



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CAMPUS DO PANTANAL
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**



BRUNO RUIZ DE BARROS

**GESTÃO CULTURAL EM CORUMBÁ-MS DURANTE A PANDEMIA DE COVID-
19: DESAFIOS PARA A FORMAÇÃO DE UM TERRITÓRIO DIGITAL**

**CORUMBÁ-MS
2022**

BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**BRUNO RUIZ DE BARROS****GESTÃO CULTURAL EM CORUMBÁ-MS DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19: DESAFIOS PARA A FORMAÇÃO DE UM TERRITÓRIO DIGITAL**

Projeto Acadêmico - Monografia apresentada como Trabalho de Conclusão de Curso de graduação, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campus do Pantanal, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Administração.

Orientador(a): Adm^a. Prof^a. Dr^a. Roosiley dos Santos Souza

**CORUMBÁ-MS
2022**

BRUNO RUIZ DE BARROS

GESTÃO CULTURAL EM CORUMBÁ-MS DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19: DESAFIOS PARA A FORMAÇÃO DE UM TERRITÓRIO DIGITAL

Projeto Acadêmico - Monografia apresentada como Trabalho de Conclusão de Curso de graduação, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campus do Pantanal, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Administração.

BANCA EXAMINADORA

Orientador(a)

Professora Dr^a. Roosiley dos Santos Souza

Membros

Professora Dra. Dirce Sizuko Soken

Professor Dr. Anderson Luis do Espírito Santo

Corumbá, 16 de novembro de 2022

*A minha família pelo apoio, aos meus amigos,
professores, colegas da FCPHC e todos que possam
ter interesse neste breve estudo.*

.

AGRADECIMENTOS

Corumbá (MS), 2019 a 2022 estudando uns momentos mais que outros, tentando viver, sobreviver às condições que o mundo enfrentou e passa para adaptar-se ao novo normal, ou melhor, ao velho renovado.

A Universidade e o curso de Administração foram bons, foram ruins, bons, ruins, ruins... Às vezes me perguntava o que eu faço aqui? Resposta essa dada pela minha orientadora a professora Roosiley: “Ressignificar”. Obrigado professora, por ampliar meus horizontes, às vezes ignorados por mim mesmo, “a minha mestra com carinho!”.

Esses anos passaram rapidamente, o aprendizado contínuo na Universidade de Administração, as discussões aproveitadas ao máximo dentro e no ambiente virtual de sala de aula. E, que turma boa pude fazer parte, alunos incríveis, embora de atitudes questionáveis, agradeço a cada olhar.

Ao meu “parceiraço” de farras, questões filosóficas, psicológicas, emocionais e claro, muito estudo, Nathan, meu grande colega ao qual pude recorrer nos momentos mais difíceis do curso, amigo presente, afinal, parafraseando Vinícius de Moraes: “Um amigo a gente não faz, o reconhece.”

O ano de 2020 reservaram-me algumas surpresas: o trabalho na Conecta Jr, contato íntimo com o curso e o dia a dia da Universidade, alunos de outros cursos e outras EJs.

Agradeço a todos os professores que de alguma forma contribuíram para a minha formação e direta e indiretamente ao meu trabalho. A todos que dedicaram tempo e me sanar dúvidas e questionamentos, em especial a professora Dirce pelas reuniões animadas e de muito trabalho na EJ.

Agradeço aos colegas de trabalho na Fundação da Cultura e do Patrimônio Histórico de Corumbá (FCPHC) pelo apoio e pelas informações, em especial a Gerência Administrativa Financeira (GAF) e ao jurídico.

Agradeço aos meus pais a oportunidade de estudo, visão de mundo e valores. Aos meus irmãos a capacidade de refletir a vivência do outro.

Agradeço a Deus pelo presente que é fazer parte de tudo isso.

Palavras-chave: Deus, Administração, laços, lições.

RESUMO

Este trabalho trata das Políticas Públicas voltadas a Cultura no Município de Corumbá-MS e todas as ações em decorrência da crise sanitária 2020/2021, qual o papel de cada um o processo de digitalização das etapas, verificando e descrevendo como a gestão da cultura local atuou neste período. O método abordado baseou na análise qualitativa e descritiva do discurso por fontes: documental, reportagens, vídeos e entrevistas. O discurso do poder público agrega valor político a Cultura, enquanto para os selecionados e cadastrados pela mesma, é uma fonte de renda, mas ambos descrevem a digitalização como eficiente, ao mesmo tempo que essas e as demais ações necessitam ser reavaliadas. O presente trabalho reflete a tendência do uso da tecnologia nas ações de políticas voltadas a cultura, mas que podem ser utilizadas em outros espaços da esfera pública.

Palavras-chave: Políticas Públicas, Território Digital, Influenciadores, Cultura.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Localização da sede atual da FCPHC – 2022.....	17
Figura 2: Organograma – FCPHC.....	18
Figura 3: Carnaval cultural e banho de São João 2022.....	18
Figura 4: Página do Facebook da FCPHC.....	19
Figura 5: Instagram FCPHC, 2022.....	19
Figura 6: Calendário de eventos da Fundação de Cultura e o Patrimônio Histórico de Corumbá.....	20
Figura 7: O novo normal.....	21
Figura 8: Lei Aldir Blanc de emergência a cultura – 2021.....	23
Figura 9: As séries mais vistas do <i>streaming</i> na pandemia.....	26
Figura 10: O sucesso das <i>lives</i> brasileiras no YouTube.....	27
Figura 11: Circuito musical de <i>lives</i> juninas – 2021.....	28

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	2
1.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	3
2 REFERENCIAL TEÓRICO	1
2.1 POLÍTICAS PÚBLICAS	1
2.2 POLÍTICA PÚBLICA PARA A CULTURA	2
2.3 ESPAÇO E TERRITÓRIO DIGITAL	3
2.4 O <i>DIGITAL INFLUENCER</i> E SUAS FERRAMENTAS.....	5
3. FUNDAÇÃO DA CULTURA E DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO DE CORUMBÁ (FCPHC)	7
4 A GESTÃO PÚBLICA DE EVENTOS DA FUNDAÇÃO DA CULTURA E DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO	10
4.1 ADAPTAÇÃO AO NOVO NORMAL.....	11
4.2. POLÍTICAS PÚBLICAS - BASE LEGAL UTILIZADA NA GESTÃO DA CULTURA	
12	
4.3 DIGITALIZAÇÃO DAS ETAPAS E DOS PROCESSOS DE SELEÇÃO E CADASTRO DE AGENTES CULTURAIS	15
4.4 A CULTURA NO MEIO DIGITAL – CIRCUITO DE LIVES STREAMS	16
4.5 ANÁLISE DOS DISCURSOS	19
4.5.2 Discurso dos selecionados e cadastros pelos Editais 2021 e 2022-FCPHC.....	20
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	23
6 REFERÊNCIAS	25

1 INTRODUÇÃO

Durante esses últimos dois anos de isolamento social decorrente da pandemia do covid-19, o que culminou com a crescente perda de postos de trabalho e de investimentos em serviços como shows, cinemas, bares, restaurantes e turismo. O setor cultural foi um dos mais atingidos com cerca de - 11,2 % segundo o IBGE (2020) de pessoas perdendo sua ocupação, rompendo um ciclo de crescimento que durava desde 2016, e 85% desses são produtores de eventos e estimasse que a perda no setor atinja por volta de 5 bilhões de reais por ano. Desde então, o mundo se pergunta: quais caminhos deveriam ser percorridos e quais ferramentas deveriam ser usadas?

Diante deste cenário de incertezas, aliada as redes de solidariedades globais responderam com a abstração de inúmeras atividades do nosso cotidiano, como estudo em EAD e trabalho em *home-office*. Essas serviram como fonte de conhecimento, recursos e novos postos de trabalho que minimizaram o colapso produtivo de despesas e gastos em benefício da receita.

Este território abstrato denota de novas relações de poder, tendo como um de seus atores os chamados *influencers* digitais. Logo, como ficam os novos serviços e principalmente a cultura frente a essa relação digitalizada e *online* que verificou se uma tentativa de ser inclusiva e democrática ao mesmo tempo em que distante disto, em saber que o país não é auto suficiente em relação ao acesso da internet, justificando a problemática deste trabalho.

Assim o objetivo principal deste trabalho consiste em explicar a reestruturação do Território Cultural durante a crise sanitária (pandemia) e a retomada deste setor no Ambiente Digital.

Objetivos específicos:

- Identificar quais políticas públicas e em quais eventos foram desenvolvidas em função do distanciamento social para as atividades culturais em esfera federal e municipal;
- Apresentar as características do território digital para as novas relações de trabalho no terceiro setor no calendário de eventos da FCPHC;
- Analisar o discurso dos atores envolvidos em função do processo digital e da aplicação da Lei Aldir Blanc.

1.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para tornar possível esse trabalho o método emprega o propósito exploratório por meio de pesquisas bibliográficas, fontes secundárias e entrevistas sendo descritiva para classificar os possíveis resultados, explicativa por meio da análise do discurso. (LAKATOS, MARCONI, 2006)

Segundo Acevedo e Nohara (2007), a abordagem é qualitativa, pois busca apresentar características subjetivas e objetivas de modo substancial, descrevendo características do como os fenômenos ocorrem, se utilizando de contextos e cenários para facilitar a compreensão.

Para compreensão do como, quando, onde e por que (LAKATOS, MARCONI, 2006), o objeto da pesquisa é explicado por meio da ferramenta de questionário semiestruturado para coletar dados e informações e analisado a partir do discurso dos atores envolvidos. As hipóteses são colocadas a priori do olhar da gestão e transparências.

O autor busca explicar a administração, a tecnologia da informação, espaço e território digital e políticas públicas. Os editais serão as fontes secundárias para descrever como ocorrem as transformações e as entrevistas o discurso analisando suas percepções.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para compreender e alinhar o pensamento se faz necessário a construção de uma discussão teórica sobre o tema, os métodos e ideias abordadas com intuito de desenvolver de forma coesa os objetivos, utilizando-se de autores que investigaram literariamente: políticas públicas para a cultura, espaço e território digitais, tecnologia da informação a administração e suas aplicações.

2.1 POLÍTICAS PÚBLICAS

O Brasil possui desde 1989 um documento denominado de Constituição Federal, que abrange, por exemplo, os direitos e deveres do cidadão e, que também normativa uma política nacional. Logo, em muito não alcança aspectos de uma sociedade complexa, sendo periodicamente reformulada de forma prevista em sua legislação por meio de políticas públicas (WOLKMER & VIEIRA, 2008).

Política Pública, então, deve ser entendida como o conjunto de iniciativas e medidas de apoio institucional desenvolvida pela administração pública ou instituições civis, empresas ou grupos comunitários na perspectiva de orientar o reconhecimento, a proteção, o estímulo de determinados aspectos sociais que conferem identidade, ou seja, obedecendo ao clamor social com objetivo de incluir novas pautas.

Para Custódio (2008, p. 24) o “papel do Estado estava alinhado perspectiva de um modelo autoritário que supostamente o sustentava, onde a atuação estava direcionada para a contenção pela via da violação e restrição dos direitos humanos.”

Tais políticas corroboram para melhorar a condição de vida das pessoas como a inclusão social e investimentos por parte do estado sendo em qualquer aspecto: social, cultural, ecológico, econômico e principalmente político.

Atualmente, as políticas públicas tratam de fatores como o desenvolvimento econômico no pós pandemia como a valorização e retomada da cultura e a comunicação em rede por meio da tecnologia da informação.

2.2 POLÍTICA PÚBLICA PARA A CULTURA¹

O objetivo principal das políticas culturais é a democratização do acesso e fruição da oferta de bens e serviços culturais. A cultura pode ser entendida como uma construção social que descreve o presente em relação ao passado e sua continuidade futura. Logo, “as políticas públicas tendem a enfatizar aspectos genuínos de uma identidade cultural, que identifica um povo, um território e suas peculiaridades”. (BRASIL, 2016, p 57). Sendo esta, um bem de valor imensurável que deve ser mantido para as novas gerações.

Um exemplo para isto pode ser evocado num projeto educacional que visa dar aos alunos das redes municipais e estaduais de ensino acesso a instrumentos musicais, a aulas gratuitas ou a preço acessível; isto por vezes exige parceria entre o público e o privado para financiar os custos que o processo terá (BRASIL, 2016).

O Estado ao longo das últimas décadas no campo da cultura mudou, dando maior relevância às ações de fomento: são políticas culturais baseadas na autonomia de ação de atores sociopolíticos, quer no eixo do mercado e da indústria cultural, quer no eixo da sociedade civil. Porém é incomum que ações mais relevantes ocorram à revelia de políticas públicas de incentivos fiscais.

Nos anos 1990, exemplifica-se a cultura como Política Pública, sendo objeto basicamente desse tipo de mecanismo: a Lei Rouanet e a Lei do Audiovisual, além de iniciativas correlatas similares de outros entes subnacionais. Mas a sistemática de acesso a esses recursos é complexa, o que por si já limita o público beneficiário.

Mais recentemente, três foram as inovações normativas que elevaram as políticas culturais à condição de políticas de Estado, reordenando sua conformação institucional:

As Emendas Constitucionais n. 48, de 2005, que estabeleceu o PNC (Plano Nacional de Cultura), e n. 71, de 2012, que instituiu o SNC (Sistema Nacional de Cultura), e a lei n. 13.018, de 2014, que criou a Política Nacional de Cultura Viva, articulada com o PNC e inserida no SNC. São medidas que deram organicidade às políticas culturais, reforçaram o enraizamento federativo e a vocação participativa, e facilitaram o fomento da cultura popular. (BRASIL, 2016)

¹Cultura: aspectos aprendidos pelo homem por meio do contato social que incluem modo de vida, linguagem em comum, tangíveis e intangíveis, valores e normas de modo desejável ou não, transmitida de geração pra geração (Ralph Linton, 1945)

Como exemplo de Política Pública local para a Cultura, na cidade de Santa Luzia- MG, temos a Lei nº 3978 de 08 de outubro de 2018, que institui:

(...) a Política Municipal do Patrimônio Cultural, e associada a ela estão à criação do Conselho Municipal do Patrimônio Cultural, através da Lei nº 3471, de 17 de fevereiro de 2014. O Conselho tem por objetivo zelar pela proteção, preservação e promoção do patrimônio Cultural do município, em especial, dos bens tombados. Na mesma Lei nº 3978/18 também é designado o Conselho Municipal de Políticas Culturais com competência máxima para deliberar sobre políticas Culturais. (Prefeitura de Santa Luzia, 2018)

Em Corumbá-MS a Fundação da Cultura e do Patrimônio Histórico, constituída como pessoa jurídica de direito público, vinculada à Secretaria Municipal de Governo, é a quem compete a formulação, a promoção e o desenvolvimento das políticas públicas para as atividades culturais e artísticas e a identificação, a captação, a seleção e a divulgação das oportunidades de investimentos culturais no Município.

2.3 ESPAÇO E TERRITÓRIO DIGITAL

“O ciberespaço é a trama informacional construída pelo entrelaçamento de meios de telecomunicação e informática.” (MEDEIROS, 2014) O ciberespaço vem se mostrando campo de atuação de forças locais que, após a consolidação informacional no território digital, dinamizam transformações culturais no território geopolítico.

O ciberespaço é formado por uma estrutura de meios de comunicação e de fluxos de informações, mas ele potencializa a constituição de ciberlugares, que têm como uma de suas características principais a independência de posições geográficas. Que formam comunidades virtuais baseadas na afinidade e assuntos comuns por meio de algoritmos que os conectam e geram grupos de discussão,

Contudo, se o território é uma porção do espaço onde ocorrem relações de poder (SANTOS, 1996), os ciberlugares correspondem aos territórios digitais, mas esse lugar comum, não corresponde a proximidade física, mas sim ao alinhamento de discurso, as ferramentas e o ambiente virtualizado que esses se utilizam.

No entanto, encontramos comumente na Literatura que o termo ciberespaço foi cunhado por Gibson em sua obra *Neuromancer* publicada no ano de 1984. No prefácio à edição brasileira

(2003), afirmando assim que: o conceito criado por Gibson neste livro, o cyberspaço, é uma representação física e multidimensional do universo abstrato da informação. Visto como: “Um lugar pra onde se vai com a mente, catapultada pela tecnologia, enquanto o corpo fica pra trás.” (Gibson, 2003, p.5-6). O que Gibson (2003) continua como:

(...) na mesma obra, o ciberespaço é: uma alucinação consensual vivida diariamente por bilhões de operadores autorizados, em todas as nações, por crianças aprendendo altos conceitos matemáticos... Uma representação gráfica de dados abstraídos dos bancos de dados de todos os computadores do sistema humano. Uma complexidade impensável. Linhas de luz abrangendo o não-espaço da mente; nebulosas e constelações infindáveis de dados. Como marés de luzes da cidade. (2003, p. 67).

O ciberespaço, na definição de Rabaça e Barbosa (2001) é um espaço cibernético, um universo virtual formado pelas informações que circulam e/ou estão armazenadas em todos os computadores ligados em rede, especialmente a Internet; uma dimensão virtual da realidade, onde os indivíduos interagem através de computadores interligados.

Ao falarmos em ciberespaço é comum pensar em algo que não é palpável, algo imaterializado, um lugar distante de nossa realidade, onde relações sociais, culturais, econômicas ao se estabelecerem se fazem no imaginário, um ambiente futurístico. Na concepção de Santos e Ribeiro (2003), o ciberespaço é um conjunto de computadores e serviços que constituem a Internet. Gennari (1999) define o termo ciberespaço como sinônimo de espaço cibernético, ocorrendo uma similaridade no pensamento destes autores.

Com essas definições dos autores citados, pode-se entender que o ciberespaço existe como um universo virtual proporcionado pelas redes de telecomunicações, na Internet. O ciberespaço pode ser concebido, também, como um novo mundo, um novo espaço de significações, um novo meio de interação, comunicação e de vida em sociedade. Esse universo não é irreal ou imaginário, existe de fato, e o faz em um plano essencialmente diferente dos espaços conhecidos.

Para entender o território digital tem que compreender como ocorrem os grupos de influenciadores, como forma de entender: Os computadores e Internet criaram uma nova forma de grupo, baseada em comunidades virtuais em vez de geográficas. As comunidades de Internet são estabelecidas como “conjuntos de relações sociais entre as pessoas”, em vez de relacionamento “frente a frente” (ENGEL, 2009, p.416)

Porque na internet circulam informações de todo tipo e sem muita curadoria como se entendendo que: “As páginas da web existiam para serem visitadas somente, mas depois, passaram a servir como plataformas de interação e relacionamento, onde cada pessoa pode se comunicar com outras ao redor do mundo” (HOFFMANN, 2010, p.30). Assim como descreviam antigamente em que: seu meio de convívio é de extrema importância para avaliação de suas decisões como consumidor. Amigos e família, por exemplo, contribuíam, muitas vezes, de forma decisiva no processo de compra/escolha. Entendiam que o fator bastante influente no processo de compra eram os grupos ao qual o indivíduo pertencia.

2.4 O *DIGITAL INFLUENCER* E SUAS FERRAMENTAS

Para Karsaklian (2004) os grupos têm basicamente duas funções: a de identificação e a normativa. Com relação à função de identificação. O que Dubois (1994) descreveu como “o ser humano afirmar sua identidade por meio de sua filiação social. Os diferentes grupos aos quais pertencemos que nos deixam saber quem somos e o que aspiramos”. O autor afirma que produtos de primeira necessidade não sofrem influência direta dos grupos de referência, pois não estariam ligados a fatores de trocas sociais. Já os produtos considerados “de fora”, como cigarros, automóveis, clubes, corresponderiam a uma área discricionária e sofreriam a influência dos grupos de convívio.

Primeiramente se entende o homem como um ser sociável para entendê-lo como um ser vulnerável a influência de um grupo e conseqüentemente de seu porta-voz. Esse porta-voz pode ser compreendido como um influenciador, ou no ciberespaço de *digital influencer*. Segundo Kotler e Keller (2006) dentro dos grupos de referência existem os grupos de afinidade e são esses que exercem influência direta no comportamento de um indivíduo, ou vice e versa.

Os computadores e Internet criaram uma nova forma de grupo, baseada em comunidades virtuais em vez de geográficas. As comunidades de Internet são estabelecidas como: “conjuntos de relações sociais entre as pessoas”, em vez de “relacionamento frente a frente.” (ENGEL, 2009, p.416).

O que Kotler (2006) reafirma como sendo:

A Internet (...) mudando a busca de informações. Atualmente, o mercado é composto de consumidores tradicionais (que não compra on-line), consumidores cibernéticos (que praticamente só compram on-line) e consumidores híbridos (que fazem as duas coisas). A maior parte dos consumidores é híbrida: eles vão no supermercado ou a à

livraria, mas ocasionalmente também compram no site desses estabelecimentos” (KOTLER, 2006. P. 190)

Para os seguidores desse tipo de mídia que costumam visualizar nas publicações realizadas somente o lado glamuroso e divertido dessa nova profissão. O que é visível no comportamento de blogueiras que sempre costumam aparecer bem-vestidas, em locais bonitos, em viagens e restaurantes da moda. Tudo isso acaba criando, além de um referencial de moda, uma referência de padrão de vida a ser seguido, um quase que impossível *status*. Medeiros (2014, p 07) afirma que “Os blogueiros, como são chamadas as pessoas que os escrevem, têm primeira fila garantida nos principais e mais concorridos desfiles, são convidados para escrever matérias em grandes revistas e podem ser vistos até mesmo estrelando campanhas de moda”.

O *digital influencer* não vende somente o produto e sim a experiência e a ideia de estilo de vida. O investimento em publicidades nas quais utiliza e faz uso do serviço costumam ter muito mais sucesso do que as que parecem simplesmente uma propaganda paga. O *Digital Influencer*, dos mais diversos segmentos, utiliza atualmente o Instagram como uma das principais redes sociais de divulgação do seu conteúdo pelo rápido retorno que possuem dessa ferramenta. É possível, quase que de forma instantânea, mensurar o alcance ou visibilidade de determinada publicação pela quantidade de curtidas na postagem ou pela repercussão gerada pelos comentários deixados na foto ou vídeo. Além disso, não existe custo para criar e manter um perfil ativo no Instagram o que torna o aplicativo bastante rentável por não existir uma necessidade de investimento para manutenção de conta (BARROS, AMORIM, PENHA, GONÇAVES, 2020).

Verificado em Tubino (2010) que já afirmava sobre o Facebook:

O Facebook é gratuito para os usuários e gera receita proveniente de publicidade, incluindo banners e grupos patrocinados. Usuários criam perfis que contêm fotos e listas de interesses pessoais, trocando mensagens privadas e públicas entre si e participantes de grupos de amigos. A visualização de dados detalhados dos membros é restrita para membros de uma mesma rede ou amigos confirmados (TUBINO, 2010, pg.37)

O engajamento de usuários e esse comportamento conectado ao facebook descreve um cenário em que suas ações cotidianas demonstram a capacidade voyeurista do ser humano em acompanhar o que os outros ficam fazendo, assim como, o desprendimento de superexposição, o que gera interesses no que essas pessoas consomem.

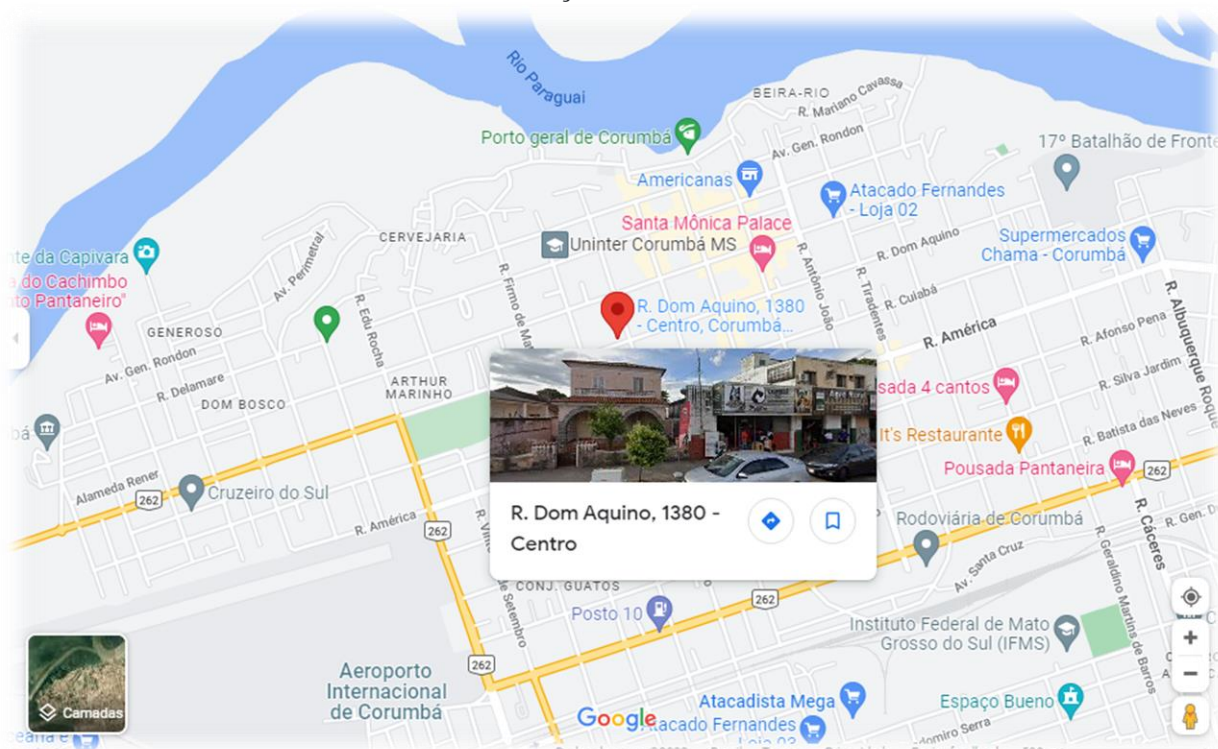
A presente pesquisa a partir dos próximos capítulos tratará das transformações no processo de digitalização no período da pandemia pela Fundação de Cultura e do Patrimônio Histórico de Corumbá.

3. A FUNDAÇÃO DA CULTURA E DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO DE CORUMBÁ (FCPHC) COMO AGENTE NO PROCESSO DE DIGITALIZAÇÃO DE SEUS EVENTOS NO PERÍODO DA PANDEMIA EM CORUMBÁ-MS.

A Fundação da Cultura e do Patrimônio Histórico de Corumbá com o CNPJ 02.598.318/0001-41, iniciou as atividades em 29/04/1998, mas passou por diferentes arranjos e desde 2012 atua no fomento cultural do município. Localizada atualmente no endereço: Rua Dom Aquino Correa – 1380 – Centro. (Figura 1)

A principal atividade dessa entidade é a gestão de espaços para artes cênicas, espetáculos e outras atividades artísticas. Por meio do fomento da Política Pública voltada a Cultura do município de Corumbá.

FIGURA 1: Localização da sede atual da FCPHC - 2022

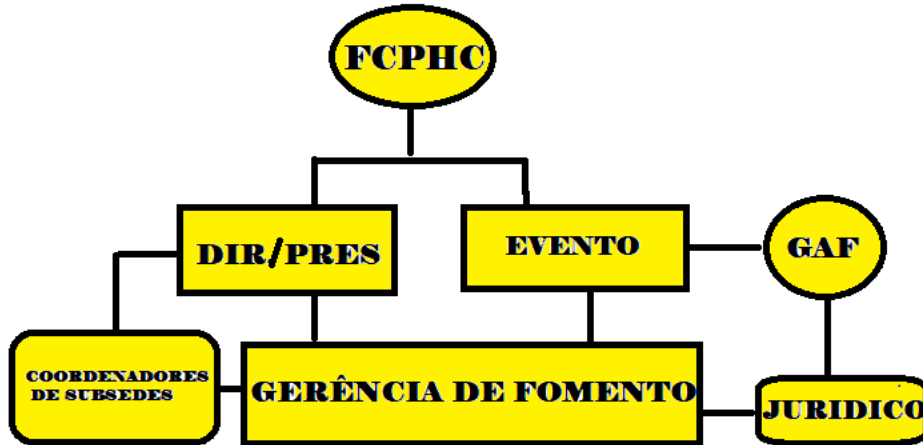


Fonte: App Google Maps, 2022.

Sendo subdividida em: Museu de História do Pantanal (MUPHAN), Praça CEU (Centro de Artes e Esportes Unificados), Biblioteca Municipal, Instituto Luiz de Albuquerque (ILA), Casa do Artesão, Banda Manoel Florêncio, Oficina de Dança e Casa Dr Gabi.

A Fundação da Cultura e do Patrimônio Histórico de Corumbá é dividida em fomento, eventos, GAF (Gerência Administrativa Financeira) e Jurídico (Figura 2).

Figura 2: Organograma-FCPHC



Fonte: Desenvolvida pelo Autor, 2022.

O fomento é gerenciado com o intuito de desenvolver toda uma gama de eventos que correspondem ao calendário de eventos do município como o Carnaval Cultural e o Banho de São João² (Figura 3), assim como as feiras de artesanato, simpósio do patrimônio histórico e contadores de história. O evento é responsável pela execução de todas essas atividades, tendo uma função operacional. Enquanto, a GAF tem a finalidade executiva e orçamentaria de tornar possível essas atividades. Já, o jurídico serve como apoio a institucionalidade de todo esse calendário, usando as políticas públicas de modo que a governança seja transparente.

² O carnaval de Corumbá é considerado o maior do centro-oeste e possui características de Aculturação e multiterritorialidade.

O Banho de São João de Corumbá desde 2021 faz parte do Patrimônio Imaterial do país.

Figura 3: Carnaval Cultural e Banho de São João 2022.



Fonte: Campo Grande News, 2022.

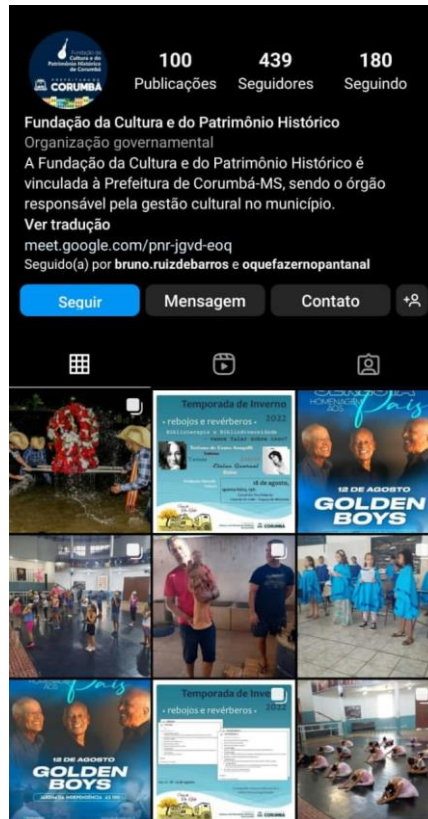
A FCPHC está conectada as transformações do seu tempo e se comunica em rede de forma a globalizar todos os seus eventos com o intuito de atrair visibilidade e demonstrar transparência de suas ações culturais. Os principais canais de comunicação são o Facebook e o Instagram (Figura 4 e 5).

Figura 4: Página do Facebook da FCPHC.



Fonte: Facebook, 2022.

Figura 5: Instagram FCPHC, 2022



Fonte: Instagram, 2022.

4 A GESTÃO PÚBLICA DE EVENTOS DA FUNDAÇÃO DA CULTURA E DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO

A premissa do Calendário de Eventos da Fundação de Cultura e do Patrimônio Histórico de Corumbá, independente das gestões do executivo, anualmente corresponde aos grandes eventos do calendário nacional, como: carnaval, festa junina e Natal. Outros eventos do calendário local, como: aniversário da cidade e comemoração da padroeira. Ocorrem também, eventos de carácter flexível (datas e outras motivações) como: premiações, lançamentos de livros, encontros e seminários relacionados a cultura e ao Patrimônio Histórico. E eventos do calendário estadual, como: o “Festival América do Sul”, um evento que tem como principal ordenador o governo estadual do Mato Grosso do Sul.

Todos esses eventos têm como objetivo principal o fomento da cultura e a multiplicação de dividendos entre os diversos setores da economia, entre eles, diretamente, o turismo. A origem destes eventos demarca de um orçamento anual e de parcerias com o governo estadual e federal, existindo um quantitativo local que varia de acordo com o orçamento total anual da prefeitura municipal, que vai creditar de acordo com a arrecadação do município.

A cultura abrange uma série de movimentos como: danças, teatro, artes plásticas, música e literatura. Logo, o fomento cultural do município busca ao longo do seu calendário fomentar eventos que servem como vitrine e intercâmbio cultural, como: o Ninhal da Dança, Concerto de Santa Cecília e Espetáculo da Oficina de Dança e o Moinho *in Concert*.

Figura 6: Calendário de eventos da Fundação de Cultura e o Patrimônio Histórico de Corumbá



FONTE: Desenvolvida pelo Autor, 2022.

Tais eventos fomentam, além da finalidade artística, equipamentos de estrutura (palco, figurino, banheiros químicos, arquibancada, iluminação, sonorização, alimentação, hotelaria, segurança e brigadista), profissionais de som, montadores, decoração e publicidade.

A população participa com dupla finalidade: cliente e parceiro, sendo incluído no desenvolvimento de praças de alimentação, confecção de figurinos, cadastro de feiras de artesanato, músicos, etc.

O processo da “Economia Criativa”³ no município é incentivado como meio de inclusão de profissionais nas atividades fomentadas pela FCPHC. Esses profissionais atuam de modo direto e indireto e são alocados de acordo com as necessidades expressas em editais. Esses editais são uma forma de políticas públicas municipais reestruturarem a cultura local na retomada da pós-pandemia.

4.1 ADAPTAÇÃO AO NOVO NORMAL

³ Economia criativa: unir economia com criatividade, possuindo como matéria-prima o capital intelectual, Howkins (2001).

É sabido, que um território é uma relação de poder baseado em estruturas que o delimitam, sendo essas: política, econômica, ecológica e social. Dentro destas questões estão envolvidas autoridades que representam discursos de ordem hegemônica do grupo que está no poder deste território, no caso, em escala executiva e legislativa, a prefeitura de Corumbá-MS. Cabendo a essas autoridades responderem por um tempo legalmente determinado pela Constituição.

Figura 7: O Novo Normal



Fonte: Revista Eletrônica Rhpravc, 2022.

O recorte destacado de 2021 corresponde a um ano de Pandemia em que uma crise sanitária, baseada em milhares de mortos e altamente contagiosa, ao qual a estrutura de saúde não tinha um controle de tratamento e a vacina ainda estava em desenvolvimento, a recomendação da Organização Mundial de Saúde (OMS) era o distanciamento corporal, ou seja, evitar aglomerações.

Corumbá-MS sendo uma cidade conhecida como berço da cultura mato-grossense, com um calendário cultural bastante intenso e que recebe neste período milhares de visitantes (Fundtur, 2019) e tendo o ano de 2020 estagnado, decide se adaptar ao “Novo Normal”.

Diante do exposto, a partir deste momento, a pesquisa irá destacar as políticas públicas adotadas para o período de pandemia tomadas em 2021 e seu papel na manutenção de projetos e atividades envolvendo a comunidade cultural local. Esse discurso estatal será baseado em editais de fomento a cultura e sua característica de abstração do modelo analógico cultural ao digital, o que se denomina Território Digital.

4.2. POLÍTICAS PÚBLICAS - BASE LEGAL UTILIZADA NA GESTÃO DA CULTURA

O Brasil é um país de cultura plural, tanto dos grandes centros do Sul e Sudeste, quanto dos estados do Nordeste e Centro Oeste. Lugares e territórios com biomas e ecossistemas complexos e de características regionais e culturais específicas. Como previsto na Constituição de 1988, a cultura, assim como a educação e a saúde tem uma importância fundamental a sociedade como um todo, independente da localidade, classe social, característica regional, etc.

Para compreender-se melhor o processo atual de política pública para a cultura como apoio a economia criativa e relacionada à crise sanitária foram atualizadas e sofreram algumas alterações.

A Lei nº 14.017/2020, alterada pela Lei 14.150/2021, conhecida como Lei Aldir Blanc (LAB), é inspirada na lei aprovada pelo Congresso Nacional no ano passado que garantiu auxílio-emergencial, recursos para manutenção de espaços culturais e programas de fomento ao setor cultural, durante a pandemia estabelece medidas emergenciais para o setor cultural, fortemente impactado pela pandemia do novo coronavírus (COVID-19). A lei visa garantir o acesso:

1. À renda emergencial para os (as) profissionais dos setores cultural e criativo;
2. Ao subsídio para a manutenção dos espaços culturais que tiveram suas atividades interrompidas nesse período;
3. Às ações de fomento à cultura, por meio da realização de prêmios e editais para o setor cultural e criativo.

A Lei Aldir Blanc⁴ tem como característica o apoio ao setor como uma cadeia produtiva, envolvendo a estrutura como manutenção de espaços como teatros e arenas, bibliotecas e escolas de arte, além de profissionais do terceiro setor, como garçons e bilheteiros.

4 Aldir Blanc: compositor e escritor brasileiro que faleceu em decorrência do coronavírus.

Figura 8: Lei Aldir Blanc de Emergência a Cultura -2021



Fonte: Confederação Nacional dos Municípios (CNM), 2021.

Considerando o montante remanescente do orçamento destinado a cultura em 2020, a partir do ano de 2021 em Corumbá-MS, foram realizados somente editais de chamadas públicas para seleção de projetos culturais previstos nesses incisos.

- O edital 001/2021- FCPHC estabelece o Cadastramento de Artesãos e Produtores de trabalhos manuais de Corumbá.
- O edital 003/2021- FCPHC estabeleceu um período de 15 dias no mês de maio para inscrição de grupos e bandas sertanejas para o circuito de lives do arraiaá do “Banho de São João” de 2021.
- O edital 004/2021 refere-se ao Concurso de Andores Online possuindo três categorias, onde os vencedores seriam escolhidos por votação online.
- O edital 006/2021 da FCPHC – Prêmio Agripino Magalhães de cultura popular; o edital 007/2021 corresponde as inscrições do Prêmio de Artesania para os artesãos locais de viola de cocho e outras peças sobre o Homem Pantaneiro.
- O edital 008/2021 diz respeito ao Prêmio “Saber fazer artesanal” que premia os artesãos locais.
- O edital 009/2021 refere-se ao cadastramento de músicos e cantores para os eventos relacionados as “Rodas de Samba” e festas de encerramento do ano, Natal das Luzes e Jardim de Natal.

Outros editais também fazem parte da gestão da cultura, mas não estão diretamente vinculados aos artistas e aos eventos culturais do calendário local.

4.3 A DIGITALIZAÇÃO DAS ETAPAS E DOS PROCESSOS DE SELEÇÃO E CADASTRO DE AGENTES CULTURAIS

Para facilitar a demanda das atividades relacionadas aos eventos e toda sua carga de serviços: iluminação, palco, publicidade, atrações e coordenação. A comunidade cultural ou os agentes culturais do município (maquiadores, promotores, artesãos, etc) foram contemplados pelos editais nos diversos seguimentos.

O circuito de lives se iniciou no Arraiá do “Banho de São João” de junho de 2021, mas o edital nº 003 de maio do mesmo ano, cadastrou cerca de 30 bandas e\ou duplas sertanejas para o evento de dois dias, filmado e transmitido posteriormente nos dias 21 e 22 de junho em uma *live* no canal da FCPHC. Cada edital possuiu uma ficha com valor limitado ao orçamento, não podendo sofrer alteração tanto para mais ou para menos. O valor tinha um cálculo superior a diária de qualquer evento privado local com o objetivo de auxílio durante o período da pandemia.

O cadastro, assim como sua publicidade ocorreram nos meios digitais, divulgado em redes sociais da prefeitura municipal, FCPHC, sites de notícias da região, etc. O edital dependendo do seu objeto, o mesmo possuía um *link* de acesso para cadastro, onde os usuários seguindo as instruções do edital preenchiam os requisitos e anexavam as documentações exigidas, posterior ao resultado dos contemplados pelo processo seletivo, grupo de conversa e via aplicativo de comunicação eram formados por categoria e pela data de apresentação.

Após o evento, os selecionados por meio de cadastro de pessoa física no Centro de Atendimento ao Cidadão (CAC) do Município, onde ele poderia expedir uma nota fiscal vinculada a prestação de serviço, o que geraria um Imposto sobre o Serviço (IS) de 5% do valor da nota aos cofres locais, o que o edital previa ser pago, até 30 dias posteriores a apresentação, tudo de forma online.

Os editais contemplaram profissionais de diversos segmentos da cadeia cultural e foram somados ao federal da Lei Aldir Blanc de 2021, que apoiava não somente os agentes culturais como toda a cadeia produtiva, incluindo empresas do setor. Ou seja, ocorreu paralelamente, um apoio federal oriundo do Ministério da Cultura.

O intuito seria cadastrar e apoiar financeiramente todos os envolvidos na cadeia produtiva da cultura em todo país, no município foi usado para o fomento de artesanato, cursos e feiras locais.

4.4 A CULTURA NO MEIO DIGITAL – CIRCUITO DE LIVES COMO FORMA DE MASSIFICAÇÃO

Durante crise da pandemia a prefeitura municipal decretou uma paralisação de todas as atividades coletivas em ambientes públicos, esse decreto tinha a validade de seis meses, posteriormente, o decreto foi renovado para o restante do ano, passando por avaliações de 180 em 180 dias. De acordo com o decreto além das atividades de fomento a cultura, todos os processos decorrentes ou ligados a eventos com público foram paralisados, e principalmente, os voltados à estrutura e a contratação de pessoal\ mão de obra, o que gerou uma crise no mercado cultural.

Com o calendário de eventos paralisado desde março de 2020, o orçamento da pasta da cultura sofreu remanejamento, e todo o ano de 2020, não tivemos mais nenhum evento de carácter presencial.

À medida que a crise sanitária aparentava não ter fim, e as atividades necessitavam retornar em função do desemprego e renda dos agentes culturais. As grandes promotoras do mundo dos eventos investiram em *lives stream* (transmissão ao vivo via internet de conteúdo) pelo *Youtube*.

Figura 9: As Séries mais Vistas do *Stream* na Pandemia



FONTE: Canal Tech, 2020.

Artistas da música e lançamentos de series e filmes foram feitos especialmente em plataformas digitais. Algumas *lives* tiveram recordes de visualizações e assinaturas de *streams* como a *Netflix* cresceram em todo mundo (Figura 13).

No Brasil, cantores sertanejos e empresas do ramo de bebidas alcoólicas fizeram parcerias em grandes shows transmitidos em finais de semana com grande repercussão nos meios digitais (Figura 14). Muitas lives passaram da casa de milhão de visualizações e engajamento. Os perfis destes artistas em redes sociais e de influencers relacionados ao humor, series e cinema ganharam mais seguidores, toda e qualquer notícia de shows acontecia por essas plataformas.

Os usuários de redes sociais como o *Instagram* e o *Youtube* passaram a usar engajamento como filtro de qualidade de produtos e serviços durante a pandemia. Além dos *deliveries* que ganharam espaço na propaganda involuntária de eventos online.

Figura 10: O Sucesso das Lives Brasileiras no Youtube



Fonte: g1, 2020.

Diante desse cenário e dessa possibilidade a FCPHC juntamente com o poder executivo decide fomentar a partir de 2021 um calendário de eventos online. Esses eventos tinham como intuito mover a Economia Criativa de modo remoto e respeitando o distanciamento corporal,

esses foram nominados como “Circuito de *Lives*”. A parceria entre o poder público e a comunidade cultural do município.

O circuito de lives envolveu desde os cantores e grupos sertanejos, assim como profissionais de iluminação, som e maquiadores. Houve também a contratação de digitais *influencers* para promoção e apresentação do evento junino e da semana de 243 anos de aniversário da cidade.

O objetivo era fazer desse período festivo, em que não se poderia sair de casa, uma forma de reestruturar o território real da cultura em uma abstração digital, transmitida para quem quisesse ver, ao alcance de um click.

Figura 11: Circuito musical de *lives* junina - 2021



Fonte: Youtube, 2021.

As lives do Circuito junino serviram para colocar os artistas locais em um evento regional com transmissão para todo o mundo na internet. As lives deste circuito acumularam cerca de 4.600 visualizações. Embora, os números não sejam considerados espetaculares, a experiência de organizar e gerir um evento totalmente online e a possibilidade de gerar renda aos envolvidos fez deste evento um marco na Cultura do município de Corumbá-MS.

O evento seguinte no mês de setembro de 2021 pode oferecer musical de vários estilos, sendo uma semana de apresentações, contemplando: o rock, o pop, o samba, a música regional e gospel, em comemoração aos 2043 anos no circuito de *lives* de aniversário.

As lives de 243 anos tiveram um total de 15 mil visualizações na semana de 14 a 21 de setembro, o que firmou o território digital na plataforma de streams do youtube. Somado todas as etapas de seleção e cadastro e apoiado nas leis de incentivo à cultura, o que apoiado nas formas de interação entre as pessoas e as redes sociais.

4.5 ANÁLISE DOS DISCURSOS

Para uma compreensão da Gestão da Cultural atual, a presente pesquisa elaborou uma entrevista de questões abertas, com três questões norteadas apenas com a “Cultura Local”, que funciona na descrição do discurso dos envolvidos direta e indiretamente com o fomento da cultura local, ouvindo o prefeito do Município desde 2018, Marcelo Yunes, o Diretor-Presidente da FCPHC desde 2017, Joilson Silva da Cruz, parceiros e alguns artistas cadastrados nos editais.

4.5.1 Discurso do poder público

Durante o recorte dos anos de 2021 e meados de 2022, em que a FCPHC teve a função de fomentar e movimentar a cultura local, por meio de instrumentos da política pública federal e municipal e com o apoio do estado do MS, os eventos voltaram inicialmente em caráter híbrido (semipresencial), feitos em parceria com outras fundações e secretarias, onde a FCPHC participou apenas como apoio, pois oferece apresentações dos artistas cadastrados nesse período, selecionado pelos editais.

O prefeito do município, sempre destacou a “importância estratégica da pasta da cultura” como modelo prático de “promoção social” e econômica, pois acredita que a cidade tem a Cultura como identidade desde sua criação e formação de seu povo. O presidente da FCPHC, Joilson Silva da Cruz, descreve o papel da Cultura como “meio” entre as ações do executivo municipal com a sociedade e, que eventos como o Carnaval Cultural e o “Banho de São João” são instrumentos da boa política, que valoriza o povo por meio da sua fé, pois segundo ele, os eventos do calendário municipal, seguem o calendário religioso católico, misturando o “profano e o religioso”.

Quando questionado do papel do gestor e das políticas públicas envolvidas o chefe do executivo demonstrou um interesse em criar e pôr em prática, um plano de desenvolvimento para toda cadeia produtiva da cultura, destacando que a atual lei federal Aldir Blanc, por acreditar que a pandemia está controlada pelas autoridades sanitárias, assume um papel menos emergencial, passando a atribuir questões de apoio as minorias e o combate à desigualdade e preconceito com os idosos, portadores de necessidades especiais, etc. O plano baseia-se na regionalização da identidade pantaneira, valorizando a nossa paisagem e o modo de vida do homem pantaneiro.

O Diretor-Presidente descreve que o formato de digitalização dos processos tornou as etapas de seleção e cadastro mais eficientes, mas podem ser melhoradas, pois acredita que muitos artistas não foram esclarecidos ou não tiveram acesso às informações online. Acredita que o caminho é esse e, que se deve investir em outras formas para se ter uma diversidade maior de artistas e profissionais envolvidos, fortalecendo a pluralidade.

O desafio para a Cultura local, para o atual prefeito, é relacionar os eventos a identidade da sociedade, pois existe uma grande variedade de credos e religiões de matrizes africana, protestante, espíritas, etc e, muito destes não se sente parte da pluralidade cultural, ao mesmo tempo, busca por eventos mais ecumênicos. Outro desafio do poder executivo é verificar a ausência de parceiros na iniciativa privada tanto na elaboração e fomento quanto no custeio e premiações, por exemplo. Atualmente os maiores parceiros do município são o governo federal e o governo estadual.

Para Joilson, o poder público cumpre sua missão no fomento de eventos e de um calendário cultural diverso, ao mesmo tempo em que endossa a ausência de parceiros privados locais. Afirmando, que a economia criativa depende de parceiros e investimentos de outras áreas produtivas, para o fortalecimento de projetos de responsabilidade social.

4.5.2 Discurso dos selecionados e cadastros pelos Editais 2021 e 2022-FCPHC

Ao longo de 2021 e 2022, os editais da FCPHC contemplaram cerca de 1.200 pessoas nas mais variadas categorias artísticas de modo direto e, indiretamente outros milhares nos mais variados seguimentos. Alguns editais tinham, períodos limitados de alguns meses e outros chegaram a ser anuais e, muitos ainda estão vigentes até o final deste ano contábil. Os editais

com parceria federal deportaram do ano de 2021, enquanto, atualmente, somente os financiados pelo município estão vigentes.

Como o questionário é aberto, as respostas partem de um consenso da observação do autor da pesquisa.

Sendo consenso para os ouvidos, a respeito da importância dos editais de fomento à cultura no período de pandemia e, em função de não terem acesso a outros benefícios, como o auxílio emergencial, que o cadastro serviu para que esses pudessem oferecer seu trabalho ao município gerando uma renda, ao mesmo tempo em que esses eram divulgados em redes sociais, e tinham seu portfólio artístico ampliado. O cadastro serviu para legalizar suas pendências junto ao município, outros afirmaram, que o fato de pertencerem a um grupo de trabalho de *WhatsApp* melhorou o *network* pessoal.

O fato de alguns eventos serem *lives* e outros híbridos deu a oportunidade de muitos experimentarem o primeiro contato com uma estrutura de show profissional e trocar experiência com artistas consolidados no cenário local.

A dificuldade de muitos estava relacionada ao processo digitalizado dos editais, como digitalizar (scanear) documentos e notas fiscais. O simples fato de seguir as informações no diário oficial do município se mostrou bastante complicado. Pois muitos alegavam não ter dispositivos ligados a internet e em função de não terem uma renda fixa no momento não tinham Wi-fi em seus domicílios e por estar em pandemia não tinham como ir a estabelecimentos que oferecem acesso a rede mundial de computadores ou outros ambientes públicos. Entre os artistas, muitos alegaram não ter conhecimento em informática, outros não sabiam interpretar o edital e suas especificidades, sendo agravado pelo fato de muitos funcionários da FCPHC estarem em *Home Office*, o que não permitiu sanar suas dúvidas, causando uma exclusão indireta de inúmeros inscritos.

Posterior ao período de pandemia, muitos estão cadastrados e outros buscaram informações por meio do grupo de trabalho e contato de colegas. O que favoreceu bastante, os processos seletivos de novos artistas. Nota-se que os artistas mais velhos e que não se adaptaram ao processo digitalizado sofreram mais e muitos foram excluídos, muito em função do aspecto cultural de inter-relação com as pessoas e não com a máquina (computador).

4.6 O GARGALO DA DIGITALIZAÇÃO DOS PROCESSOS NA FCPHC- 2021

Observa-se na presente pesquisa, o discurso e o *feedback* das atividades propostas pela FCPHC por base nos seus editais e seu planejamento interno, analisando que no processo de digitalização ocorreu gargalos no cadastro de artesãos e no trabalho dos influenciadores digitais locais. Com foco nisso, esta subdividida em duas partes. Na primeira, traz a análise do discurso em relação aos influenciadores e, na segunda em relação aos artesãos. Por fim, trata a discussão sobre essas análises. Partindo desse ponto, será possível construir uma linha de raciocínio suficiente para avançar nas principais discussões.

4.6.1 Os Digitais *Influencers*

Os digitais *influencers* foram novidade no processo de divulgação e na apresentação das lives dos eventos da FCPHC, como uma forma de buscar uma linguagem mais atualizada com a geração z. Porém, o processo, segundo a Gestão de Eventos da FCPHC, não demonstrou resultado positivo. As postagens não tiveram grande engajamento e nem o alcance esperado. A impressão é que mesmo, utilizando desta linguagem e de ferramentas, os *posts* e até mesmo, o conteúdo demonstraram o efeito contrário, a ideia era dar ampla divulgação, mas tornou-se tão ineficaz quanto ao modelo tradicional de publicidade.

Contudo, acredita-se que por ser uma novidade e, achar que as pessoas não estavam acostumadas a esse chamado digital e os *influencers* serem de outros nichos, essa experiência precisa passar por uma reavaliação. O fato, de o mundo digital estar repleto de *influencers* a população local acostumou-se e ainda busca uma comunicação direta e popular, a comunicação “boca a boca”.

4.6.2 Os Artesãos

Os artesãos no processo de digitalização de seu trabalho são os que mais tiveram problemas em relação a mudança do analógico para o digital, muitos não compreendiam o edital e desistiam de participar, sendo necessária, uma busca ativa, o que não foi simples em função da logística da pandemia.

Aos que participaram, a maioria acredita que categorizar a arte de cada um, torna mais simples a identidade de suas obras e a melhor compreensão por parte do público. Ao mesmo tempo em que a própria comunidade de artesãos não consegue se desvincular da visão assistencialista do estado, utilizando-se das políticas públicas como forma de subsistência. Ou seja, por mais que se tratasse de valores emergenciais e digitalização de processos, para ter maior alcance na cultura e na construção de uma identidade em relação as demais cidades do estado,

Um ponto analisado pela Gestão de eventos e fomento da FCPHC é que muitos dos artesãos do município não se encaixam na própria categoria de artesão, pois muitos não compreendem a diferença entre a artesanaria e a confecção de produtos como pano de prato, utensílios de cozinha, etc, e essa necessidade de se reciclarem é uma resistência desta classe. O que se acredita ocorrer por muitos serem de origem rural, serem idosos e não haver uma renovação de outros artesãos.

Atualmente, no estado do Rio de Janeiro esta ocorrendo no mês de outubro de 2022, a semana de artesanato pantaneiro, destacando-se os artesanatos do Pantanal norte, onde o desenvolvimento local e políticas públicas para o setor demonstram estar mais avançados. Porque não é somente uma questão política e econômica, passa também por questões culturais e sociais, do papel transformador da atividade nas vidas das pessoas e na construção de mundo de cada um, suas necessidades e valores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considera-se que o recorte de 2020 a 2021 foi um período marcado por uma crise sanitária global e toda uma transformação de modelos analógicos cotidianos para o digital. A necessidade de haver uma permanência em estado de isolamento tornou essencial o uso de dispositivos conectados à internet, afetando desde o consumo de bens como o uso de aplicativo de *delivery* a serviços de modelos abstratos que ajudavam na execução do trabalho, como o *Home Office* e a ambientes digitais simulados de aulas à distancia, por exemplo. Porém esse processo de reestruturação do território se apropriou de plataformas já existentes como plataformas de comunicação, internet das coisas e as Redes Sociais e de *streams*. Essa vida em rede, de cotidiano abstrato pode ser considerada território digital.

A ideia de se ter um território digital deve ser analisado por diversos fatores, sendo o que mais sofreu com o isolamento que, justamente, foi o de serviços, onde se encaixa a cadeia cultural, baseada em eventos, desde uma comemoração a uma ida ao teatro, cinema, exposição, etc. Observa-se com a economia estagnada a cultura passou por um processo obvio de abstração, com o aumento de assinaturas em *streams* e visualizações em lives. O engajamento nesta forma de se consumir cultura, atraiu vários artistas e marcas.

A presente pesquisa tratou de como o poder público nas suas distintas esferas desenvolveu políticas públicas que apoiassem a cadeia produtiva cultural, desde a criação de cadastro de artistas, a fomentação de eventos híbridos e de circuito de lives. Descreveu como localmente, a FCPHC verificou como o processo digitalizado se mostrou o mais eficiente neste período, ao mesmo tempo em que se tornou visível a necessidade de escrever editais e leis mais abrangentes, por haver entre a população no geral, um déficit relacionado ao conhecimento em informática e ao acesso à internet.

Embora, esse seja um caminho sem volta, a ausência de profissionais da área de T.I em cada pasta e de investimentos maiores em dispositivos e outros conceitos de cidade inteligente, torna a digitalização uma experiência válida, mas ainda com barreiras culturais e de costumes. O discurso do poder público demonstra que a cultura tem muita importância para a sociedade de Corumbá, e que a cadeia produtiva deste setor receberá grande atenção nos próximos anos. Porém, assim como o processo de digitalização, o entendimento das atividades em relação a qualidade e identidade de artesanato, pode e deve ser reestruturada, com cursos de reciclagem à distância, o que resultara em mais investimentos e parcerias, como a firmada no último mês de outubro com o SEBRAE, que organizou no Rio de Janeiro uma semana de arte Pantaneira.

Contudo, as políticas públicas devem estar alinhadas a necessidade de cada setor e respeitar o estilo, a categoria, a pluralidade de toda concepção e origem, não delimitando ou excluindo, por meio de seus próprios processos determinadas vozes, tornando o território da cultura de fato, democrático.

Assim, o presente trabalho buscou por meio de um recorte do período da pandemia e baseado na vivência deste período na FCPHC a tentativa de otimizar processos analógicos por meio de uma digitalização existente em outros setores públicos e que se mostrou essencial neste período. Porém, observou-se que toda cadeia produtiva da cultura necessita de reestruturação, assim como a compreensão do que é cultura de massa e popular. Pois as lives serviram para compreender que a massificação do popular pode resultar em uma anomalia na identidade da cultura loval.

6 REFERÊNCIAS

As séries mais assistidas em 2020. Disponível em: <https://canaltech.com.br/entretenimento/series-mais-assistidas-176550/>. Acesso em 9 out 2022.

BARROS, AMORIM, PENHA, GONÇAVES. Mídias Digitais, Mídias Sociais: A forma e o Conteúdo no Ciberespaço. 2020.

BRASIL, Secretaria Nacional da Juventude. Agenda Juventude Brasil – 2016. Disponível em: https://issuu.com/participatorio/docs/agenda_juventude_brasil_pesquisa_e=12152407/10902032.

Campo Grande News, 2022.

CASCAIS, Fernando. Dicionário de Jornalismo: as palavras dos media. São Paulo: Verba, 2001.

CUSTÓDIO, André Viana. Direito da criança e do adolescente. Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC), 2009.

DUBOIS, Phillipe. O Ato Fotográfico. Campinas: Papirus, 1990.

ENGEL, James F.; BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W. Comportamento do Consumidor. 8. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2009.

Fundação da Cultura e do Patrimônio Histórico de Corumbá. Disponível em:

<https://www.facebook.com/fcphcorumba> . Acesso em: 24 out. 2022.

Fundação de Turismo de Corumbá, 2019.

GENNARI, Maria Cristina. Minidicionário de Informática. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 1999.

GIBSON, Willian. Neuromancer. São Paulo: Aleph, 2003.

HOFFMANN, E., G. A influência dos blogs no processo de consumo. Porto Alegre: UFRGS, 2010.

HOWKINS, J. The creative economy: how people make money from ideas. London: Penguin Books, 2001.

KARSAKLIAN, E. Comportamento do consumidor. 2. ed. São Paulo, 2013.

KOTLER, P; KELLER, K. L. Administração de marketing: A bíblia do marketing. 12. ed. São Paulo, 2006.

LAKATOS, Eva M. MARCONI, Maria. Fundamentos de metodologia científica. - 5. ed. - São Paulo: Atlas 2007.

Lei Aldir Blanc: Municípios com recursos remanescentes em conta devem realizar devolução. Disponível em:

<https://www.cnm.org.br/comunicacao/noticias/lei-aldir-blanc-municipios-com-recursos-remanescentes-em-conta-devem-realizar-devolucao> . Acesso em: 24 out. 2022

2022

LINTON, Ralph. The Cultural Background of Personality. Cultura e Personalidade. Tradução de Oscar Mendes. São Paulo: Editora Mestre Jou, 1999.

MEDEIROS, B. A influência das mídias sociais e blogs no consumo da moda feminina. In: XI Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2014.

O pós-pandemia e o “novo normal” nas organizações. Disponível em: <https://rhpravoce.com.br/case/o-pos-pandemia-e-o-novo-normal-nas-organizacoes/>. Acesso em: 17 out. 2022.

O que é Política Pública Cultural? Disponível em: <https://www.santaluzia.mg.gov.br/v2/index.php/cultura/o-que-e-politica-publica-cultural/>. Acesso em: 21 out. 2022.

Página - IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/2159#:~:text=O%20Banho%20de%20S>>. Acesso em: 24 out. 2022.

RABAÇA, Carlos Alberto e BARBOSA, Gustavo. Dicionário de Comunicação. 2ª ed. rev. e atualizada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

SANTOS, M. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Hucitec, 1996.

Sem folia há 1 ano, Carnaval de Corumbá é confirmado para 2022. Disponível em: <https://www.campograndenews.com.br/lado-b/diversao/sem-folia-ha-1-ano-carnaval-de-corumba-e-confirmado-para-2022>. Acesso em: 18 out. 2022.

TUBINO, D.L. O Marketing digital e a oportunidade das redes sociais para as marcas. Porto Alegre: UFRGS, 2010.

WOLKMER, Antonio Carlos; VIEIRA, Reginaldo de Souza. (Orgs.). Estado, Política e Direito: relações de poder e políticas públicas. UNESCO, 2008.

YouTube, 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/c/PrefeituradeCorumb>>. Acesso em: 24 out. 2022

8 das 10 lives mais vistas em 2020 são brasileiras; Marília Mendonça ganha de BTS e Andrea Bocelli. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2020/12/02/8-das-10-lives-mais-vistas-em-2020-sao-brasileiras-marilia-mendonca-ganha-de-bts-e-andrea-bocelli.ghtml>. Acesso em 29 set 2022.

ANEXOS



ENTREVISTA PODER PÚBLICO



Abordagem indireta

- 1- Papel do gestor público na crise sanitária;
- 2- A importância da cultura local;
- 3- Desafios do setor.

SELECIONADOS E CADASTRADOS

Abordagem indireta

- 1- Importância da política pública para a cultura;
- 2- A importância da cultura local;
- 3- Desafios do setor.



APÊNDICES



JORNAL
DIÁRIO CORUMBAENSE
NOTÍCIAS DE CORUMBÁ, LADÁRIO E REGIÃO DO PANTANAL

VAI VIAJAR? COMPRE JÁ SUA PASSAGEM!



Atrações regionais marcam hoje live dos 243 anos de Corumbá

Rosana Nunes em 21 de Setembro de 2021



Leandro e Galeano participam da live solidária hoje

Neste feriado municipal, a live solidária em comemoração aos 243 anos de Corumbá terá atrações regionais. A partir das 17h, a live é transmitida pelo canal da Prefeitura de Corumbá no Youtube.

O evento começa com a apresentação da Oficina de Dança do Pantanal com a coreografia Felicidade. Em seguida quem comanda a

live é a dupla Leandro e Galeano. A noite ainda reserva as apresentações de Dudu Lino e por último Loubet. A festa termina com um show pirotécnico.



Carnaval em Corumbá, o maior do Centro-Oeste, tem R\$ 620 mil de investimento do Governo do Estado

Categoria: Carnaval | Publicado: sexta-feira, abril 1, 2022 às 15:05 | Voltar



Compartilhar: [f](#) [t](#) [g](#) [e](#)

Início ▸ 2021 ▸ setembro ▸ Com ritmos diversos e artistas regionais, lives celebram 243 anos de Corumbá

Com ritmos diversos e artistas regionais, lives celebram 243 anos de Corumbá

Cultura / 18 de setembro de 2021



A Prefeitura de Corumbá, por meio da Fundação da Cultura e do Patrimônio Histórico, promove uma série de lives para comemorar o aniversário da cidade. O evento será promovido no Morro do Cruzeiro e tem o apoio do Governo do Estado, por meio da Fundação da Cultura de MS, e da Andorinha.

Para evitar aglomerações e obedecer os protocolos de biossegurança contra a Covid-19, a visita ao Morro do Cruzeiro, onde estão instaladas as imagens da Via Sacra e do Cristo Rei do Pantanal, termina às 16 horas deste sábado, 18 de setembro, até a terça-feira, dia 21 de setembro.

A partir deste horário o acesso ao Morro do Cruzeiro será restrito aos artistas e técnicos envolvidos nas lives, que serão transmitidas pelo canal da Prefeitura de Corumbá no Youtube. Neste sábado, a partir das 18 horas, acontece o V Festival Gospel da Juventude. No domingo, dia 19, as apresentações começam um pouco mais cedo, às 17 horas, e terminam às 23h30.

Início ▸ 2022 ▸ julho ▸ Prefeito sanciona lei criando o programa "Bolsa Auxílio à Produção Cultural" em Corumbá

Prefeito sanciona lei criando o programa "Bolsa Auxílio à Produção Cultural" em Corumbá

Cultura / 16 de julho de 2022



Sancionada pelo prefeito Marcelo Lunes a Lei Complementar nº 302, criando e instituindo o Programa "Bolsa Auxílio à Produção Cultural" no município de Corumbá. A legislação foi publicada na edição da quarta-feira, 13 de julho, do DIOCORUMBÁ.

"Corumbá é o berço da cultura sul-mato-grossense. Nosso povo tem forte e histórica ligação com a cultura e expressa isso no Carnaval, que é o maior do Centro-Oeste brasileiro, e no Banho de São João, que é patrimônio cultural imaterial do Brasil. Investimos para mantermos preservada essa identidade. Além disso, traz retorno para nossa economia, com geração de emprego e renda para nossa população", afirmou o prefeito Marcelo Lunes.

"Além de atender demandas e características para desenvolvimento cultural, o programa vai atingir também uma vertente social, atendendo



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CAMPUS DO PANTANAL
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO



ANEXO B – DECLARAÇÃO E TERMO DE AUTENTICIDADE DE AUTORIA PRÓPRIA

Eu, Bruno Ruiz de Barros, inscrito no RGA nº 2019.0547.032-0, acadêmico (a) do curso de Administração/CPAN, regularmente matriculado na disciplina *Trabalho de Conclusão de Curso*, ano 2022, declaro que o trabalho “**POLÍTICAS PÚBLICAS: ESPAÇO, TERRITÓRIO DIGITAL E SEUS INFLUENCIADORES PARA CULTURA**”, foi por mim elaborado e integralmente redigido por mim, não contendo qualquer cópia, colagem ou qualquer outro processo de inserção que configure o delito de plágio ou autoria de terceiros. Em caso de quaisquer indícios de plágio, terei que responder/esclarecer à banca avaliadora e, caso não se justifique, serei considerado reprovado na referida disciplina.

Assim, firmo a presente declaração, demonstrando minha plena consciência sobre os efeitos caso venha a configurar o crime de plágio ou violação de direitos autorais.

Corumbá-MS, 21 de outubro de 2022.

Bruno Ruiz de Barros

Nome do Acadêmico

CPF: 014.484.541-58

RG: 014.732-62 Sejusp/UF/MS



Serviço Público Federal
Ministério da Educação
Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul



ATA DE DEFESA DE TCC

Aos 16 dias do mês de novembro de 2022, às 18 horas e 30 minutos, em sessão pública, na Unidade II do Campus do Pantanal da UFMS, na presença da Banca Examinadora presidida pelo(a) Docente Roosiley dos Santos Souza e composta pelos examinadores Dirce Sizuko Soken e Anderson Luis do Espírito Santo, o(a) discente Bruno Ruiz de Barros apresentou o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado "Políticas públicas: espaço, território digital e seus influenciadores para cultura", como requisito curricular indispensável à obtenção do título de Bacharel em Administração. Após reunião em sessão reservada, a Banca Examinadora deliberou e decidiu pela aprovação do trabalho divulgando o resultado formalmente ao discente e demais presentes e eu, na qualidade de Presidente da Banca, lavrei esta ata assinada por mim, pelo discente e pelos demais examinadores.

Observações:

Orientador(a): Roosiley dos Santos Souza. Assinatura.

Examinador(a): Dirce Sizuko Soken. Assinatura.

Examinador(a): Anderson Luis do Espírito Santo. Assinatura.

Discente: Bruno Ruiz de Barros. Assinatura.

Corumbá/MS, 16 de novembro de 2022.



Documento assinado eletronicamente por **Roosiley dos Santos Souza, Professora do Magistério Superior**, em 21/11/2022, às 20:27, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Anderson Luis do Espirito Santo, Professor do Magisterio Superior**, em 22/11/2022, às 07:58, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Dirce Sizuko Soken, Professora do Magistério Superior**, em 22/11/2022, às 10:26, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Bruno Ruiz De Barros, Usuário Externo**, em 22/11/2022, às 19:55, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufms.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **3683083** e o código CRC **B1655220**.

COLEGIADO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO - BACHARELADO

Av. Rio Branco, 1270

Fone:

CEP 79304-020 - Corumbá - MS

Referência: Processo nº 23449.000665/2021-92

SEI nº 3683083



Serviço Público Federal
Ministério da Educação
Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul



TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC

Eu, Bruno Ruiz de Barros, discente regularmente matriculado(a) sob RGA nº 2019.0547.032-0 no Curso de Graduação em Administração, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campus do Pantanal, Corumbá-MS, autorizo que a IES divulgue a obra intitulada: "Políticas públicas: espaço, território digital e seus influenciadores para cultura" Trabalho de Conclusão de Curso – TCC, defendido e aprovado em 16/11/2022. Autorizo a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campus do Pantanal, a disponibilizar na rede mundial de computadores (Internet) e no repositório institucional, permitindo a reprodução, por meio eletrônico dessa obra, a partir da data de defesa.

Corumbá-MS, 16 de novembro de 2022.

Assinatura do(a) discente.



Documento assinado eletronicamente por **Bruno Ruiz De Barros, Usuário Externo**, em 22/11/2022, às 19:59, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufms.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **3683084** e o código CRC **8A985BC5**.

COLEGIADO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO - BACHARELADO

Av. Rio Branco, 1270

Fone:

CEP 79304-020 - Corumbá - MS

Referência: Processo nº 23449.000665/2021-92

SEI nº 3683084