube usar a comunicação de uma forma positiva. Fora todo o trabalho de costura política que a gente fez naquele evento. Acho que isso é um ganho. Eu não trabalhei nas outras gestões, mas eu percebi o quanto eles deram importância para essa área. Eles perceberam a comunicação como algo estratégico. Eu acho que hoje o Iphan não tem mais como voltar. Acho que a sociedade cobra isso. Não tem como recuar. Se vai ter uma estrutura de coordenação, de diretoria, não sei... A gente deve buscar melhorar, avançar. Ter por exemplo uma agência de propaganda que possa fazer campanhas de valorização do

patrimônio. Eu acho que o Iphan deve procurar criar suas próprias alternativas de comunicação porque sempre assustou o Ministério da Cultura pela sua grandiosidade.

Yara: Quanto à estrutura, o fato de não ter uma assessoria de comunicação institucionalizada, com cargos, prevista no regimento do instituto, você acha que ajuda ou atrapalha?

Fernanda: Eu acho que se a gente fosse uma diretoria iria ajudar. No meu entendimento, acho que o DECOF hoje deveria ser repartido e ter um cargo de diretor para comunicação, acho que assim ela se fortalece. É importante para ter o nosso próprio orçamento. Hoje a comunicação vinculada à presidência, usa o recurso da presidência. Hoje ela tem a sua importância, mas fora do papel. Eu acho que no papel seria um fortalecimento maior. Com uma diretoria, com outros mecanismos, talvez a gente consiga crescer para ter mais coisas, mais estrutura. Acho que seria mais forte se virasse uma diretoria porque hoje tem muita coisa solta. A comunicação é chamada para fazer algumas coisas dentro do Iphan que estão dentro do DECOF e têm mais a ver com a comunicação. Tipo, olha o setor de publicações, por exemplo. A publicação, ela tem que andar no mesmo caminho da comunicação, pra abrir mais caminhos ali, para promover mais os livros, as coisas que a gente faz.

Mas eu acho que tudo caminha. Se a gente conseguir avançar para novos cargos dentro de uma nova estrutura do Iphan, de forma a criar a Diretoria de Comunicação, que possa abraçar outras coisas dentro do Iphan. Hoje acho que todo mundo percebe a importância da comunicação, com os novos servidores, nós estamos hoje, assim, conseguindo fazer a comunicação interna da casa que também não era feita, fazer a comunicação de uma forma estratégica. Esse ano o Iphan elegeu trabalhar o sul do país. A comunicação interna pode usar o tema do Sul ampliando o conhecimento dos técnicos de todo Brasil sobre o patrimônio do Sul. Eu acho que falta isso para os técnicos do Iphan. É tanta coisa no Iphan, que a gente protege, que a gente promove, que as pessoas ficam sem saber o que está acontecendo de norte a sul. Então a comunicação contribui para ajudar a integrar as áreas, a diminuir as fofocas e os atritos. Eu acho que é nesse sentido que a gente pode avançar.

Yara: Além da comunicação interna, quais você acha que são os desafios maiores da comunicação? O que precisa melhorar? O que atrapalha, o que não está legal?

Fernanda: Acho que falta o corpo técnico do Iphan perceber que comunicação é estratégica. Acho que ainda hoje algumas superintendências tentam fazer as coisas do seu jeito, fazem de forma equivocada. A gente precisa integrar a comunicação do Iphan e não ficar fazendo coisas atabalhoadas, sem uma estratégia maior. Quando a gente trabalha estrategicamente a gente potencializa o patrimônio cultural como um todo. Eu sinto também que os técnicos, as pontas, estão muito desconectadas com a casa. A área central deve se aproximar mais das pontas para poder entender a realidade. É muito difícil nós, sentados aqui, olhar a necessidade lá na ponta. E essa constante troca do superintendente pelas indicações dos deputados, do Congresso atrapalha um pouco, porque entram pessoas que não são na área e a gente não consegue manter uma unidade.

Mas nós, hoje, na comunicação, com um grupo maior, a gente procura trabalhar isso. Eu acho que é uma resistência que a gente vai quebrando, a partir do momento que a gente se mostra mais estratégico, mais próximos para promover as nossas ações. Tem vários casos de superintendências que simplesmente deixam a comunicação comandar algumas entregas de obra, algumas ações que a gente consegue fazer. Vamos supor, em Salvador, a gente jogou a pauta para âmbito nacional, como várias obras do PAC na Bahia. Já em outros casos a gente não tem superintendentes parceiros. Mas é uma construção, porque é uma casa que não tem um histórico de comunicação. Às vezes existe uma resistência em dividir e a compartilhar mais as coisas. Mas eu acho que no dia a dia com o esforço do nosso trabalho, com o nosso empenho e nossa dedicação, a gente consegue quebrar esses muros sem ser autoritário, mostrando que com o trabalho estratégico - que somente profissionais de comunicação são capazes de ver e de perceber - a gente consegue ampliar essa comunicação de forma que a divulgação de Tocantins possa gerar uma divulgação local e também nacional.

O Brasil é muito grande e algumas ações ficam acontecendo somente no âmbito do estado, mas com o nosso trabalho estratégico de comunicação a gente pode botar a ação local com outro patamar. Só que para isso é uma conquista que a gente faz de ligar para superintendente diariamente, de pedir as informações. Só que o cara vive uma outra realidade na superintendência, às vezes o superintendente não manda as coisas, não porque não tem essa visão. Ele não manda porque ele nem percebe, quando vê ele mesmo já divulgou. Mas hoje eu acho que a gente caminha para que a coisa melhore, para que a gente seja ouvido antes.

Yara: O que você acha que o Iphan tem de bom, que é positivo, que está acertando?

Fernanda: Olha eu atribuo muito à equipe que está lá, as pessoas mais antigas da casa. São pessoas que vestiram a camisa, que são apaixonadas pelo tema. E são essas pessoas que contribuem para que a gente motive os técnicos, os diretores a nos ouvir quando a gente tem uma pauta bacana para divulgar. Eu atribuo isso também ao trabalho que vem sendo desenvolvido da comunicação ao longo do tempo, que foi iniciado lá pelos outros que estavam no Iphan e foi ganhando corpo a partir das outras pessoas, que foram construindo. Eu acho que o patrimônio cultural é um tema apaixonante, que quando a gente abraça a causa, quando a gente é apaixonada pelo tema, a gente consegue contribuir mais. Eu atribuo muito esse dinamismo a quem está na liderança, por isso que a comunicação tem que estar de alguma forma lá na diretoria. Porque é o presidente, que está a frente que cria esse dinamismo, essa dinâmica para comunicação.

Então acho que quem dá o tom da comunicação e das ações do Iphan é quem está na presidência. Eu acho que o Nando deu esse tom e Kátia deu esse tom, então isso motiva, por mais que as coisas fiquem corridas, hoje é uma coisa, amanhã já tem outra... Então a Kátia como uma pessoa apaixonada pelo tema, que é da casa, ela que contribui para esse clima, essa coisa a mais da comunicação.

Yara: É da personalidade de cada pessoa né, porque a Jurema também trabalha com patrimônio há muito tempo, mas ela tinha um jeito mais discreto de ser, então a comunicação não teve grande destaque.

Fernanda: Verdade. A Kátia me conhecia desde o Monumenta, quando eu tava com o Nando. Ai ela virou presidente do Iphan e me convidou para a comunicação porque ela já me conhecia.

A comunicação tomou uma outra proporção. Eu vim de uma escola muito legal de comunicação. A minha experiência contou bastante para um trabalho de pensar numa comunicação não só com viés de assessoria de imprensa. Eu me lembro que na época quando eu cheguei no Iphan, cada superintendente tinham um número. Eu brincava com eles que aquilo parecia uma delegacia de polícia. A 10ª DP. Aí a gente começou a trabalhar e ser “ a superintendência do Iphan no Distrito Federal” “ a superintendência do Iphan na Bahia” convidam para tal coisa... Então a gente começou a criar outro padrão de comunicação, outra forma de trabalhar a comunicação nas cerimônias, nos materiais gráficos, folders, nos banners que a gente colocava na fachada para as inaugurações... Essa ideia de comunicação, do mailling, do clipping de imprensa. Então essa foi ficando uma comunicação mais profissional.

Foi tomando corpo. A gente começou a fazer cartão de final de ano. Muita gente fez um calendário, então essas coisas só foram agregando. A gente começou a convidar jornalistas para ir nossas agendas. A gente começou a aparecer naquelas revistas de bordo, das companhias aéreas, eram Heitor e Silvia que escreviam naquele Almanaque Brasil. Então isso foi se profissionalizando, foi criando uma necessidade de estreitar laços.

Yara: Você já tinha trabalhado em órgão público?

Fernanda: Já. Eu trabalhei sete anos na comunicação da Prefeitura Municipal de Porto Alegre, que foi uma escola para mim.

Yara: Quais são as particularidades de uma ASCOM que trabalha com patrimônio cultural, que não é igual de uma ASCOM que trabalha com saúde ou transporte, por exemplo?

Fernanda: É bastante complexo, porque, na verdade, um profissional de comunicação, o jornalista, relações públicas, ou publicitário, eles têm um trabalho técnico e, são, muitas vezes, profissionais generalistas. A particularidade, no meu entendimento é não só pensar pelo viés de assessoria de imprensa. Para lidar com esse tema e tentar atingir a sociedade, até porque o Iphan não está só nas capitais, ele está no interior, a gente tem que buscar outros recursos, outras estratégias, táticas de comunicação para poder trabalhar com aquele sítio, com aquela obra, hoje a gente usa as redes sociais, mas a gente poderia usar outras coisas.

Eu sou muito mais uma pessoa da promoção do que um profissional de comunicação. Sou formada em comunicação, mas se tivesse mais condições tu pode usar um teatro de bonecos, pode usar a ação de promoção em uma feira, pode outras ações de comunicação para mobilizar e promover essa comunicação e não somente a parte de imprensa. Um carro de som em uma cidade pequena, um programa de rádio específico, um documentário, outras frentes. Hoje a gente trabalha mais com aquelas frente mais padrão. A gente precisa pensar fora da caixa para gente atingir porque senão o que a gente faz não consegue chegar na ponta para todo mundo, como você promove na cidade de Mucugê, no interior da Bahia, somente com uma ação de imprensa?

A sacada é, mais uma vez eu reforço, a ação da educação patrimonial, criar outras ações de promoção que vão complementar o trabalho de comunicação. Porque senão a nossa notícia vai ficar no jornal e nem todo mundo vai ler, entendeu? É o que a gente precisa buscar porque senão a gente fica lidando com o veículo como um todo. Essa é a sacada, como a gente faz pra promover o trabalho usando outras ações? Usando algumas técnicas de

promoção nesses locais, não ficar somente na assessoria de imprensa. Por isso eu tento trazer para equipe essa comunicação integrada, que são várias ferramentas de comunicação em prol de um objetivo. Promover uma ação, apoiar um festival, e não somente assessoria de imprensa, e hoje isso é um desafio que está colocado, que nem sempre a gente consegue vencer. A gente precisa buscar outras ferramentas para estar mais próximo dessa comunidade. Como a gente atende um grupo do Vale do Ribeira, por exemplo? Como eles vão saber o que é o Iphan? A gente não sabe se esse povo lê jornal, se o jornal chega lá, então a gente tem que encontrar outros meios. Não é só a parte da assessoria de imprensa que vai resolver isso.

Yara: Sobre a promoção que a comunicação faz do Iphan e do Patrimônio Cultural, como você vê essas duas coisas? Você acha que tem algum embate?

Fernanda: A nossa área tenta promover as duas coisas. A gente não promove imagem da presidente, especificamente. Quando a gente entrega uma obra em uma cidade a gente promove a ação do Iphan fazendo aquela obra, mas paralelamente a gente acaba promovendo aquele patrimônio. Muitas matérias que a gente faz, que estão no portal do Iphan, não promovem o trabalho do Iphan, acaba promovendo o patrimônio cultural brasileiro, que indiretamente quem promove somos nós, quem protege é o Iphan.

Para mim são duas coisas muito próximas, a forma como são os nossos releases, que tem os primeiros parágrafos falando do investimento da obra, da ação, embaixo a gente faz um breve histórico daquele patrimônio, daí a gente acaba promovendo as duas coisas. A ação que a gente faz, a valorização dos ofícios, a própria ação recente da valorização do ofício das baianas do acarajé, pouco se falou do Iphan. A gente promoveu aquele bem que vive uma situação de conflito lá na Bahia, essa ação promoveu diretamente o patrimônio cultural brasileiro.

Porque a gente acaba contando a história daquele patrimônio. Nas várias ações que a gente divulga por meio dos nossos cards nas redes sociais, por exemplo, a gente faz a promoção daquele bem que está fazendo aniversário, da cidade, do ano tombamento. A gente acaba promovendo o patrimônio cultural como um todo. Então a gente na assessoria consegue fazer muito bem as duas coisas, não dá um peso somente para divulgação do Iphan, ela promove muito o patrimônio cultural brasileiro. A gente promove muito bem o Iphan na ponta, na hora que a gente responde à uma crise ou a divulga uma obra. Ali está muito presente o trabalho do Iphan. E quando a gente faz uma ação promocional, dos cards, do dia do Patrimônio, ali a gente está promovendo o patrimônio cultural brasileiro, porque ali a gente

está destacando não o nome do Iphan, mas indiretamente uma coisa está ligada à outra. O Iphan é o maior instituto de patrimônio do país, é uma referência.

APÊNDICE E - ENTREVISTA COM ADÉLIA SOARES

Entrevistada: Adélia Maria Guimarães Soares⁷⁴

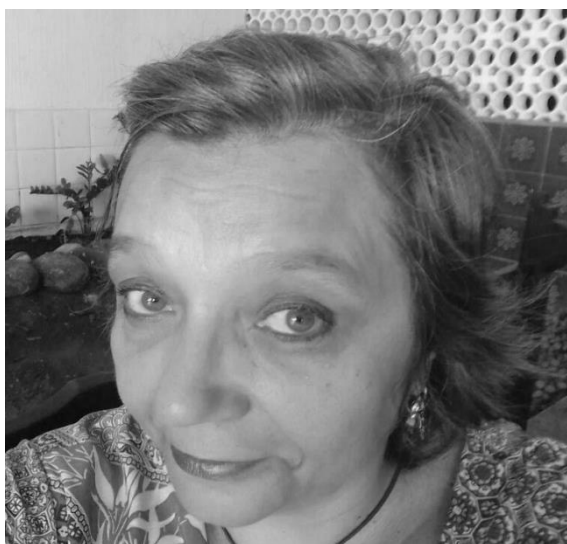
Entrevistadora: Yara Diniz

Data: 03 de novembro de 2019

Horário: 16h20 às 17h50

Local: Casa de Adélia - Águas Claras (DF)

Período em que Adélia trabalhou no Iphan: de 2009 a 2019 (presente)



Colaboradora do Iphan desde 2009, Adélia Soares, natural da cidade do Rio de Janeiro, é jornalista e radialista, graduada pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Entre 2013 a 2016, foi coordenadora da Coordenação-Geral de Difusão e Projetos do Instituto. Hoje exerce a função de coordenadora de imprensa da Assessoria de Comunicação da repartição.

Introdução

A entrevista com Adélia Soares foi a última de uma série de cinco entrevistas que subsidiaram a dissertação de mestrado intitulada *O patrimônio cultural brasileiro em evidência: uma análise da Assessoria de Comunicação do Iphan*, apresentada por Yara Diniz no âmbito do Programa do Mestrado Profissional em Preservação do Patrimônio Cultural do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.

Agendamos a entrevista para um domingo, na casa de Adélia, em Águas Claras, cidade satélite do Distrito Federal, próxima a Brasília. Como parte da equipe da Ascom, Adélia acompanhou o andamento da pesquisa desde o início, em 2017. Por esse motivo, devido às conversas anteriores, ela já estava ciente do que eu estava procurando nas

⁷⁴ Foto do acervo pessoal de Adélia Soares.

entrevistas: o olhar de profissionais de comunicação do Iphan sobre a área de Assessoria de Comunicação do Instituto.

Yara: Vamos lá Adélia, você já me contou isso informalmente, mas acho importante estar registrado na entrevista. Quando e como você chegou no Iphan?

Adélia: Eu fiz o concurso em 2008, foi homologado em fevereiro de 2009. Aí em de julho de 2009 fui chamada pelo Iphan para trabalhar na comunicação

Yara: O que é que você fazia lá?

Adélia: Comecei fazendo os *releases* né. Era um concurso temporário. Tinham duas pessoas do mesmo concurso, que era eu e a Carolina. Já havia no Iphan uma equipe que era ligada ao gabinete, eram pessoas contratadas pelo Monumenta na época. Tinha a coordenadora de comunicação, dois jornalistas e um design. E eu comecei fazendo os releases das ações do Iphan. Para começar foi o Prêmio Rodrigo. Na época já tinham selecionados sete vencedores e eu fiquei só por conta disso, foi meu primeiro trabalho e a minha primeira paixão foi conhecer o Prêmio Rodrigo. E aí fiz todos releases, eu ligava para a imprensa, fazia esse tipo de coisa.

Yara: Quem que era coordenador de comunicação na época?

Adélia: era a Ana Rosa. Eu esqueci o sobrenome dela. A Ana Rosa veio do Monumenta⁷⁵ e ela era coordenadora de comunicação. A Fernanda⁷⁶ era chefe de gabinete. Foi nessa época que começou a existir o DAF⁷⁷ e a diretora, que era a Márcia Rollemberg, queria a comunicação com ela. Então havia essa disputa entre gabinete e DAF sobre quem ficaria com a comunicação.

Yara: O DAF entrou no lugar do DEMU⁷⁸ eu acho...

⁷⁵ O Monumenta foi um programa do Ministério da Cultura, executado com recursos da União, de estados e de municípios, com financiamento do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e cooperação do Iphan e da Unesco.

⁷⁶ Fernanda Pereira, atual chefe da Assessoria de Comunicação do Iphan.

⁷⁷ Departamento de Articulação e Fomento, hoje DECOF, Departamento de Cooperação e Fomento.

⁷⁸ Departamento de Museus e Centros Culturais.

Adélia: não me lembro, não sei dizer. Quando eu cheguei não tinha mais o departamento de museus. Eu sei que havia a tal da COGEPROM que acabou se transformando no DAF como um todo. As pessoas que eram da COGEPROM acabaram dentro do DAF. E na época era muito confuso o que o DAF fazia, quem fica no DAF, quem não fica, o que é, o que deixa de ser. Era uma confusão muito grande. E no fim, vamos dizer assim, a Márcia ganhou, ficou a comunicação ligada ao DAF. Só que a Fernanda não concordava porque ela achava que tinha que ter um vínculo com a presidência, que na época era o Luiz Fernando.

E ela cuidava dos eventos. Ela é formada em relações públicas, então ela ficou responsável pela parte de eventos do gabinete. O primeiro evento que eu participei foi o lançamento, em Ouro Preto, do então PAC Cidades Históricas, que não é o mesmo recorte atual, era uma proposta que, na verdade, eram acordos de proteção do patrimônio cultural. Mas como era a campanha de eleição da Dilma, eles deram o nome de PAC Cidades Históricas, ainda com o Lula presidente, e eu fui como jornalista da assessoria. O Luiz Fernando não me conhecia, a Fernanda me conhecia muito superficialmente, não sabia do meu trabalho, que eu ficava mais focada com a Ana Rosa. Aí na questão do PAC aconteceram coisas que eu falo que é do astral. Era para ser no meu colo que tinha que cair. A Ana Rosa estava grávida, tinha ido para os Estados Unidos comprar o enxoval do neném. O Rafael que faria, que era um outro jornalista que estava sendo contratado mas acabou desistindo de ficar. Aí quando a presidência resolveu lançar o PAC só tinha eu no Iphan. Não tinha ninguém de imprensa. Aí ficamos, na época, o Weber, que era assessor do presidente, a Márcia e eu montando todo o aparato de informação sobre esse acordo de preservação.

A Fernanda com a Carol foram para Ouro Preto para fazer a montagem de palco de toda estrutura que a Presidência da República exigia e eu fiquei por conta de divulgação. Foi uma divulgação simples aparentemente porque eu não tinha conhecimento do que exatamente eu tinha que fazer como presidência do Iphan. E como era um evento da Presidência da República, jornalista está sempre presente e tinha uma busca muito grande, um apelo muito grande de comunicação por estar chamando de PAC. A Dilma tinha acabado de lançar o PAC como secretária da Casa Civil. Então estava aquela coisa de campanha, o Aécio Neves junto, era aquela coisa, tinha muita imprensa, foi a minha primeira experiência com assessoria de um órgão de abrangência federal num evento de abrangência federal. Fiquei assim, meio, “onde eu tenho que ir, eu vou”. Eu não tinha uma função como hoje a gente desenvolve, entendeu? A Fernanda, como chefe de gabinete, estava mais focada no evento do que na assessoria em si.

E eu fiquei no curral como a gente chama, junto com todos os jornalistas, de todos os veículos de imprensa. Não fiquei numa área de assessoria. Fiquei no meio da galera. O que para mim foi bom, porque conheci o que é trabalhar num espaço como esse. Só que eu estava com a cabeça não de veículo de imprensa, mas com cabeça de assessoria. Eu já tinha participado em outras situações como prefeitura e tudo mais. No dia seguinte do lançamento estava uma confusão muito grande dentro da diretoria do Iphan porque a Folha de São Paulo estava batendo no programa, dizendo que era requentado do Fernando Henrique, aquela coisa toda.

E aí eu como eu tinha pouca coisa para fazer com assessoria de comunicação, a coordenação estava muito fora do contexto dessa época, eu inventei o clipping do Iphan. Comecei a fazer da minha maneira de ser. E aí eu tinha uma menina estagiária que fazia o clipping de recorte e eu fazia o clipping na mídia eletrônica. E todo mundo ficou “que horror, a Folha bateu no Iphan”. E foi aí que o Luiz Fernando veio conversar comigo, saber qual era a minha posição.

E eu comecei a explicar. Que isso aí é um viés político, que a gente está sujeito, que a gente está no meio da política. Aí o Luiz Fernando começou a gostar da minha maneira de pensar e de olhar toda estratégia do Iphan e da comunicação. E essa história toda é para chegar onde eu queria com essa coisa do DAF ficar com a ASCOM. A Fernanda percebeu que eu tinha esse viés de assessoria bem forte e me puxou para trabalhar com o gabinete. Então eu era do DAF, da comunicação, vinculada à diretoria do DAF, mas eu só fazia serviços voltados para assessoria do presidente.

Yara: Você ficava fisicamente no gabinete ou no DAF?

Adélia: No DAF, mas todos os eventos que tinham, que o Luiz Fernando ia viajar, quem acompanhava todas as viagens era eu. A partir daí começaram as assinaturas dos acordos com os governos estaduais e municipais pra buscar recursos, para fazer as obras necessárias desse programa. Então ele viajou muito. Nessa época ele foi para vários estados para poder fazer essas assinaturas.

Então eu fiz o prêmio⁷⁹, aí quando foi em outubro veio o PAC e aí eu comecei a ficar focada nessas questões mais ligadas à presidência. Até que a Fernanda foi embora. Quando

⁷⁹ Promovido pelo Iphan, desde 1987, o Prêmio Rodrigo Melo Franco de Andrade prestigia, em caráter nacional, as ações de preservação do patrimônio cultural brasileiro que, em razão da originalidade, vulto ou caráter exemplar, mereçam registro, divulgação e reconhecimento público. Fonte: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/172>.

ela foi embora o Luiz Fernando deu uma esfriada. E aí eu fiquei de novo no DAF, de uma forma bastante ociosa, porque a Márcia tinha uma outra pegada, e nisso a Carolina tinha saído do Iphan também. Ela foi para a câmara, ela passou no concurso. Entrou um outro rapaz, o Daniel, do mesmo concurso meu. E aí como eu estava ligada à presidência, a Marcia pegou esse rapaz para fazer o site da reunião do Comitê do Patrimônio Mundial que ia acontecer em Brasília em 2010. Então ela ficou focada nessas coisas assim, *hot site*, mídia eletrônica, e eu ficava fazendo as minhas coisas. Fazia um release, fazia outro, achava um tema interessante, por minha conta e risco eu ia vender pra imprensa, aí então não tinha mais coordenação de comunicação nessa época.

A Mécia entrou também nesse período via PRODOC. Porque esse Rafael que saiu, ele viria por PRODOC. Mas quando chamaram o Rafael, ele não entrou. A Mécia então foi chamada. Aí a gente começou a desenvolver, eu ela e o Daniel, que era outro concursado, rotinas de imprensa ali, porque não tinha um coordenador de comunicação. Daí chegou o Américo para ser o coordenador geral de projetos. Porque quando a Fernanda saiu da chefia de gabinete, o Weber, que era assessor, assumiu a chefia de gabinete e ele não queria contato com assessores de comunicação. Então ganhou a história de ficar tudo realmente no DAF. Aí como eu disse, eu fiquei meio sem ter o que fazer. Eu fazia o clipping, porque eu sempre gostei de fazer, tirava da minha cabeça os releases e a gente ia fazendo. Ai vinha prêmio.

Yara: Não tinha demanda de imprensa?

Adélia: Tinha mas era uma coisa mais tranquila, não tinha muito. Tinha muita demanda ligada ainda ao PAC. E a gente atendia, mas não era uma rotina. Não tinha um trabalho focado como se tem hoje de vender pauta. Era um ou outro que a gente tinha essas demandas. Tinha na época do Nando empolgado, na época do Nando desempolgado já não tinha tanto. Aí a gente tinha esse trabalho, mas isso de oferecer o Iphan, vender o Iphan, de expor o Iphan, era em algumas situações, tipo prêmio Rodrigo, uma viagem, um patrimônio mundial. Aí nessa época o Américo era o coordenador dessa grande coordenação geral e a ASCOM estava ali. E como ele via que a gente tinha desenvolvido uma a estratégia, ele pouco se ligava na comunicação. Só quando vinha os problemas, aí a gente ia lá. Tipo, Américo é você quem resolve, é você que manda.

Aí ficou assim um tempão. Daí a Marcia saiu. Veio o Estevão, já era governo Dilma. O ministro era o Juca. Aí o Nando saiu, entrou Jurema na presidência. A Jurema buscou um Iphan mais normativo. Essa coisa da normatização das coisas do Iphan nasceu mesmo na

gestão Jurema. E Jurema, ela tinha mais um foco em pesquisa e não em divulgação grandiosa. Ela tornou o prêmio mais intimista. Mas aí a primeira matéria... eu falo que as coisas acontecem sem eu procurar nada... Chegou uma matéria, se eu não me engano do Estado de São Paulo, a respeito das obras do PAC, que até então ainda não tinha deslanchado, enquanto política oficial de governo, ainda era uma perspectiva. E como a gente naquela época divulgou tudo aquilo que iria se fazer, a imprensa cobrava muito aquele resultado. Era divulgado como uma proposta, mas os governos anunciavam como fato, entendeu? Então a imprensa cobrava cadê a verba do PAC? Porque não está fazendo obra? Porque essa obra não saiu? E nesse primeiro PAC tinha obras monumentais de infraestrutura, de captação de água pluvial etc. Tinha uma série de coisas que não dependiam do Iphan. Eram obras de engenharia grande. Então começaram umas cobranças muito grandes. Na época o Robson não era diretor, ele era coordenador nacional do PAC Cidades Históricas, era um antigo Monumenta, e foi se transformando. Virou uma coordenação do PAC.

Por razões que eu não consigo elencar, o Robson não deu retorno para o jornal, a coordenação não deu retorno e a matéria saiu dizendo que o Iphan não se manifestou, não deu resposta. Aí a SECOM da Presidência da República ficou injuriada e ligou para saber porque é que a gente não respondeu. Quem atendeu? Euzinha. Aí fui “Diretor, o que eu respondo?” Aí eu disse, mas eu não vou mentir pra SECOM, eu tenho que dizer alguma coisa. “Ah, mas por que você não disse pro Estadão?” porque o diretor não me falou nada. Ninguém me fala... eu, nós, tínhamos muita dificuldade de chegar na fonte oficial do próprio Iphan. Existia uma resistência muito grande dos técnicos e da própria direção do Iphan de atender a ASCOM, daí acontecia muito disso, da gente levar porrada, porque a gente não atendia imprensa, porque o Iphan não atendia ou quando atendia, atendia quando queria. Ou simplesmente esquecia, ignorava, tinha esse tipo de coisa.

Aí foi uma crise, porque o Estevão enquanto diretor do DAF ficou em cima do muro, ficou em saia justa também. Como explicar para a presidente do Iphan que a ASCOM que era do DAF não atendeu? Aí ele entregou a comunicação para presidência, então a ASCOM veio para presidência.

Yara: Mas não foi a coordenação toda, foi só a comunicação?

Adélia: Só a comunicação, continuou a coordenação geral no DAF. E aí nós subimos para a presidência. Nessa época a Jurema, que tem uma visão de comunicação legal, estratégica - ela não queria essa divulgação tipo agência de notícias como a gente tem trabalhado atualmente -

ela queria uma comunicação séria, objetiva, precisa, mas sem grandes estardalhaços. Era uma coisa mais tranquila, não era tipo fazer notícias acontecerem, era mais reativo do que proativo.

E aí na época o Torelly era o assessor da presidência, que era o cargo que o Weber tinha. E sem contato com a comunicação - como normalmente acontece ainda hoje - esse assessor estava revendo o portal antigo, sem falar com ASCOM. O portal era muito ruim, muito ruim, tinha sido desenvolvido dez anos antes. Eu não sei a história do desenvolvimento, eu sei que a pessoa que desenvolveu fugiu, sumiu, desapareceu com todos os códigos, com todos os acessos, então era informação que ninguém conseguia atualizar, crescer, fazer nenhuma melhoria naquela ferramenta. Aí começou então as coisas acontecendo como sempre acontecem. O DPI⁸⁰ na época, era a Célia, o DPI contratou uma consultora para cuidar só da parte do DPI. E a Presidência resolveu olhar o portal todo. E quem foi, foi a Núbia, que era uma menina pró ativa, trabalhou muito na parte de design e tudo mais, não por formação, mas por conhecimento. Ela fazia. Todo mundo dizia que ela era memória do Iphan, se a Núbia saísse ia perder toda a memória porque não tinha nada registrado das coisas a não ser nos arquivos dela, do jeito que ela achava que devia ser. Ela que fazia coisas para o portal, subia os conteúdos, então ela foi chamada para falar como funcionava o portal, mais ninguém da ASCOM, só ela. Aí um dia ela não pôde ir numa reunião dessa comissão que queria mudar o portal e para variar fui eu que fui pra lá. Aí eu comecei a dar minhas opiniões, falar minhas coisas, falar o que eu pensava. Foi quando o Torelly me conheceu e começou a botar credibilidade nas coisas que eu estava falando.

Aí nesse meio tempo, nessa mesma época, a comunicação passou para o gabinete. E o Torelly passou a ser responsável pela comunicação, era responsável, assessor direto da presidência, ele que cuidava da Ascom como um todo. Aí a gente começou a ter mais insumos para trabalhar, mas ainda tinha um intermediário, porque ele não é de comunicação, ele é arquiteto, mas gosta, entende? Aí ele falou comigo “Eu sei que você não pode assumir cargo, mas eu queria que você coordenasse os trabalhos da ASCOM”. Foi aí que eu comecei a trabalhar como coordenação. E nessa época eu aceitei. Porque a Márcia tinha me proposto isso também, só que na época tinha o Daniel, que era do mesmo concurso que eu, hierarquicamente tinha o mesmo grau. Não achei que era ético nem interessante para ninguém trabalhar sem receber mais e ele ter o mesmo patamar hierárquico que eu e ser meu subordinado. Falei não tem condição, não quero trabalhar assim.

⁸⁰

Já na época do Torelly eu aceitei porque não tinha mais ninguém no meu concurso. Só tinha eu, as outras pessoas ou eram terceirizados ou eram de outros concursos. Então tudo bem eu assumir mesmo sem remuneração de coordenar. Desde que a Ana Rosa tinha saído, ela tinha uma proposta organizacional assim, que eu vi começar a fazer “Você tem tal tarefa para fazer tal coisa. Quando chegar uma demanda nós vamos agir dessa forma. Vamos fazer assim e assim e assado”. E aí a coisa começou a se concretizar nesse sentido. Final de 2012, início de 2013. Então quando eu já estava na prorrogação - porque eram quatro anos mais um - Quando eu já estava nesse “mais um”, foi quando o Estevão acabou saindo da direção do DAF e o Torelly assumiu. Ai a Comunicação voltou para o DAF, porque foi junto com ele, não ficou direto com o gabinete. E aí ele me ofereceu o DAS, aí eu aceitei porque eu ia ficar sem nada. Podia ter o DAS quando terminasse meu contrato e podia não ter. Então eu aceitei cancelar meu contrato. Ainda faltavam sete meses para acabar o meu último ano. E isso foi 2013, 14 por aí. Aí nós começamos a aparelhar melhor a comunicação porque eu passei a ser coordenadora geral.

Era A COGEDIP? Depois a gente olha o nome certinho, eu consigo ver isso na rede. Porque hoje quem está nessa coordenação geral é o Sergio. Eu sei que eles têm a coordenação nacional e internacional. Hoje a que era a minha coordenação é a coordenação do Sérgio, que cuida do prêmio, da educação patrimonial. E a ARIN⁸¹ passou para a coordenação internacional. Foi quando teve a mudança, quando a Katia chegou. Mas foi nessa época que ainda era Jurema, Torelly, que eu assumia a COGEDIP, que aí nós começamos a equipar melhor a comunicação. Nós fizemos esse contrato de terceirização, que contratou dois jornalistas e um web designer. Aí nós começamos a trabalhar na elaboração do novo portal do Iphan, desenvolvendo a plataforma, fazendo todo aquele processo junto com a CGTI. Cheio de problemas, mas que eu considero um grande avanço pelo que a gente tinha. A gente sabe que com o passar dos anos seria necessário um upgrade disso como hoje está sendo necessário. Então esse não é nenhum demérito pelo trabalho que a gente fez, faz parte mesmo de um processo. Até porque a gente teve muito problema com a realização desse portal porque houve pouco suporte técnico que a gente recebeu da própria sede. A empresa que ganhou tinha grandes falhas. Eu não tinha experiência nenhuma. Foi minha primeira experiência até agora na criação de um portal, de um site, mas já era um aprendizado muito grande para mim para toda equipe. Aí sim aí a gente tinha uma equipe maior.

81

Assessoria de Relações Internacionais.

Como esse contrato da terceirização para a contratação de jornalistas teve um monte de recursos nós precisamos contratar os consultores para fazer alimentação do portal. A gente começou a trabalhar com uma equipe maior. Tinham duas consultoras diretamente com a imprensa e a Cristiane que era designer da diagramação da parte de publicação apoiava a gente também em alguns casos de algumas peças para ASCOM. Foi quando o Vitor entrou no Iphan, ele entrou como estagiário para fazer o Banco de fotografias das publicações. E ele, designer de alta qualidade, acabou absolvendo o grupo. O Vítor passou a ser consultor da ASCOM. Aí como consultor para o portal tinha as três pessoas, dois jornalistas e um design. Mais a Arlete que já estava lá contratada, aquela do DPI, aí ela veio e foi incorporada à ASCOM para cuidar de todo o portal. Aí nós fizemos uma nova contratação de jornalistas para tratar do Prêmio Rodrigo. Nessa época foi quando a Gabriela que era pepista⁸² também entrou para o grupo para cuidar do prêmio.

Foi aí que nós criamos essa revista do prêmio. Tem que olhar a data, olha daquela primeira revista. Foi a primeira revista do prêmio. Tinha umas revistas que eram tipo uns folhetins, só com os releases, resumindo as ações, era um folhetim bem fininho. Era quase uma cartilha, digamos assim. A revista com esse formato, com esse conceito de trabalhar melhor as ações, todo esse conceito de valorização das ações premiadas nasceu nessa gestão. Daí essa questão dos vídeos dos vencedores, das palestras que hoje virou o Seminário Internacional, começou como as palestras dos próprios vencedores para explicar quais eram suas ações, como eles trabalhavam, porque até então era feito assim, um encontro.

O embrião dessa visão do Prêmio começou na época da Márcia Rollemberg. Ela fazia um encontro. Ela fez um café da manhã uma vez com os premiados. Até o presidente foi. Foi tão interessante que ele ficou a manhã inteira conversando com aquela turma toda. Daí na gestão Torelly ele começou a querer dar mais visibilidade a essas ações que são ações muito interessantes e que não tem visibilidade quase nenhuma. Então a gente tinha um foco muito grande. Foi então que a gente começou a contratar. Além da pepista que era Gabi, nós contratamos mais duas pessoas para fazer o Prêmio Rodrigo.

Também nessa época a gente começou a trabalhar mais, vender pauta e fazer uma comunicação mais pró-ativa, de chegar mais perto da imprensa. Começamos a pensar nos manuais de comunicação, as políticas de comunicação do Iphan começaram a ser desenvolvidas mais ou menos nessa época. Na verdade o primeiro plano de comunicação foi

⁸² Como eram chamados os alunos do programa de mestrado do Iphan.

desenvolvido pela Mécia, no primeiro contrato dela e daí para cá a gente começou a atualizar, vamos botar pra funcionar.

A empresa Produtiva ganhou a licitação. Então terminou o contrato dos consultores para o site e entrou em definitivo essa equipe de jornalistas terceirizada e um web designer que a gente tem até hoje, dois jornalistas de web design. As redes sociais começaram a funcionar, mas ainda era muito amadorística, isso é bem recente. Nessa época tinha, mas era uma coisa muito, muito simples.

Yara: Você lembra quem era a pessoa que cuidava das redes?

Adélia: Eu acho que ela Isadora, não tenho certeza porque eu realmente não tinha grande preocupação com isso. Não tinha como hoje eu não tenho, não é minha praia. Eu achava aquilo meio surreal. Eu acho que *pegou uma dimensão* que as pessoas perderam o próprio controle. Não tem mais como segurar isso. Mas na época ainda era uma coisa muito, muito, muito simples, era só o Facebook, quase ninguém se ligava no twitter. E a gente não tinha esse cuidado com logo, a gente colocava fotos, coisas mais tranquilonas. Ai quando a coisa ficou mais oficial das redes sociais, quem assumiu mesmo foi a Iris. Aí ela começou a cuidar das redes sociais, começou a estudar mais, assim, e a se dedicar mais a esse viés. Esse tipo de veículo enquanto veículo. Foi mais ou menos nessa época, ainda foi época do Torelly.

Yara: Com Jurema ainda?

Adélia: Sim, e a Iris gostava, gostava da exposição, ela usava muito, ela mexia muito com as redes sociais. Então foi quase que natural que ela cuidasse. Mas não tinha assim, um rigor, sabe, um procedimento. Ela ia, ela mesma estudando e propondo estratégias, propondo ações. A gente tinha mais uma preocupação na formatação do site, no envolvimento das áreas. Teve uma situação que eu me lembro bem, eu ainda não era coordenadora. As reuniões do conselho⁸³. Nós começamos a ter mais volume de demandas para oferecer para a imprensa. A gente sempre deu muita importância para reuniões do conselho, mesmo antes de eu estar na coordenação. Mas quando eu assumi a coordenação, eu trouxe para dentro dela todas as experiências que eu tive nas reuniões do conselho, que eu acompanhei praticamente todas desde que eu entrei. A primeira que eu fui, eu fui sem saber o que era. Fiz a matéria sem saber

⁸³ O Conselho Consultivo do Patrimônio Cultural é o órgão colegiado de decisão máxima do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) para as questões relativas ao patrimônio brasileiro material e imaterial, criado pela mesma lei que instituiu o Serviço de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Sphan), hoje, Iphan, a Lei nº 378, de 13 de janeiro de 1937. Fonte: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/220>.

o que estava acontecendo. Foi logo que eu entrei, foi em outubro, foi no Itamarati. Ai a Fernanda dava essa pegada pra gente "Vamos oferecer exclusiva, vamos fazer tal produção". Aí quando ela saiu, antes da minha coordenação, deu uma queda, tanto na divulgação do prêmio quanto na divulgação do conselho.

A gente se esforçava, nós, jornalistas, pobres mortais, mas não tinha envolvimento de coordenação. Quando a gente assumiu a coordenação aí nós começamos a voltar com aquela pegada de fazer grandes eventos do conselho, de trazer grandes jornalistas, de propor grandes pautas que ainda hoje a gente trabalha com esse viés. Eu resgatei o que eu aprendi logo que eu cheguei - na época ainda de Ana Rosa e Fernanda trabalhando na parceria - e trouxe de volta quando eu assumi a coordenação "Vamos fazer isso, vamos convidar jornalista sim, vamos fazer tal proposta de matéria". A gente desenvolveu mais isso estruturalmente.

Também foi nessa época, quando estava chegando os 80 anos do Iphan, quer dizer, um ano antes, o Iphan com 79 anos, alguns problemas que acontecem ainda hoje que eu fico brava. Tipo, antes até, nos 75 anos do Iphan, eu sou coordenadora geral de publicação, de arte, de eventos e tudo mais e decidiu se o uso da logo de 75 anos direto com a presidência, sem passar por nós. Quem resolveu isso na época? Jurema e Silva Braga, que era a coordenadora de publicação, que era uma consultora também na época.

Como ela era muito próxima da Jurema ela fez a logo da 70 anos, ela foi lá e resolveu. E pronto. E de repente fomos obrigados a usar aquela logo sem ter nenhum tipo de configuração de trabalho, de estrutura, de pensamento a respeito disso. Daí quando veio os 80 anos nós resolvemos peitar, "Não, calma aí, vamos fazer direito essa escolha logomarca". Já teve um consenso maior. Teve uma comissão, mas como nos 70 e 75 anos era essa a marca do próprio Victor Burton, que foi quem criou a logo do Iphan. Optou-se para dar para ele. Ele só trocou sete pelo oito e ficou a mesma coisa. Mas pelo menos já houve uma interação entre as áreas envolvidas. Não foi o que eu pessoalmente achei que valia, mas tudo bem, ficou. Teve um trabalho.

E aí com o mote dos 80 anos nós resolvemos tentar implantar uma comissão de comunicação do Iphan. Só que essa comissão tinha o objetivo de fazer como se fosse uma grande reunião de pauta. Como hoje acontece nas reuniões de diretoria das quais a Fernanda como coordenadora de comunicação participa. Ela não tem, tecnicamente ou legalmente, esse status de diretora, mas a Kátia⁸⁴ colocou a coordenação de comunicação na diretoria. O que

⁸⁴ Kátia Bogéa, atual presidente do Iphan.

não existia na minha época. Na minha época era o Torelly diretor do DAF que participava da diretoria, eu não participava. E esse conhecimento do Iphan como um todo a gente não tinha, tinha via Torelly.

Então sempre tem um filtro que quem conta um conto aumenta um ponto. Tinha sempre esse filtro. Então nós propusemos e Jurema aceitou que se criasse essa comissão de comunicação no Iphan. Teria que ter um ou dois representantes de cada uma das condenações que é para eles trazerem o que está acontecendo para a gente pensar em termos de comunicação o que seria feito. Tinha gente do Ferroviário, gente boa de Arqueologia, o Marcelo Darín, na época que era o coordenador. Nós chegamos a fazer umas duas ou três reuniões dessa comissão. Só que as pessoas não entendiam o que era aquilo, achava “Ai que saco, que perda de tempo”, não entendia o que era necessário elas trazerem, como a a gente faz nossas reuniões de pauta. “Olha gente eu estou com tal problema, isso aqui e tal coisa. Isso aqui dá matéria, vamos divulgar isso”. E além de não entenderem e não quererem participar, não tinham muito boa vontade de fazer aquilo. Foi o Roni, na época era chefe de gabinete, né. Foi uma determinação do gabinete. “Fulano você está participando dessa comissão, você tem que representar não sei quem”. Além disso ela virou uma comissão dos 80 anos e desvirtuou-se. Desvirtuou, as pessoas não conseguiram entender a necessidade de se ter uma política de comunicação dentro do Iphan com pessoas envolvidas.

O que não acontecia porque a gente não participava da diretoria. Se a gente participasse da diretoria a gente tinha essa visão global das questões e teria como traçar estratégias de comunicação, ou gestão de crise, ou em questão de oferecer para a imprensa, de criar situações de divulgação. A gente não tinha essa liberdade, nesse sentido, aí virou uma disputa de ego muito grande de quem fazia o programa dos 80 anos. Qual diretor era melhor, qual diretor conhecia mais histórias pra isso. E aí a questão da comunicação virou comissão dos 80 anos. Nós fizemos duas com cara de comunicação. As outras foi 80 anos. Aí que aconteceu? No meio do caminho veio o impeachment da Dilma. Aí a coisa começou a mudar. Aí virou outra realidade. Passamos a cuidar do que vai ser, do que não vai, quem fica e quem vai, quem vem. Ninguém sabia nada. Aí ficou aquela coisa meio suspensa no ar.

Daí com a chegada da Kátia veio também a definição da Fernanda na ASCOM. E com a estruturação que a Fernanda deu para ASCOM o Torelly saiu, porque ele estava conduzindo a comissão dos dos 80 anos. Quem assumiu foi o Andrey, que também estava nessa questão de se colocar, qual seria a programação. E aí a Kátia deu um status de comunicação que é necessário. Antes um pouco dessa questão do impeachment chegaram os gestores do então

Ministério do Planejamento. E eles queriam mudar todo o organograma. Tinha aquela coisa do mapeamento estratégico e que iria mudar todo o organograma. Então foi colocada a possibilidade de a comunicação sair do DAF e vir e tratar direto com o gabinete. E aí foi um auê porque o Torelly não queria abrir mão de ter a comunicação. E os gestores queriam uma comunicação no lugar que ela tem que ficar. E eu fiquei numa saia justa porque eu não queria dizer não para o Torelly, mas eu concordava com a outra visão, porque eu concordo que a comunicação não tem que ter um intermediário. Aí a proposta que eu fiz pro Torelly, “Tudo bem, a gente diz o seguinte: como o DAF é uma extensão do gabinete - e é até hoje, na época era mais ainda, hoje o DECOF tem outro viés, mas na época o DAF era o braço executor das ideias da diretoria - então não faz diferença se ela está lotada aqui ou ai. Só que eu enquanto coordenadora de comunicação deveria participar mais das reuniões de diretoria, de direção, para poder fazer a definição das estratégias sem o intermediário, entendeu?” Então seria uma comunicação, digamos assim, com duas chefias, o próprio gabinete e a direção da DAF. Mas foi uma outra briga desesperada, aí de organograma virou “personograma”.

Era essa ideia. O que eu acho perfeito. Não vejo problema nessa ideia. Só que aí entrou na briga de ego novamente das pessoas envolvidas. A ARIN era uma assessoria direta da Presidência. O lugar que a Fernanda tá hoje, a sala que a Fernanda tá hoje era a sala do ARIN. E aí a ideia era essa. Do mesmo jeito que se tem uma coordenação de articulação nacional teria dentro do departamento uma direção de articulação internacional. Eu acho perfeito mas aí os egos se chocaram das direções e a comunicação continuou no DAF, mas pouco tempo depois veio o impeachment e virou tudo, mudou tudo. E a coisa ficou assim, meio insano.

Nesse período do impeachment eu era diretora substituta, assumi a diretoria do departamento, mas com muita insegurança de tudo porque eu não sabia quem ia chegar. Aquelas pessoas todas, essa equipe que a gente formou, angustiadas, porque ninguém sabia o que ia acontecer, quem vai continuar trabalhando, quem não vai. Até que a Katia chegou. O que foi um alívio para todos porque a gente tinha a sensação de que ela ia manter as pessoas nos seus lugares. O DAF ainda era uma incógnita porque estava sem diretor. Ela chegou no jeito dela de trabalhar. Você quero, você não quero, você vem, você sai, eu quero você aqui, você pode ir embora, você fica. E ficou todo mundo meio assim, assustado.

Aí a primeira reunião que eu tive com ela como diretora eu levei todos os problemas que a gente tinha, tipo a gestão do PRODOC, a questão das publicações, toda a comunicação. Então ela falou “Olha Adelia, eu não sei como a gente vai resolver. Eu quero uma pessoa de

comunicação colada em mim. Ela tem que estar comigo, onde eu for essa pessoa tem que estar comigo, me dar apoio, fazer isso. E eu quero todo mundo cacarejando igual galinha, botou ovo tem que publicar”. São palavras dela. Eu disse sim senhora, estamos aí.

Só que me deu uma pane porque na minha equipe não tinha ninguém com esse perfil. Nessa época a Fernanda, porque aí Jurema com os problemas de comunicação de imprensa com o PAC das Cidades Históricas - a Jurema disse que queria uma pessoa de comunicação dentro do PAC para atender todas as demandas do PAC. Essa pessoa estaria vinculada a mim, à coordenação, mas trabalharia no PAC. Na época era Fernanda, só que o fato de ela estar no PAC quebrou um pouco as pernas. Ela ficava lá, não na ASCOM. O PRODOC dela era todo feito por lá, aquela coisa. Mas os releases vinham pra gente. Mas não tinha essa mesma agilidade que tem hoje com a Déborah dentro da ASCOM. Era muito distante da gente. Eu não sabia como era o trabalho dela no dia a dia, a gente não tinha a mesma gerência que tem hoje. Mas eu sempre trabalhei com a Fernanda, adoro trabalhar com a Fernanda. Não tive nenhum problema nesse momento de transição. Então a melhor coisa que aconteceu foi a Fernanda tá ali. Porque quem tem o perfil que a presidente do Iphan quer é a Fernanda.

Eu não tenho a menor dúvida disso e na época até para garantir meu emprego eu sentei com a Fernanda e disse, “Pega a diretoria do DAF, você fica de diretora e eu fico de coordenação de ASCOM. E a gente monta uma equipe do jeito que a Katia quer”. E a Fernanda comprou, gostou da ideia. Ela chegou a sentar na sala do diretor, mesmo não tendo sido nomeada, ainda estava nesse processo todo de mudança de governo e tudo mais. E eu na época era diretora substituta. Então eu ainda assinava tudo pelo DAF. Aí a Kátia me chamou e decidiu que a Fernanda seria coordenadora de comunicação. A Carmem já estava com a gente nessa época. Aí quando a Katia me chamou ela falou para mim “Eu sei que você tem uma filha pra sustentar e você vai continuar trabalhando”. Daquele jeito Katia de ser. “Não se preocupe você vai continuar lá fazendo tudo. Só que a comunicação não vai ficar mais com você. Eu quero a Fernanda trabalhando comigo porque eu gosto do jeito da Fernanda”. Eu disse tudo bem. Eu só sei fazer comunicação, mas eu vou aprender fazer o resto. Eu falei com ela. “Estou contigo”.

Só que eu não me via fazendo outras coisas, porque na prática, quando eu estava coordenadora lá no DAF, eu cuidava mesmo das coisas de comunicação. Tanto os eventos, quanto as publicações, quanto mídia mesmo, portal e releases. A parte de educação patrimonial, de arquivo, que são as outras áreas em que a coordenação tem, tratavam direto com o Torelly, inclusive o Pronac. Então a gente fez uma divisão prática: no regimento era

tudo subordinado à coordenação, mas na hora de relatar era direto com a direção, entendeu? Foi a divisão que a gente fez. Então quando a Katia disse para mim você vai fazer tudo menos comunicação... Aí eu comecei a me movimentar para Fernanda me manter na equipe de comunicação, subordinada a ela, obviamente, com a graça de Deus de eu ter essa capacidade de não me afetar com cargos, com essa vaidade de hierarquia. Eu acho que a gente cada dia está num lugar e isso faz parte do jogo da vida. Já tinha sido chefiada pela Fernanda, passei a ser chefe dela e estava querendo voltar a ser chefiada por ela.

E aí eu falei Fernanda, é o seguinte, você tem que pensar o seguinte, o cargo que você vai assumir é de assessor, não é de gestão. E como assessora ela seria DAS 4. Eu sei que tem uma mudança no número, é esse número que diz se você é gestor ou assessor. Quando você é assessor você não pode assinar, você não tem a gestão. Então você vai precisar de gente de gestão. Você puxa dois DAS para sua assessoria, o meu e o da Lu, foi a minha proposta. Que aí eu subiria como DAS e a Luciana iria para lá como DAS 3, que é o dela. Luciana condenaria os eventos e eu condenaria a imprensa. Essa era a proposta. Aí a Fernanda gostou da ideia, montou um projeto e ofereceu para a Katia. Ela falou para Kátia “Eu assumo mas eu preciso dessa equipe, eu preciso desse grupo porque a gente tem gestão de portal, gestão de gráfica, gestão de evento e como assessora eu não posso gerir isso”.

Aí combinou se que a gestão de gráfica continuaria com o DECOF, porque queria ficar com as publicações e eventos subiria com a Fernanda. Então subiu DAS da Luciana. O Marcelo, que já estava como diretor, não quis abrir mão do DAS 4 porque ele iria fazer as duas condenações, a nacional e internacional e ele precisava de dois DAS 4 para poder montar a equipe dele. Foi aí que a Kátia me chamou de novo e me ofereceu o PRODOC para eu ficar com a Fernanda. O que eu aceitei de pronto porque para mim era muito negócio. Eu continuaria trabalhando na comunicação, eu tô dentro, topado. E aí estou nessa configuração até hoje, com a mesma proposta de eu fazer a coordenação de imprensa, a Luciana coordenação de eventos e a Fernanda coordenação geral da comunicação como um todo. E é o que você conhece.

Yara: O que você acha dessa estrutura que a gente tem hoje?

Adélia: Eu acho uma estrutura muito boa porque a gente tem uma equipe grande, assim, botando no papel. É uma equipe grande, bem definida e bem desenhada. Mas falta, ainda, estruturar melhor os processos, que é o que a gente tem batido muito atualmente. Quem faz o quê, para acabar essa bateção de cabeça que tem muito ainda. Como eu disse há pouco, a

Kátia quer “a galinha botou o ovo tem que carcarejar”. Quer dizer, fez, tem que divulgar. Então a gente virou uma agência de produção de notícia, de informação, isso é fato. Se isso é bom ou ruim não está no mérito. Isso é o que a presidente pediu que a gente tem dar.

A presidente anterior queria uma coisa mais intrínseca, mais para dentro, mais voltada para o pesquisador, mais focada para a gente de patrimônio, não para produção de notícia. A presidente atual quer produção de notícias, quer divulgar. Ótimo, vamos fazer o que ela tá querendo. Então não tem discussão está certo está errado isso. Para fazer isso ela precisa de uma equipe que ela tem. Só que essa equipe acostumou-se a trabalhar numa versão reduzida e não está conseguindo se entender na versão ampliada com os novos concursados. Ainda tem muita aresta para acertar, é a minha visão.

Que é onde tem coisas que a gente vê no nosso dia a dia. Que um está fazendo e o outro não está sabendo, o que está acontecendo é novidade, ou quem não tem nada a ver com isso se mexe naquela produção. Não se segue as linhas editoriais. Acabamos de ver lá que o site da exposição 7 Povos é completamente diferente de todos os outros sites, por quê? Porque a pessoa que criou está se lixando se existe ou se não existe uma linha editorial.

Os novatos chegaram querendo mudar toda a redação mas a redação exige um manual. Se você não gosta do manual, mude o manual. Então essa parte que as pessoas chamam de burocrática, que na verdade é a engrenagem que vai mover toda a equipe com harmonia, precisa ser resolvida. Eu acho.

Yara: Para além dessa questão dos processos, quais os desafios que a ASCOM, como um todo, tem?

Adélia: Eu acho que não é a ASCOM que tem hoje, o desafio é geral. Tá todo mundo perdido na situação atual de 2019, ninguém sabe pra que banda nós estamos indo. Isso é geral. Agora eu acho que o grande desafio da ASCOM é parte de engrenagem mesmo, dentro da própria ASCOM. Por exemplo, vou dar um exemplo besta mas que acontece no micro e acontece no macro. A gente recebe um e-mail de um cidadão querendo saber qual a história da casa da Rua X Y Z lá em Quixeramobim. Três pessoas respondem o cidadão. Cada uma fala o que quiser.

Yara: E isso esbarra também no problema de comunicação interna. Desde o começo, todas as pessoas que eu entrevistei, mencionam o problema da comunicação interna.

Adélia: Exatamente, não se fala para dentro, nos próprios departamentos. A gente não sabe o que acontece na COGEP, a COGEP não sabe o que acontece na outra coordenação lá, e ainda tem o que acontece lá no escritório técnico de Missões. Você não tem ideia do que está acontecendo. E agora com a chegada de uma nova equipe, que tem pessoas responsáveis e preparadas para trabalhar comunicação interna, tá gerando uma ciúmeira do cão. Quem fazia mal e porcamente está se sentindo esfaqueado pelas costas porque estão tirando deles um trabalho que eles faziam.

Quer dizer, então falta é aquilo que a gente tentou colocar lá, uma equipe de comunicação geral do Iphan, falta o que a gente chama de política de comunicação do Iphan interna e externa. Porque interna eu entendo que não é só passar um para outro. É ter fluxos comunicacionais que regra geral não existe. São coisas que afetam o nosso dia a dia. Eram coisas que na época que eu estava na coordenação eu às vezes deixava a desejar a parte de comunicação, porque eu estava focada nessa questão “engrenagens” entende? Porque essas engrenagens são importantes. Elas são necessárias. Não tem como não fazer. Tem que fazer, tem que existir, nós lidamos com processos, com pessoas, com informações e informações técnicas.

Hoje, por exemplo, com a chegada dos novatos o que é que tem sido muito meu discurso, cuidando para não ferir suscetibilidades: não somos agência de notícias. A gente não tem que dar furo, a gente não tem que soltar informação correndo. A gente tem que dar a informação precisa, não tem necessidade de dar 30 entrevistas por dia, sabe? Você manda uma nota técnica, você mandar uma nota curta às vezes é mais importante para o órgão, para a instituição do que é uma entrevista com um cara falando besteira. Por exemplo, o caso do Espírito Santo, achou uma área de objetos escondidos provavelmente na época da ditadura. Aquilo é o que? É um sítio arqueológico, um sítio histórico? Aí decidiu se que era sítio arqueológico, a imprensa estava em cima. A superintendente foi lá, alguns dias depois ligou por telefone para o CNA⁸⁵ e pelo relato que ela falou, o rapaz do CNA, um dos coordenadores, falou “Me parece ser um sítio arqueológico. Vamos fazer o procedimento para verificar”. Aí um jornalista novato que chegou já fez a manchete “Iphan encontra sítio arqueológico no Caparaó”. Já queria divulgar e já estava bravo porque eu brequei, porque não pode ser assim. E para eu convencer o infeliz de que aquilo não é uma notícia, que o Iphan não pode divulgar ainda, foi triste. Eu tive que usar todos os argumentos, inclusive na presença da própria coordenadora, Fernanda.

⁸⁵ Centro Nacional de Arqueologia, vinculado ao Departamento de Patrimônio Material do Iphan.

Aí eu vou botar essa essa superintendente no Jornal Nacional dizendo que aquilo é um sítio arqueológico. Eu vou ferrar com ela porque ela está com problema com ICMBio, porque está dentro de uma área de reserva intocável. As pessoas vão querer ir lá para ver, tem munição que pode matar um lá. Olha o tamanho do problema que eu vou gerar. Então se vai falar para imprensa, fala o seguinte: olha a superintendente foi lá, fez uma primeira vistoria e o relatório deve ficar pronto em 10 ou 15 dias, quando estiver pronto a gente te dá uma entrevista. Porque a partir do momento estiver protocolado, haverá um processo, tem transparência pública para garantir o acesso da população. Aí é uma informação generalizada. Antes disso eu não posso dizer nada. Porque eu não sei o que é.

Lembrei do caso de Brumadinho em que o CNA e o CNL disseram para a presidente Kátia com base nos arquivos da superintendência de Minas Gerais, de sítios arqueológicos em tais e tais e tais lugares. Só que ninguém tinha visto os relatórios dos arqueólogos e quando os relatórios chegaram não batiam com aquele mapa. E já falei isso pra imprensa. Como é que você desfala isso para imprensa? Então existe esse problema de fluxo comunicacional das áreas técnicas entre si e da própria ASCOM com a própria ASCOM.

Então eu acho que o grande desafio da ASCOM hoje não é competência, não é vender pauta, não é conhecer os assuntos, é conversar entre si. Eu acho que falta definir esses processos de como se trabalhar na ASCOM com a configuração que ela tem hoje e com a demanda que a presidente pede hoje.

Yara: E como você avalia isso dela estar centralizada em Brasília? Tem dois ou três estados que tem jornalistas nas superintendências...

Adélia: Com o perfil que a gente tem hoje, com os problemas que a gente vem trazendo hoje, eu acho que isso é bom. Porque exatamente falta procedimentos. A partir do momento que você conseguir desenvolver uma política de comunicação realmente eficiente dentro do Iphan, a capilaridade do jeito que ele é, aí vai ficar legal. Porque hoje tem superintendente que acha que o jornalista da ASCOM é assessor da superintendência e não é, você dá um suporte para ele de comunicação. Você é assessor da presidência do Iphan. E atende ao Tocantins, ao Goiás. Você não é assessor do Tocantins. Então se o cara que está lá na ponta não entende o que é uma política de comunicação e não sabe o que é a presidência, o que é que um assessor de comunicação faz...

A comunicação tem que estar vinculada à ideia da tal da identidade visual que própria ASCOM às vezes joga pro ralo. Então se isso acontece aqui dentro, como é que você vai

descentralizar? Nós vamos ter 57 Iphans pelo Brasil. Cada um fala o que quiser da maneira que bem entender.

Se houvesse a consolidação dessa política de comunicação e dos procedimentos de comunicação aí sim a gente conseguiria ter uma assessor em cada lugar. Porque você veja bem, hoje com Minas e Rio tendo assessoria, ainda tem gente que não fala a mesma linguagem. Ainda está disperso. Por mais que eles estejam envolvidos com a gente. A Dani e o André. Eles ainda têm dúvidas se eles vão fazer o que a Fernanda está falando ou o que os superintendens mandam. Porque não tem um alinhamento de direção. E você vê a última reunião do comitê gestor, a fala da Fernanda foi aceleradíssima, porque não é tão importante falar de comunicação. Ainda não existe essa aceitação generalizada no Ipham pela área de comunicação. Já melhorou muito. Já ouvi conversas de técnicos do tipo “Hoje eu entendo como eu fui mau com Adelia porque parecia que ela vinha encher o saco”. E aí convivendo com outras pessoas tipo Deborah, tipo você, fazendo as relações interpessoais, que melhoraram com o aumento da equipe.

Eu mesma tenho grande dificuldade em conversar com os caras pois sei que os caras querem me ver pelo toco, o que eu vou ficar fazendo lá na mesa dos caras? Teve uma reunião do Conselho, o Andrey já era o diretor do DEPAM, a Ana Finger era coordenadora geral e ela que teria que me passar as informações da imprensa. Algumas vezes eu dei chique com coisas do conselho, essa foi uma delas. E aí a gente vendeu a pauta, a imprensa comprou, a imprensa queria entrevista. E ela “Ah não quero dar entrevista”. Eu fui lá na sala do Andrey e falei, “Eu sentei aqui para você me demitir”. E ele, “Como assim? O que está acontecendo?” Vocês me dão um trabalho, eu faço o meu trabalho. A imprensa quer conversar com o Iphan e ninguém quer atender. Para que estou trabalhando? Aí ele começou a rir. Ai ele chamou os coordenadores e disse “Tem que atender”. Era nesse nível.

Outra vez eu não pedi para sair mas eu achei que ia, mas depois eu fiquei. Foi uma reunião do Conselho no Rio de Janeiro, no Capanema. E o Estadão queria conversar, não me lembro a pauta. Ai o Luiz Fernando já estava cansado, de saco cheio, querendo ir embora, a Fernanda já não era mais chefe de gabinete, depois que a Fernanda saiu ele ficou muito desgostoso. Era combinado que a reunião ninguém atrapalha. No final ele conversaria com a imprensa. E ele deu ataque e não quis conversar com a imprensa. “Não vou conversar com o Estadão. Eu não quero fazer, eu não quero ficar à mercê da imprensa”. Mas tem que ficar, a pauta positiva, deu um chique bem dado. Ai o Weber veio e disse calma Adélia, o que foi?

Ai Fernanda chegou lá naquela hora ficou vendo e rindo, ela não se meteu, ela não era mais Iphan, ela chegou lá para passear. Aí o Weber foi lá conversou e o Dalmo, que era o diretor, conversou com o cara do Estadão. Eu disse ó se você não queria dar entrevista, porque eu estou nessa sala? A minha mala tá aqui, eu já posso ir embora. Estava todo mundo relaxado. Eles estavam combinando de ir para Gamboa, depois da reunião. Eu que Gamboa que nada, dei um chilique, dei um ataque. Estou aqui trabalhando o dia toda, como uma louca e na hora de dar atenção pro Estadão, que vai fazer uma matéria positiva do trabalho do Iphan...

Ai o Dalmo atendeu o jornalista. Aí acabou, chegou fim de semana, cada um para seu canto. Quando eu cheguei na segunda-feira em Brasília eu fui lá no Weber e disse oh desculpa ai. Desculpe o mau jeito mas é muito chato e isso é muito enjoado, a gente faz um trabalho tão louco para poder trazer jornalista, o jornalista aceita, compra a matéria e na hora de conversar com presidente do Iphan ele diz que simplesmente não quer falar com jornalistas, não estou à disposição. Então, poxa, qual é?

Ele falou assim, não Adélia, te dou toda a razão e prefiro trabalhar com pessoas assim, que falam o que pensam na hora que pensam, tem gente que vem com falsidade pro meu lado, meu muito obrigado. Mas vou tentar ser mais sutil. Agora a gente fez muita, muita mágica nesse período todo. Me lembro de uma vez que chegou o DEPAM, assim como quem não quer nada, me mostrou um inventário do patrimônio cultural de toda extensão do Rio São Francisco. Coisa linda. Passando por todos os estados de Minas Gerais, Sergipe, Alagoas, Pernambuco. Aí sentei eu sozinha, nessa época tava só eu e a Mécia na ASCOM. Foi na época do Estevão diretor. Peguei fiz um release bonitinho, liguei para TV Globo Minas. Teve uma série no Jornal Nacional! Foram três reportagens mais uma ação global sobre isso. Foi logo que a Célia chegou como diretora do DPI. Por um lado foi nossa, que ótimo, por outro desestimulou o presidente, sabe, ah, não precisa de mais nada não, porque a Adélia sozinha vendeu....entendeu? Tinha essa história.

Mas foi no período que o Nando estava de saco cheio de trabalhar. Ele estava muito desestimulado com tudo. Tanto que quando ele foi embora, ele foi despedir da gente, ele me deu um abraço e me pediu desculpa por todas as confusões que a gente fez, porque eu peguei bem o lado do “tô de saco cheio” do Nando, e o Nando é uma pessoa maravilhosa. Hoje a gente se dá super bem, nenhum resquício de encheção de saco, mas ele já estava cansado. Ele já estava trabalhando desde o Monumenta, com o Gil.

Yara: Você acha que falta uma articulação maior da ASCOM com o ministério ou que é melhor uma certa independência?

Adélia: Independente da configuração política atual sempre faltou essa articulação. Nesses dez anos, foram poucas as vezes em que a gente conseguiu fazer algum trabalho articulado. Pouquíssimas. Quase zero. Essa de que eu te contei do PAC em São João del Rei foi surreal. Porque a gente pedia as coisa pro MinC daí a pouco o MinC me ligava pedindo as coisas para a gente pra mandar pra gente mesmo. Era muito doido, muito doido. E aí você vê isso ainda hoje. O próprio MinC - eu nem estou falando do ministério da cidadania, a gente conta esses casos que parecem lenda mas é real-, a Kátia foi para um evento em Portugal sobre o Centro de Memória, aí o MinC fez um card do Facebook com a Dory – do filme procurando Nemo - que tem perda memória recente.

Você não tem noção dessas coisas, é muito maluco, muito doido. Ai eu falei Rafael resolve isso aí, tira esse card do ar. Teve outro que a gente estava falando do COAF, com aquele negócio de lavagem de dinheiro. E daí era o CNART, o Iphan para impedir a saída ilegal de obras de arte. Eles fizeram um card com o quadro da Monalisa com a máscara de ladrão. Uma outra que a gente ficava falando era de arqueologia, era com as mesmas letras do Indiana Jones. Era desse nível. Era Juca Ferreira o ministro da Cultura.

E a gente tinha que dizer para eles quais eram os eventos que estavam acontecendo durante a semana para eles e eles faziam uns cards nada a ver. Juntava uma exposição de acrílico lá no Mato Grosso do Sul com a história da Guerra do Paraguai não sei da onde, sabe? Era muito louco, muito louco. Então essa articulação nunca houve. Teve um caso, lá em 2010, na época da reunião do Comitê de Patrimônio Mundial aqui, que nós elegemos a Praça de São Francisco lá de São Cristóvão, Sergipe, como patrimônio. Ai já época de rede social e tal, ninguém conversou entre si. O Iphan nessa época, como falei, era Márcia que estava focada lá com o subsite do Daniel e eu estava lá para fazer a apuração, para acompanhar a cobertura. E aí ganhou, saiu uma especulação pesadíssima que eles fizeram, politicamente e institucionalmente lá com outros países, para poder votar favoravelmente para o Brasil, ai votou.

Aí o Ministério da Cultura queria que ninguém divulgasse nada porque o Juca que daria uma entrevista coletiva no dia seguinte. Como, gente? Nós estamos em época de comunicação online, já está tudo na internet. As pessoas já sabem, como o Iphan não vai

divulgar nada? O ministério não vai divulgar nada, vocês estão doidos? Desse nível de articulação. Com o MinC, no governo Lula, quer dizer, não é de agora.

Agora a configuração atual é quase uma censura, que a gente tem que mandar, eles refazem e aí só depois disso é que a gente publica. Nunca vi assim. Havia casos da gente trabalhar conjuntamente. Isso é legal, mas essa é uma articulação esporádica, não era uma articulação comum. Seria interessante mas aí a gente volta da pergunta anterior, se nem dentro do próprio Iphan a gente consegue esse nível de articulação.

Tem alguns eventos do Ibram que ele pediu para a gente ajudar mas a gente não sabe bem como que a gente lidava. É muito ruim essa relação interinstitucional. Nunca teve. Teve uma época, na época da Marta Suplicy, era Monserrat a assessora direta dela, ela tentou fazer isso por meio do portal, eles estavam com um contrato grande, que era 12 milhões para fazer um grande portal do MinC, onde todas as vinculadas estariam inseridas. Mas não funcionou, morreu.

Sempre que chegava um novo coordenador eles vinham com esse discurso. Vamos trabalhar unidos. Na última gestão, ainda no governo Temer, na época do prêmio, as pessoas queriam que tudo fosse o foco do ministro. Então por exemplo, nós fomos lá no ministério para falar como é que seria nosso trabalho de divulgação do prêmio dos 80 anos, foi no Rio. Mas então durante a cerimônia o ministro poderia oferecer tal pauta. Mas aí se fura a gente mesmo. Não tem o foco do todo.

Yara: Nesse atual ministério é parecido né?

Adélia: É parecido, mas eles não pedem para mudar a pauta. Tipo assim, a pauta é do Iphan, mas quem vai aparecer é o ministro. Mas vai aparecer com a pauta Iphan, a entrega da obra tal. O ministro entregou a obra. A antiga assessoria era completamente visionária dela. Era tipo assim, a notícia era o Prêmio Rodrigo mas o ministro vai anunciar outra coisa. Você furava o próprio evento para poder ganhar um ponto lá adiante. Um ponto que para nós não tinha tanta importância. Então a gente batia de frente. Hoje eles se apropriam. Tipo, não é o Iphan que vai entregar a obra, quem vai entregar é o ministro, não é o ministério é o ministro. Então o foco é o ministro. Mas o objeto é o mesmo. Antes eles queriam mudar o objeto. Uma articulação eu nunca vi, em nenhuma das gestões.

Yara: E quais são as particularidades dessa ASCOM, que é do governo, que trabalha com esse tema tão específico que é esse da conservação do patrimônio cultural? O que caracteriza a ASCOM do Iphan como única?

Adélia: Eu não vejo grande diferença na questão operacional, digamos assim, que é a minha visão de jornalismo. É que o conhecedor de tudo é especialista de nada. Então no momento que eu estou trabalhando na editoria de saúde, eu sei tudo de saúde, no momento que eu estou trabalhando como jornalista na editoria de economia, eu vou ter que saber tudo de economia. Então não muda, o modo é mesmo. Eu trabalhei com assessoria em órgão privado e assessoria em órgão público. É o mesmo trabalho. O que muda é pouco. Talvez o *time* que é diferente. Você não tem que correr muito para se colocar porque já é um serviço que é público e que existe, ele está sendo feito independentemente de você fazer a divulgação. Por exemplo, trabalhei numa empresa de comunicação que prestava assessoria de comunicação para órgãos privados que trabalhavam com torrefação e na Unimed.

Aí a gente fazia mensuração de gráficos do que saiu, a gente mostrava para o cliente o quanto ele teria gastado se fosse feito publicidade em vez de matéria saindo via imprensa, nós botamos matéria sobre cafeicultor que era o que eu ajudava lá, saiu tal matéria na imprensa. E se você for medir o tamanho daquela metragem do jornal e o tempo do leitor você teria pago X e você não pagou nada. Você só pagou a empresa. Então tinha esse viés, mas o meu trabalho como profissional de comunicação é o mesmo, só que ao invés de vender cafeicultor ou Unimed eu estou vendendo o Iphan.

O cuidado que é um pouco diferente. Aqui a gente tem que falar com muita propriedade. Não dá para a gente escorregar. Você não pode chamar registro de tombamento. Você não pode vender um sítio arqueológico antes dele estar cadastrado. Você não pode chegar e falar eu vou ter uma grande novidade. Já foi feito isso na ASCOM e venderam até para o jornal Estadão coisa que ainda não existia e que até hoje não existe. E o jornal comprou. Mas então o trabalho é o mesmo, a responsabilidade, a ética que mudam um pouco porque você está lidando com uma instituição pública que tem um viés de formação de políticas públicas e então aí você tem que ter um compromisso maior com a legalidade e com a transparência. Então você não pode vender uma coisa que não vai acontecer embora já tenha sido feito.

A diferença é muito maior se você sair de uma redação do que de uma assessoria de uma empresa privada, porque você está numa redação de jornal você tem uma gana de soltar a informação em primeira mão. Você tem uma gana de ter uma informação exclusiva, você tem o tempo de fechamento do jornal, então o desespero por mandar uma informação para o ar é muito maior. Hoje eu acho que deve ser pior porque além de ser repórter, hoje o profissional tem que ser multimídia, tem que fazer tudo, incluindo rede social.

Agora de assessoria para assessoria eu vejo pouca diferença. Eu vejo uma diferença mais no sentido do produto que a gente tem que entregar. Porque o produto de uma iniciativa privada é aquele produto fechado. Só vou vender Coca-Cola é aquilo pronto e acabou. Eu não tenho preocupação se eu estou manipulando, se eu estou vendendo uma coisa irreal. Aqui não, eu tenho que vender uma política pública do governo federal independente de quem está no governo. Aquilo é uma política pública e aquilo é lei. O Iphan é referência em patrimônio cultural no Brasil, na América Latina, então eu não posso falar besteira.

Yara: Qual é papel da assessoria de comunicação do Iphan na preservação do patrimônio?

Adélia: Aí é grande. Risos. Aí a gente tem um desafio. Eu acho isso, pelo menos eu vejo assim, desde que eu entendi o que é o Iphan - e eu acho isso muito legal - você tem a responsabilidade de fazer o brasileiro entender como que aquele bem é importante. Como que é importante você se apropriar desse bem. Qual história desse bem, o que fez na nossa história, da nossa memória. Então é isso que eu imprimo desde que eu entendi o que eu estava fazendo ali.

Porque quando eu fiz o concurso eu não sabia nem o que era Iphan. Falei isso outro dia inclusive. Quando eu fiz o concurso para mim o Iphan era anjinho barroco de Ouro Preto. Que era só o que eu via como Iphan. Porque o Iphan não se conversa, não se divulga. Então eu acho que a nossa responsabilidade é exatamente essa, é mostrar que o Iphan é muito mais que anjinho barroco de Ouro Preto. Sem desmerecer. Mas o Iphan tem a ver com tudo isso, com toda essa tradição, mais ou menos que eu coloquei na carta de despedida do Andrey, de você fazer o quanto a gente é resistência, como a gente é importante, o quanto que esses mestres e mestras que passaram nesses 80 anos de patrimônio material, nesses 20 de patrimônio imaterial, como que eles fizeram isso tudo permanecer vivo na nossa frente. A gente tem esse desafio de mostrar ao povo brasileiro que é muito mais do que anjinho barroco de Ouro Preto.

Sabe aquele Fandango que está batendo aquele tamanco, aquilo é muito valioso pra gente. Acho que é nosso desafio maior enquanto ASCOM, a importância na preservação é mais na valorização, na garantia de que aquilo vai continuar existindo para quem por aqui passar. Brasileiro ou estrangeiro. Eles vão ver aquilo com aquela importância que aquela coisa tem.

Yara: Pra finalizar, de 2009 pra cá, você acha que a imagem do Iphan mudou nesses últimos dez anos que você esteve na instituição?

Adélia: Olha, eu acho que mais do que a imagem do Iphan mudou, o que mudou foi a minha imagem do Iphan, como eu vejo isso. O que eu acho que mudou sim e até fazendo uma mensuração muito superficial, foi o clipping. Porque a quantidade de notícias captadas tem aumentado. Mas as notícias ainda são meramente citativas. Ou seja, elas simplesmente falam “Tá em volta do Farol da Barra, bem tombado pelo Iphan”. Elas não são notícias sobre o Iphan. Elas são uma notícia de um bem que é tombado pelo Iphan e muitas vezes a notícia nem diz que é bem tombado pelo Iphan, diz que o bem é tombado.

O que a Jurema chamava de geração espontânea, as coisas acontece sem a existência do Iphan, quando a gente sabe que tudo tem a ver com a existência do Iphan. Então desse período alguns casos desse clipping que eu faço, nesse tempo todo a gente vê que já existem mais matérias falando sobre a ação do Iphan em relação aos tombamentos e registros e tudo mais do que existia há dez anos. Mas eu ainda não consigo imaginar que exista grandiosamente esse reconhecimento do Iphan.

Yara: Mas você acha que o interesse por pautas pelo patrimônio tem aumentado?

Adélia: Sim, tem aumentado e isso é uma proposta que a Fernanda tinha há 10 anos e que até hoje a gente nunca conseguiu colocar. E acho que cada vez está mais difícil captar jornalistas para o tema Patrimônio Cultural. De convidar pessoas das redações, dos grandes veículos, grandes repórteres, tipo Gustavo Weneck, sabe, JB Medeiros, que a gente conhece, Marcelo Bortoloti, que há muitos anos trabalha com a temática do patrimônio, para estar mais próximo, mais conhecedor dos termos técnicos, de toda ação, mas nunca conseguiu sair da ideia. Não conseguiu ser feito e acho que agora, do jeito que vão as redações, está cada vez pior.

Mas assim, tinha muita notícia Iphan vilão, carrasco, não me deixa fazer nada. Nos últimos meses essas notícias estão voltando. Porque o interesse da especulação imobiliária, então os grandes empresários têm colocado o Iphan como aquela pedra no sapato, que não deixa ninguém fazer nada. E com a questão do licenciamento ambiental também caiu um pouco para esse lado, tipo, são os vilões, são contra o progresso. Mas também não é uma coisa muito grandiosa. E a gente vê bem isso na hora que acontece um fato inusitado, seja ele político, social ou catastrófico. As pautas do Iphan caem tudo.

Porque o que interessa hoje para mídia é suspense e desespero. Mas assim, a quantidade de notícia captada aumentou bastante. Às vezes dos mesmos veículos que antes tinha muita notícias assim, pontuais. Do clipping o que eu vejo muito dos veículos de

abrangência nacional é que tem aumentado mas não é a grande maioria da veiculação das notícias sobre o Iphan. A grande maioria é nos pequenos veículos, blogs, nas comunidades mais do interior. Tipo Penedo, Marechal Deodoro, em Alagoas e Sobral, no Ceará, que são cidades onde a pessoa está mais apropriada, mais vinculada pelo afeto, pela cidade, pelo patrimônio. Então elas reconhecem mais, elas buscam mais. O Iphan enquanto notícia no geral, no grandão, não tem muito isso. Tem momentos de crise, como a gente viveu alguns. Atores que se mobilizam, o tipo IAB, o próprio Conselho Consultivo, aí consegue gerar alguma coisa.

Mas grandiosamente eu não vejo ainda, assim, um alcance muito grande. Mas aumentou, está diferente. Não é a mesma coisa. Mas também tem a ver com todo esse processo do próprio Iphan de crescer, nesse sentido. Estão envolvendo mais os estados, divulgando de uma outra forma. Assim, é bem nítido a quantidade de notícias naquela minha planilhazinha com quantidade de notícias. Tinha mês que ficava entre 300, 400, tá 600, 700. Então você vê que cresceu. Mais não é ainda, não é assim, uma coisa que se possa olhar para o Iphan e achar que é tipo um SUS, que você sabe que ele existe. Iphan? Que Iphan? Ivan? É diferente, mas até pela capacidade, pela capilaridade do Iphan, faz diferença. Tanto que tem muita gente acha que falar de museu é Iphan, mas não é o Iphan é o Ibram. Era o Iphan, não é mais. Mas aí olhando a minha trajetória enquanto profissional de imprensa eu fui saber o que era Iphan depois que eu entrei dentro do Iphan. Que até então eu não tinha a menor ideia do que era o Iphan.

APÊNDICE F – PRESIDENTES E DIRIGENTES DO IPHAN

Presidentes e Dirigentes do Iphan	Período
Rodrigo Melo Franco de Andrade	1937-1967
Renato Soeiro	1967-1979
Aloísio Magalhães	1979-1981
Irapoan Cavalcanti de Lyra	1981-1984
Ângelo Oswaldo	1985-1987
Oswaldo José Campos de Melo	1987-1988
Augusto Carlos da Silva Telles	1988-1989
Ítalo Campofiorito	1989-1990
Lélia Gontijo Soares	1990
Jayme Zettel	1991-1993
Francisco Manuel de Mello	1993-1994
Glauco Campello	1994-1999
Carlos Henrique Heck	1999-2002
Maria Elisa Guimarães Costa	2003-2004
Antônio Arantes	2004-2005
Luiz Fernando de Almeida	2006-2012
Jurema Machado	2012-2016
Kátia Bogéa	2016 – atual

Fontes:

MOTTA, Lia (Org.); THOMPSON, Analucia (Texto). **Um Panorama do Campo da Preservação do Patrimônio Cultural no Brasil**. Rio de Janeiro, Iphan/DAF/Copedoc, 2015. p. 61.

BRASIL. **Linha do Tempo Iphan 80 anos**. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/1211>. Acesso em 01 jun. 2018.

BRASIL. **Galeria de Presidentes do Iphan**. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/80anos/galeria/detalhes/172/>. Acesso em 01 jun. 2018.

ANEXO A - DESIGNAÇÕES DO ÓRGÃO FEDERAL DE PROTEÇÃO AO PATRIMÔNIO CULTURAL BRASILEIRO

QUADRO 1: Designações do órgão federal de proteção ao patrimônio cultural brasileiro

NOME		SIGLA	PERÍODO
Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional		SPHAN	1937-1946
Diretoria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional		DPHAN	1946-1970
Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional		IPHAN	1970-1979
Secretaria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional	Fundação Nacional Pró-Memória	SPHAN	1979-1981
Subsecretaria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional		SPHAN	1981-1985
Secretaria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional		SPHAN	1985-1990
Instituto Brasileiro do Patrimônio Cultural		IBPC	1990-1994
Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional		IPHAN	1994-

Fonte: Elaborado pela autora a partir de informações do ISAAR (2004).

Referência:

MOTTA, Lia (org.); THOMPSON, Analucia (Texto). **Um Panorama do Campo da Preservação do Patrimônio Cultural no Brasil**. Rio de Janeiro: Iphan/DAF/Copedoc, 2015. p. 11.

ANEXO B - COORDENAÇÃO DAS ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO E SUAS ATRIBUIÇÕES

ABICAS

74 Formulário 1

1 - Folha 1/1

2 - Código 00

5 - Prioridade 002

ADMINISTRAÇÃO CENTRAL

COORDENAÇÃO DAS ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO

7 - Responsável pela Ação

Maria de Lourdes C. Oliveira Moreira

Projeto

Atividade

CAOSINTÉTICA

(A - Objetivos, B - Justificativas, C - Forma de Execução, D - Dificuldades e Riscos)

planejar, apoiar e/ou executar e coordenar as atividades de comunicação necessárias ao desenvolvimento de projetos sob responsabilidade dos vários segmentos da instituição.

Necessidade de haver uma coordenação dos trabalhos que envolvem técnicas e métodos de comunicação/extensão, visando integrar os vários segmentos da instituição, a própria instituição com as comunidades onde atua e os eventos gerados por seus projetos com o público-alvo.

A ação é executada de maneira direta, com pessoal próprio, que realiza não apenas as tarefas necessárias ao andamento da própria área - arquivo fotográfico, criação e produção de peças gráficas, cadernos, exposições, preparação de originais diversos, etc, como também e principalmente executa as tarefas demandadas pelos projetos da FNPM, das instituições incorporadas e das RRs.

D) O problema maior tem sido a dificuldade de interação de alguns projetos específicos com a área de comunicação, o que aliás, não é privilégio nosso.

Acreditamos que a sistemática de aprovação de ações, bem como a de execução orçamentária facilita, até o momento, este comportamento.

A inexistência de um fluxo formal e institucional de informação entre RRs, sede/Rio, sede/Brasília e, agora, os órgãos incorporados, também tem dificultado, em muito, nosso trabalho.

Outra dificuldade que coloca, sistematicamente, em risco a pontualidade de nosso trabalho é a prestação dos serviços de xerox, transporte, datalografia e telefone. É absolutamente inaceitável que a comunicação, hoje, não tenha linha direta de telefone.

A falta de um almoxarifado adequado à guarda de nossas produções - fita rolo e K-7, boletim, cartazes, convites, catálogos, folhetos, etc - coloca em risco total a guarda de nossa memória e mesmo dos produtos que não são de distribuição imediata.

ANEXO C - DIFICULDADES NAS ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO

ÁSICAS

74 Formulário 1

1 - Folha 1/1

ADMINISTRAÇÃO CENTRAL

COORDENAÇÃO DAS ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO

3 - Código 00

5 - Prioridade 002

7 - Responsável pela Ação Maria de Lourdes C. Oliveira Moreira

6 - Projeto ☐ Atividade ☒

CLASSIFICAÇÃO

(A - Objetivos, B - Justificativas, C - Forma de Execução, D - Dificuldades e Riscos)

planejar, apoiar e/ou executar e coordenar as atividades de comunicação necessárias ao desenvolvimento de projetos sob responsabilidade dos vários segmentos da instituição.

Necessidade de haver uma coordenação dos trabalhos que envolvem técnicas e métodos de comunicação/extensão, visando integrar os vários segmentos da instituição, a própria instituição com as comunidades onde atua e os eventos gerados por seus projetos com o público-alvo.

A ação é executada de maneira direta, com pessoal próprio, que realiza não apenas as tarefas necessárias ao andamento da própria área - arquivo fotográfico, criação e produção de peças gráficas, cadernos, exposições, preparação de originais diversos, etc, como também e principalmente executa as tarefas demandadas pelos projetos da FNPM, das instituições incorporadas e das RRs.

n) O problema maior tem sido a dificuldade de interação de alguns projetos específicos com a área de comunicação, o que aliás, não é privilégio nosso.

Acreditamos que a sistemática de aprovação de ações, bem como a de execução orçamentária facilita, até o momento, este comportamento.

A inexistência de um fluxo formal e institucional de informação entre RRs, sede/Rio, sede/Brasília e, agora, os órgãos incorporados, também tem dificultado, em muito, nosso trabalho.

Outra dificuldade que coloca, sistematicamente, em risco a pontualidade de nosso trabalho é a prestação dos serviços de xerox, transporte, datilografia e telefone. É absolutamente inaceitável que a comunicação, hoje, não tenha linha direta de telefone.

A falta de um almoxarifado adequado à guarda de nossas produções - fita rolo e K-7, boletim, cartazes, convites, catálogos, folhetos, etc - coloca em risco total a guarda de nossa memória e mesmo dos produtos que não são de distribuição imediata.