

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
Departamento de Relações Públicas, Publicidade e Turismo

PROJETO INTERDISCIPLINAR DE TURISMO
IMPLANTAÇÃO DE UMA RÁDIO COMUNITÁRIA

CAMILA ASSUNÇÃO CRUMO
CAROLINA MORINAGA
GUSTAVO ISHIGAMI
LAIS MIKA WAKIYAMA

SÃO PAULO

2014

Comment [ks1]: Não precisa indicar a orientadora

CAMILA ASSUNÇÃO CRUMO

CAROLINA MORINAGA

GUSTAVO ISHIGAMI

LAIS MIKA WAKIYAMA

PROJETO INTERDISCIPLINAR DE TURISMO
IMPLANTAÇÃO DE UMA RÁDIO COMUNITÁRIA

Trabalho final apresentado à disciplina de Projeto Interdisciplinar de Turismo, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo do curso de Turismo.

Coordenação: Profa. Dra. Debora Cordeiro Braga

Orientação: Profa. Dra. Karina Toledo Solha

SÃO PAULO

2014

Sumário

Apresentação.....	1
Introdução.....	2
1. Diagnóstico.....	5
2. Objetivo geral.....	9
3. Objetivos específicos.....	9
4. Justificativa.....	10
5. Público-alvo.....	13
6. Implementação.....	14
6.1. Estruturação das comissões.....	14
6.1.1. Profissionais.....	14
6.2. Elaboração da programação.....	15
6.3. Realização de oficinas.....	17
6.4. Implantação de projeto piloto.....	18
6.4.1. Chamada em praça pública.....	18
6.4.2 Elaboração de um <i>audiolog</i>	19
6.5. Regulamentação e registro.....	21
6.6. Viabilidade financeira.....	25
6.6.1 Fontes de financiamento.....	25
6.6.2 Isenção de Impostos.....	26
6.6.3 Apoio cultural a rádio comunitária.....	27
6.6.4 Equipamentos básicos necessários para uma rádio de frequência FM.....	28
6.7. Viabilidade técnica.....	30
6.7.1 Instalação de equipamentos.....	30
6.7.2 Equipe técnica.....	30
7. Cronograma.....	32

8. Resultados esperados	33
9. Referências	35
ANEXO 1 - Fluxo e Prazos para Tramitação de Operações Diretas, Indiretas não Automáticas e Mistas	37

Apresentação

O presente Projeto surge como decorrência da parceria firmada em agosto de 2013 entre a Prefeitura de Monteiro Lobato, o Grupo PlaneJÁtur e o curso de turismo da Universidade de São Paulo, tendo resultado na elaboração do Plano de Desenvolvimento Turístico Municipal (PDTM). Após a realização de visitas técnicas, audiências públicas e entrevistas com moradores e gestores públicos que deram bases para o diagnóstico apresentado no PDTM e resultaram em algumas diretrizes para elaboração de projetos, nesta última etapa da parceria, por fim, serão propostas ações que tentem solucionar algumas das problemáticas identificadas.

O presente projeto, por sua vez, teve como problemáticas a sensibilização da população para o turismo e a melhoria da comunicação entre a comunidade. Uma pesquisa da literatura foi realizada com a finalidade de buscar embasamento teórico sobre os temas: sensibilização e engajamento de comunidades, desenvolvimento turístico sustentável, planejamento participativo, comunicação em comunidades. Com isso, o grupo encontrou muitas experiências com radiodifusão e rádios comunitárias, sendo, portanto, a ação deste projeto, que terá como fim a constituição de uma rádio comunitária.

Espera-se que este documento sirva para orientar, nortear e estimular a população lobatense no resgate de sua autoestima, de seus valores socioculturais e de sua história, bem como para consolidar sua organização política e cidadania através da rádio comunitária e sua gestão participativa.

Comment [ks2]: Repetido.. vejam o paragrafo anterior

Introdução

Em 2007, o Ministério do Turismo publicou uma cartilha sobre o Programa de Regionalização do Turismo, no qual constava, em seu primeiro Módulo Operacional, o tema da sensibilização. Entre outros tópicos, o módulo chama atenção para a necessidade de reconhecer os potenciais, atrativos e recursos locais (BRASIL, 2007, p. 13). O Ministério definiu sensibilização como: “oferecer, às pessoas da comunidade ou da região, os meios e os procedimentos que as façam perceber novas possibilidades e lhes permitam enfrentar as mudanças e as transformações necessárias quando se adota uma nova postura frente ao turismo” (BRASIL, 2007, p. 15). Assim, a sensibilização pede resiliência, ou seja, a habilidade de superar obstáculos, ter perseverança em situações difíceis e paciência para encontrar soluções.

Durante as visitas técnicas, o grupo identificou inúmeros atrativos e recursos turísticos, sobretudo na forte herança rural que ainda perdura e é visível na cultura caipira. Porém, ao perguntar aos residentes o que se podia fazer ou visitar em Monteiro Lobato, muitas vezes nos respondiam que “não tinha nada para fazer”. Quando muito, indicavam-nos sempre os mesmos atrativos, localizados no centro, como as igrejas e a gruta, ou então o carnaval e os pereirões. Para o grupo, os atrativos naturais, a gastronomia e as manifestações culturais mostraram-se como fortes potenciais de desenvolvimento, porém, reconhecendo que necessitam de melhores investimentos e capacitação, não consolidando-se ainda como atrativos para o turismo, apenas recursos.

Tampouco foi identificado um canal de comunicação local, como um jornal ou uma rádio, que informasse a população dos acontecimentos da cidade. O sinal de telefonia celular era falho e poucas propriedades possuíam acesso à internet. O programa ACESSA São Paulo, por exemplo, inaugurado no dia 8 de março do ano de 2014 e que oferece acesso à internet gratuito é localizado no centro da cidade e não abre nos finais de semana.

Por outro lado, merece destaque o trabalho já desenvolvido pela Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, pelo COMTUR e pelo PlaneJÁtur na realização de oficinas participativas e outras ações que introduziram a questão do turismo sustentável e dos potenciais de Monteiro Lobato, conquistando a simpatia de muitos empreendedores, proprietários de terra, artesãos e agricultores. Neste cenário,

ressalta-se o Bairro do Souza e o Instituto Pandavas, que são exemplos de envolvimento e dedicação coletivas, organizando eventos, inovando e ao mesmo tempo mantendo as tradições culturais.

Dada esta situação, este grupo buscou na literatura exemplos de sensibilização de comunidades e encontrou como uma alternativa bastante promissora a criação de uma rádio comunitária. As rádios livres ou rádios comunitárias surgiram no Brasil na década de 1970, em plena ditadura militar, quando os meios de comunicação de massa eram duramente controlados pelos grupos dominantes e pelo Estado. (PERUZZO, 1998, p. 3) Surgem, portanto, como formas de resistência à supressão da liberdade de expressão, assim como forma de disseminar livremente manifestações culturais. As rádios livres foram se proliferando e hoje são milhares delas, direcionadas a diversos públicos, sendo algumas de caráter político-ideológico, ou ligados ao serviço comunitário, às minorias e aos movimentos sociais, outras de conteúdo religioso ou comercial, e outras apenas oferecem uma programação alternativa de forma similar a das rádios convencionais. (PERUZZO, 1998, pp. 2–3)

Para Peruzzo, as rádios comunitárias podem ser agrupadas em cinco tipologias (PERUZZO, 1998, p. 9):

- 1) Emissoras eminentemente comunitárias: a comunidade é inteiramente responsável pela administração da emissora e de seu conteúdo. Geralmente este tipo de rádio não tem fins lucrativos, subsistindo através de “apoios culturais”, contribuições e doações espontâneas, podendo também arrecadar recursos com realização de eventos, anúncios comerciais e prestação de serviços de áudio.
- 2) Aquelas que prestam alguns serviços comunitários: seja em sua programação ou na veiculação de assuntos de interesse da comunidade, porém são controladas por um dono ou alguns sócios, que recebem algum tipo de renda a partir da atividade, ou seja, são de caráter privado e o espaço publicitário é geralmente a principal fonte de lucro.
- 3) Estritamente comerciais: veicula programação semelhante a das emissoras convencionais, e não possui vínculos direto com a comunidade local.
- 4) Emissoras de cunho político-eleitoral: servem aos interesses de candidatos e seus partidos políticos, proliferando-se em períodos pré-eleitorais, e veiculam campanhas dos candidatos.

- 5) Emissoras religiosas: são sustentadas pelas Igrejas Católica e Evangélicas, recebendo investimentos das mesmas ou através da venda de espaço publicitário. Veiculam programação religiosa, mas algumas vezes também incluem programas de caráter educativo, informativo e cultural.

Partindo dessa classificação, a presente proposta ~~presente projeto~~ sugere que seja implementada uma rádio com a primeira descrição: eminentemente comunitária, que tenha participação e gestão coletiva da população interessada em construir o projeto, pois entende-se que a rádio deve ser feita pela e para a população, atendendo aos interesses da comunidade e sem objetivo de obtenção de lucro, uma vez que a riqueza produzida será a autoestima e o empoderamento da comunidade como um todo.

1. Diagnóstico

No já mencionado PDTM elaborado em 2013/2014, foi realizada uma análise SWOT, na qual foram identificadas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças sobre a situação do município, principalmente nas áreas relacionadas ao turismo. A análise serviu para nortear as diretrizes e os programas que resultariam no presente trabalho, com a elaboração de ações e projetos para as áreas consideradas mais críticas.

Alguns dos diagnósticos da análise SWOT que justificam a elaboração deste projeto são:

Quadro 1: Análise SWOT

FORÇAS	FRAQUEZAS	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
1) Participação popular no Planejamento e na elaboração do Plano Diretor de Turismo Sustentável (PDTSM); 2) Gestão atual engajada; 3) População favorável à exploração do turismo; 4) Proprietários de terra interessados em desenvolver atividade turística; 5) Conscientização da população para o Turismo Sustentável e para a preservação do Meio Ambiente por	1) Pouca estrutura para atuação plena dos conselhos; 2) Falta de preparo técnico dos gestores municipais; 3) Pouca captação de verbas para investimento em turismo; 4) Informação e divulgação dos equipamentos e atrativos turísticos insuficientes; 5) O artesanato local ainda não encontrou sua identidade;	1) Manutenção da cultura caipira; 2) Organização dos artesãos da região; 3) Cooperação entre empreendedores da região na distribuição mais equilibrada da demanda regional e elaboração de roteiros;	1) Sinais para telefone e internet na zona rural deficitários; 2) Desconhecimento dos atrativos por parte dos moradores e dos visitantes; 3) Associação unilateral do nome da cidade ao autor pode enfraquecer outros potenciais turísticos;

meio das oficinas do PlaneJÁtur; 6) Existência do COMTUR como órgão de apoio para execução das ações propostas; 7) Moçambique, Catira, Cacuriá e Pereirões como potenciais de atratividade de cultura popular regional; 8) Bairro do Souza como polo mobilizador de ações culturais; 9) Instituto Pandavas como articulador e receptor de projetos culturais e turísticos; 10) Cultura caipira ainda presente na gastronomia, na paisagem e nas práticas cotidianas, diferencial em relação aos municípios vizinhos; 11) Preocupação com o desenvolvimento do Turismo Sustentável;	6) Pouca pró-atividade por parte dos moradores para desenvolver a atividade turística; 7) Falta apropriação coletiva das tradições locais; 8) Dificuldade de mobilização dos moradores para a adesão no processo de planejamento turístico; 9) Baixa perspectiva de crescimento por parte dos empreendedores locais; 10) Falta de conhecimento sobre os recursos naturais e espécies endêmicas por parte dos moradores;		
---	--	--	--

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de informações obtidas no Plano de Desenvolvimento Turístico Municipal de Monteiro Lobato – SP, 2014.

A partir deste diagnóstico e das percepções do grupo durante as visitas técnicas, conclui-se que:

- Os esforços do poder público e das entidades relacionadas ao turismo em engajar a população no processo de planejamento turístico são louváveis e dão bases para as ações futuras, sobretudo por ter conseguido que parte dos proprietários de terras, comerciantes e do *trade* turístico se posicionassem favoravelmente ao desenvolvimento do turismo como atividade propulsora da economia local;
- Há uma consciência e a intenção de se desenvolver o turismo de forma sustentável (economicamente, socialmente e ambientalmente), o que significa não apenas utilizar o lucro gerado a partir do turismo para investir na própria comunidade, respeitar os limites de capacidade de exploração dos recursos naturais, mas também não permitir que a atividade gere desigualdades, exclusão social, e desvalorização da cultura, dos costumes e das crenças locais;
- A comunidade, no entanto, não atingiu um patamar de sensibilização e mobilização suficiente para engendrar ações efetivas no setor turístico, seja porque não possui recursos financeiros, investimentos ou conhecimento técnico necessário, ou porque ainda não aflorou sua autoestima a partir do resgate e da valorização dos recursos, sobretudo culturais e naturais. Tampouco reconhece-se a forte identidade caipira e rural, principal diferencial do município em relação aos vizinhos. Ressalva deve ser dada ao Bairro do Souza, que tem se organizado e realizado ações culturais e sociais de forma coletiva;
- As tecnologias em comunicação existentes são pouco acessíveis e obsoletas, além de não haver um canal de comunicação direta entre os três setores (público, privado e civil) que funcione de forma eficaz.

Comment [ks3]: Não tenho certeza se é o uso correto deste termo.

Tais conclusões levaram à elaboração dos programas de melhoria da comunicação e capacitação de mão-de-obra e sensibilização da população, quando da redação do PDTM. De maneira geral, esses programas buscavam engajar e empoderar a população de Monteiro Lobato a partir do estabelecimento do diálogo entre os setores (privado, público e civil), a fim de participarem conjuntamente no processo de

desenvolvimento do turismo, bem como incentivar a aceitação e o reconhecimento da atividade turística pela população, buscando também mostrar o potencial e os recursos turísticos dos quais o município pode se aproveitar.

Como resultados esperados, estavam: fazer com que a população se apropriasse dos recursos locais para que estes então fossem formatados turisticamente; o maior entrosamento entre os três setores; tornar acessíveis as questões que envolvessem a atividade turística local; e a inserção da sociedade civil no processo de planejamento participativo do turismo.

2. Objetivo geral

Criação de uma **rádio comunitária**, organizada e gerenciada pela própria comunidade.

3. Objetivos específicos

- **Sensibilizar** a população sobre os recursos do município através do resgate histórico e da valorização da cultura local e **engajando-a** no processo de planejamento turístico – como forma de dar continuidade ao trabalho iniciado pelo PlaneJÁtur;
- Ser um **canal de comunicação, mobilização e reivindicação** da população, onde estes possam expor suas necessidades e opiniões à gestão municipal, fortalecendo a união comunitária;

4. Justificativa

Como forma de conciliar os objetivos e atingir os resultados esperados dos programas citados anteriormente, ~~o presente projeto propõe-se~~ a constituição de uma rádio comunitária. Tal escolha justifica-se por contemplar tanto a questão da sensibilização e do engajamento quanto da criação de um canal de comunicação e de disseminação de informação, sem fugir da proposta de desenvolvimento sustentável desejado pela comunidade, pois “[...] a busca e a eficácia da sustentabilidade local devem enfatizar precisamente as propostas que permitam a verdadeira inclusão dos atores da comunidade” (HANAI; ESPÍNDOLA, 2011, p. 5).

Pode-se dizer que as oficinas participativas realizadas pelo Grupo PlaneJÁtur iniciaram o processo de sensibilização e engajamento da população, pois o primeiro passo é justamente ouvir a comunidade para entender quais os desafios, as reivindicações, os desejos e sonhos (ALMEIDA; BRAMBILLA; PAIVA, 2008), sendo ela a protagonista do processo participativo (HANAI; ESPÍNDOLA, 2011, p. 7). Vale lembrar que “a participação da comunidade não significa simplesmente um ato de consulta aos moradores, mas sim um compromisso de trabalho e de contribuição permanente, por partes das comunidades” (RUSCHMANN, 2004 apud ALMEIDA; BRAMBILLA; PAIVA, 2008, p.2). Por isso, o poder público deve ser responsável por solicitar a participação da população de maneira mais ampla e efetiva possível, pois quanto maior for o alcance, melhor será a compreensão das necessidades e dos desejos e, consequentemente, mais justa será a distribuição dos benefícios.

É importante frisar que o processo participativo toma mais tempo, principalmente porque a heterogeneidade das opiniões e a diversidade de reivindicações torna difícil o consenso, além de exigir empenho e dedicação constantes de todos os envolvidos. Por outro lado, tem maior probabilidade de sucesso, justamente pela tentativa de agradar a todos ou a maioria, valorizando o saber local, o ponto de vista do residente que convive cotidianamente com a realidade do município e que busca soluções, mas que nem sempre tem a oportunidade de concretizá-las ou divulgá-las.

Vale ressaltar a importância do resgate histórico e das origens do município, antes mesmo da consolidação de seu centro urbano:

“[...] qualquer cidade carece de se fazer conhecida nos marcos anteriores à trajetória urbana, uma vez que suas origens vinculam-se/inserem-se em um

mundo agrário no qual os mais antigos povoadores se fixam, geram condições de produção e sobrevivência, além de parâmetros de vida comunitária passíveis de adquirir forma urbana. [...] [S]em compreendermos sua trajetória histórica não conseguiremos promover de forma mais profunda e consistente a justiça social que tanto desejamos; ela mesma é uma conquista histórica.” (PELLICCIOTTA, 2006, p. 2)

Conforme mencionado anteriormente, as origens rurais ainda são presentes na atmosfera de Monteiro Lobato, visível para os visitantes e familiares aos moradores. Contudo, há uma ameaça iminente, já observada nos municípios do entorno, de que os valores, os costumes e as tradições familiares, pouco a pouco, sejam abandonados ou esquecidos ao longo do processo de urbanização e industrialização. Por isso a importância de manter viva a história e valorizar o passado (e o presente) rural de Monteiro Lobato, pois contribui para resgatar a autoestima da população, reconhecendo-se num processo histórico, relembrando suas raízes e cristalizando uma cultura que a diferencia dos demais locais.

Em outro patamar do processo de sensibilização, é preciso tornar acessível o conhecimento sobre o que se deseja construir coletivamente – no caso, a atividade turística –, de forma que a população se interesse pelo tema, desconstruindo resistências às mudanças, reduzindo frustrações e inseguranças e ao mesmo tempo preparando-a para a atuação e a recepção frente ao desenvolvimento do turismo e, principalmente, incluindo os desejos, os sonhos, os interesses e dando as características da comunidade ao processo. (HANAI; ESPÍNDOLA, 2011, pp. 8–9)

Enfim, como a rádio comunitária pode contribuir para este fim? Para Almeida, Guindani e Morigi, a rádio comunitária é capaz de construir o que Mota (2006, apud ALMEIDA; GUINDANI; MORIGI, 2011, p. 961) chama de *cidadania comunicativa*, que consiste no “reconhecimento da capacidade de ser sujeito de direito, de demanda e de decisões no terreno da comunicação, bem como a prática desses direitos”. Ou seja, o indivíduo amplia seu espaço democrático através dos meios de comunicação – no caso, o rádio –, socializando suas falas e, conseqüentemente, ampliando sua possibilidade de agir politicamente.

Assim, a rádio comunitária torna-se um espaço de discussão política, de elaboração de soluções e “da construção de percepções, de sensibilidades criativas, de competências, e prática cidadãs em suas comunidades” (ALMEIDA; GUINDANI; MORIGI, 2011, pp. 973). Mais que isso, as rádios comunitárias são capazes de “fortalecer e reconstruir laços identitários do grupo social que se concretizam a partir do

agir comunicativo.” (ALMEIDA; GUINDANI; MORIGI, 2011, pp. 974) Portanto, nesse processo de construção de cidadania comunicativa, faz-se imprescindível a valorização da história e da identidade cultural, pois é a partir do “compartilhamento destes valores e crenças que se possibilitam ações e estratégias políticas comprometidas e que renovam alternativas de mobilização”, além de construir, pouco a pouco, uma subjetividade coletiva, um resgate da memória cultural e da vida social (ALMEIDA; GUINDANI; MORIGI, 2011, p. 974). Para Leal e Ribeiro:

“Os espaços para tornar visíveis debates e reivindicações de uma justiça social podem estar nos veículos alternativos e comunitários de comunicação. Cabe à comunidade a escolha deliberada de ser protagonista ou destinatária de programas e de projetos que se deseja levar adiante. Nesse sentido, evocam-se as rádios comunitárias, nos termos suscitados por Cecília Peruzzo (2004), como meios de veiculação de conteúdos que expressam interesses e demandas de minorias em uma linguagem que representa a diversidade cultural, étnica e territorial, a qual, muitas vezes, é negligenciada pela indústria da comunicação de largo alcance.” (LEAL; RIBEIRO, 2007, p. 78)

Assim, o ouvinte deixa de ser passivo, ou mero receptor e consumidor dos meios de comunicação, passando agora a acumular suas próprias referências culturais e refletindo sobre sua realidade e seu cotidiano. (GURGEL, 2011, p. 86)

Para Novelino (1996, apud GURGEL, 2011, p. 85), as rádios comunitárias também podem aproximar o poder público da população, sobretudo da parcela menos favorecida, uma vez que o rádio tem maior alcance e acesso em termos econômicos. Segundo Peruzzo (1998, apud GURGEL, 2011, p. 85), as rádios também têm como vantagens:

- “a) a fácil compreensão por parte do ouvinte e a audição sem que outras atividades sejam interrompidas;
- b) a penetração em locais mais remotos e, conseqüentemente, o regionalismo da emissora que cria forte relação com o local em que está fincada;
- c) a mobilidade na transmissão e recepção que permitem transmitir mais informações e de forma mais ágil;
- d) o baixo custo de instalação e manutenção que facilita a aquisição do veículo pelos mais interessados e de menor poder aquisitivo.” (PERUZZO, 1998, apud GURGEL, 2011, p. 85)

Peruzzo afirma que as rádios comunitárias costumam atingir grande audiência porque sua programação é sintonizada com as problemáticas e os interesses locais, tendo ainda liberdade de criatividade que as diferenciam das rádios convencionais, além de atrair os anunciantes locais oferecendo preço mais baixo ao mesmo tempo que atinge diretamente o público-alvo do anunciante. (PERUZZO, 1998, p. 7)

Desta maneira, a criação de uma rádio comunitária permitirá integração entre moradores de diversas faixas etárias e posições sociais, funcionando como um elemento propulsor para cultura local, buscando assim, elevar a autoestima e consequentemente, o reconhecimento do que o município tem a oferecer aos seus visitantes.

5. Público-alvo

Tendo em vista que a rádio comunitária tem como propósito unir os cidadãos lobatenses e sensibilizá-los com relação à vocação turística da cidade, as transmissões da rádio terão como público-alvo a população de Monteiro Lobato, tanto residentes da área rural quanto da urbana e, principalmente, a parcela menos favorecida e com menores condições de acesso à informação – população não alfabetizada ou de baixa escolaridade, que não possui internet, televisão ou assinatura de jornais e revistas.

6. Implementação

Através de uma ampla divulgação da proposta de se criar uma rádio comunitária, deverá ser convocada uma reunião aberta a todos os interessados para que sejam discutidos todos os detalhes do presente projeto. Na ocasião, serão esclarecidas dúvidas e ouvidas as sugestões e críticas sobre o projeto, buscando já selecionar alguns líderes que encabeçarão as comissões detalhadas a seguir.

6.1. Estruturação das comissões

Todas as comissões serão formadas por voluntários, sem limite de membros, que poderão ser rotativos, desde que formalizadas a cada reunião, com o consentimento de todos os presentes.

Comissão de programação e cultura: ficará encarregada de planejar e elaborar a programação. Trará as pautas para cada programa, e fornecerá os roteiros que deverão ser seguidos pelos locutores.

Comissão operacional: será responsável pela transmissão da programação, dando preparo e suporte técnico.

Comissão de captação de recursos: buscará apoios financeiros e parcerias.

Comissão de comunicação: terá a função de divulgar a rádio e sua programação, bem como as atividades participativas.

6.1.1. Profissionais

- Técnico de som - Responsável formação técnica na área ou algum tipo de conhecimento prévio com relação ao funcionamento dos aparelhos disponíveis

- Tesoureiro - Profissional responsável por cuidar das movimentações de entrada e saída de ativos financeiros. Responsável também por organizar os financiamentos e doações recebidos pela rádio. Também poderá ser responsável pela sede em que funcionará a rádio.
- Apresentador - responsável pela criação e organização da programação. O profissional deverá ter boa dicção e desenvoltura com o público.
- Repórter - responsável pela realização de entrevistas com o público da rádio e convidados. O profissional deverá ter boa dicção, ser extrovertido e ter boa capacidade de improviso
- Comunicação - Profissional responsável pela divulgação da rádio e da parte de relacionamento. Deverá buscar divulgar a rádio aos moradores locais através de panfletagem, cartazes e divulgação em pontos comerciais.

6.2. Elaboração da programação

Este projeto sugere que o tempo da programação semanal da rádio seja distribuído da seguinte forma:

Turismo sustentável (20%)

- Informar e esclarecer a comunidade sobre o processo de planejamento do turismo sustentável local que tem se desenvolvido nos últimos anos, incentivando a participação da população;
- Entrevistas com especialistas, gestores ou profissionais do *trade* que abordem temas como desenvolvimento do turismo sustentável, planejamento participativo e sensibilização da população para o turismo;
- *Spots* (mensagens curtas e instantâneas) que informem sobre os atrativos e recursos de Monteiro Lobato e região e, possivelmente, alguns dados sobre o turismo local e regional.

*Priorizar uma linguagem simples e informal, explicando e adaptando termos técnicos, de forma a tornar a rádio mais atraente, acessível e compreensível aos ouvintes.

Resgate da memória e da história local (20%)

- Entrevistas com produtores rurais, famílias tradicionais e personalidades que preservam a cultura caipira;
- Entrevistas com população, sobretudo a idosa, que queira contar suas memórias, lendas e “causos” ocorridos na cidade;
- Trabalho com as escolas e educadores que pesquisem as narrativas do escritor Monteiro Lobato e façam a ligação com a paisagem e a cultura regional, transmitindo a informação de forma lúdica;
- Convidar pessoas locais para visitarem a rádio comunitária e contribuir espontaneamente com histórias familiares e receitas da culinária local.

Manifestações artísticas e culturais (15%)

- Transmissão de músicas locais, entrevistas com grupos artísticos e culturas, artesãos, artistas, poetas e escritores que desejem expor seus trabalhos, suas realizações, bem como as dificuldades que encontram neste processo;
- Transmissão de informações sobre manifestações artísticas e festivais interessantes que ocorrem na região da Mantiqueira com explicações do seu surgimento e história;
- Transmissão de gravações de Peças de Teatro que ocorrem periodicamente no Município.

Informações e notícias (15%)

- Divulgação do trabalho dos produtores rurais, comerciantes, empresários locais, associações e grupos organizados da sociedade civil através de reportagens e/ou entrevistas;

- Reportagens e notícias que tratem de denúncias, reivindicações e reclamações por parte da população ao poder público;
- Transmissão de notícias de interesse da população, sobretudo as que concernem os tópicos de turismo, arte e cultura e serviços sociais, bem como esclarecimentos e informes do poder público;
- Divulgação de notícias sobre a saúde, como forma de conscientizar e alertar a população a prevenção e tratamento de doenças, avisos de vacinas e demais informações para que possam ter uma melhor qualidade de vida.

Programação livre (15%)

- Programas elaborados por moradores com tema livre, desde que sejam de interesse da comunidade local, como por exemplo, educação, notícias do município, debates e conversas, etc.

Inserções de anunciantes (10%)

- Servirá não apenas para fornecer subsídios econômicos para manter a rádio, como também para divulgar comerciantes, produtos e empreendimentos locais à própria comunidade.

Divulgação de calendário (5%)

- Divulgação de festas, eventos e atividades locais e regionais, sobretudo das relativas ao processo participativo de planejamento turístico sustentável;

6.3. Realização de oficinas

Pensando na necessidade de capacitar os participantes para a implementação, a gestão e a manutenção da rádio, será necessário buscar parcerias que resultem em oficinas e palestras sobre o tema, em especial das entidades regionais. Uma possibilidade é a Universidade de Taubaté (UNITAU), que mantém a Rádio Educativa

FM UNITAU, além de já desenvolver alguns projetos em Monteiro Lobato e de prestar auxílio a Rádio Liberdade FM, uma rádio comunitária do município de Taubaté, através de um programa de extensão da universidade. Portanto, sugere-se que busque contatar a UNITAU, com a intenção de pedir apoio para realização de oficinas que tratem de questões técnicas, de desenvolvimento de programação, organização e distribuição de tarefas, entre outras dúvidas que sejam relevantes para o grupo.

Jornalista Responsável: Ana Paula dos Anjos Moura

Endereço: Avenida Walter Thaumaturgo, 700, Bom Conselho, Taubaté-SP

Telefones: (12) 3622-4965 / (12) 3621-3179

E-mail: fmunitau@unitau.br

6.4. Implantação de projeto piloto

Num primeiro momento, em que a rádio não esteja oficialmente e legalmente fundada, nem tenha recursos financeiros suficientes para adquirir equipamentos, porém já tenha uma quantidade de pessoas mobilizadas e disponíveis para colocar o projeto em andamento, sugere-se que sejam realizadas intervenções e que produzam materiais para mostrar à comunidade e, posteriormente, dar bases para justificar o pedido de abertura de uma rádio comunitária às instâncias governamentais.

6.4.1. Chamada em praça pública

Será necessário reunir um aparelho amplificador de som, seja uma caixa amplificadora com microfone, um megafone ou carro de som, que possa ser emprestado para fazer a intervenção. A ideia é que seja elaborada uma programação de, no máximo, 3h de duração a ser veiculada na Praça de Baixo durante o fim de semana, como forma de demonstrar o que será a rádio.

Por exemplo, a programação poderá conter a presença de artistas que queiram apresentar seus trabalhos, um representante do setor turístico que dê uma entrevista, uma personalidade local que conte uma lenda ou um “causo” de Monteiro Lobato, uma roda de conversa sobre algum assunto de interesse do momento, etc. É importante que seja apresentada a proposta da rádio e que todos fiquem informados sobre as próximas reuniões – se possível, através de panfletos.

6.4.2 Elaboração de um *audiolog*

Após a intervenção, espera-se que mais pessoas compareçam nas próximas reuniões. Para que estes novos participantes mantenham-se interessados e engajados na proposta, é importante já ter uma atividade para colocarem em prática, que também terá como objetivo agregar mais membros. Por isso, sugere-se a elaboração de um *audiolog*, que é um programa de rádio disponibilizado na internet. Nesta etapa, sugere-se o auxílio de profissionais da área que tenham experiência e conhecimento técnico e que se disponham a acompanhar o processo de elaboração do *audiolog*.

a. Escolha das temáticas

É ideal a participação de todos os envolvidos nesta etapa, para que a maior quantidade de sugestões e críticas sejam reunidas. Sugere-se que sejam incluídos os temas sugeridos no item 6.2 Elaboração da programação, pois a ideia é que este programa seja uma demonstração do que será a rádio no futuro. Deverão ser discutidas a ordem em que serão transmitidas as temáticas e os formatos.

b. Elaboração da pauta

A pauta do programa corresponde ao texto que guiará os locutores, podendo ser uma pauta livre (ideal para conversas entre locutores que apenas sigam um tema pré-elaborado), uma pauta-guia (contendo apenas os tópicos que deverão ser abordados), uma pauta informativa (mais detalhada, ideal para assuntos mais técnicos e precisos), uma pauta transcrita (que contém exatamente o texto que o locutor falará), ou uma combinação entre cada tipo.

c. Definição de participantes e distribuição de funções

Seguir a divisão de comissões proposta no item 6.1 Estruturação das comissões, definindo quem ficará responsável por divulgar o *audiolog*, elaborar, conduzir, dar suporte técnico, editar e transmitir, além de captar recursos financeiros e equipamentos necessários para a gravação, bem como parceiros que desejem apoiar os projetos e os convidados especiais que queiram participar da gravação.

d. Equipamento

Para gravar o *audiolog* será necessário um computador e um *headset* com microfone de qualidade para cada integrante.

e. Gravação

É ideal que a gravação ocorra num local com isolamento acústico ou com o mínimo de ruídos possível. Para gravar, cada participante deverá instalar em seu computador um programa de gravação, sendo indicado o Audacity, disponível para download gratuitamente na internet. Assim, cada participante gravará seu áudio em seu computador, com seu *headset*.

f. Edição

Nesta etapa, recomenda-se o auxílio de uma pessoa já experiente para que possa explicar o processo de edição. O próprio programa Audacity citado anteriormente pode servir para fazer a edição. Basicamente, a edição irá selecionar o que houver de melhor e excluir o que não for útil no conteúdo da gravação. É um processo que leva tempo e é de extrema importância para a qualidade final do trabalho, sendo necessário ouvir diversas vezes o resultado para verificar possíveis falhas que não tenham sido identificadas previamente.

g. Vinhetas

São utilizadas nas transições de blocos ou programas, devendo ser marcantes para chamar atenção. Pode-se ter diversas vinhetas, uma para cada programa, ajudando o ouvinte a identificar cada um. As vinhetas podem ser elaboradas pelos próprios participantes, usando efeitos sonoplásticos, musicais ou efeitos sonoros digitais encontrados para download na internet.

h. Publicação

Finalizada a edição, o *audiolog* deverá ficar disponível para download em algum domínio da internet, seja num blog ou site, seja em sites de compartilhamento de arquivos como o 4shared.com.

i. Divulgação

Uma vez publicado, o *audiolog* deverá ser amplamente divulgado em nível local e regional. Outra intervenção poderá ser realizada com a transmissão do *audiolog* por meio de amplificadores ou carro de som, seja na praça do Centro ou nos bairros mais afastados, com o objetivo de mostrar os resultados do projeto e mobilizar mais participantes.

6.5. Regulamentação e registro

Após a ampla divulgação e da realização dos projetos piloto, espera-se que a população esteja engajada e com intenções de perpetuar a ação. Assim, para registrar formalmente a rádio comunitária, devem-se seguir as etapas:

A. Iniciar uma Associação Comunitária sem fins lucrativos (entidade mantenedora)

Para dar entrada ao processo legal de constituição de uma rádio comunitária, deve-se, primeiramente, ter uma Associação Comunitária constituída e legalizada. Uma associação comunitária pode ser definida como “aquelas que têm como objetivo organizar e centralizar forças de moradores de uma determinada comunidade para representar, de maneira mais eficaz, interesses comuns” (MINAS GERAIS, 2010, p. 5). Caso o município não encontre alguma associação já constituída que deseje ser implementar o projeto da rádio comunitária, é necessário seguir os seguintes passos:

B. Realização de reuniões

Para fundar uma associação comunitária, o primeiro passo é realizar uma reunião (ou várias), no qual os interessados irão discutir os possíveis nomes da associação, sua missão, visão e valores, os objetivos e as atividades que a futura

associação irá desenvolver, onde será a sede, entre outros tópicos. Pode-se também tirar uma comissão que se encarregará dos trâmites legais para a criação da associação. É importante que as reuniões registrem atas e que sejam assinadas por todos os presentes e, segundo disposto no art. 1º, § 2º, da Lei 8.906/94, as atas devem ser assinadas por um advogado.

C. Elaboração de um estatuto

As reuniões deverão elaborar e revisar um estatuto da associação, com a participação da maioria dos interessados. O Estatuto deverá conter os objetivos da associação, as regras para eleições de seus dirigentes, período de mandato, as funções dos órgãos, entre outros itens necessários para o andamento da associação. De acordo com o art. 54 do Código Civil, o estatuto deverá conter os seguintes itens:

“Art. 54. Sob pena de nulidade, o estatuto das associações conterá:
I - a denominação, os fins e a sede da associação;
II - os requisitos para a admissão, demissão e exclusão dos associados;
III - os direitos e deveres dos associados;
IV - as fontes de recursos para sua manutenção;
V - o modo de constituição e funcionamento dos órgãos deliberativos e administrativos;
V - o modo de constituição e de funcionamento dos órgãos deliberativos;
(Redação dada pela Lei nº 11.127, de 2005)
VI - as condições para a alteração das disposições estatutárias e para a dissolução.
VII - a forma de gestão administrativa e de aprovação das respectivas contas.
(Incluído pela Lei nº 11.127, de 2005)”

As associações devem ser compostas por, no mínimo, três órgãos:

- I. Assembleia Geral, que deliberará sobre as questões de maior importância para a entidade. A Assembleia Geral deverá convocar os associados, que votarão os assuntos colocados em discussão;
- II. Diretoria (órgão executivo), que vai administrar a associação e representar seus associados;
- III. Conselho Fiscal, órgão que fiscaliza os atos de gestão da entidade.

D. Realização de Assembleia Geral Constituinte

A Associação realizará, então, uma **Assembleia Geral Constituinte, que deverá ser convocada com, no mínimo, 15 dias de antecedência, devendo ter presentes pelo menos metade de seus membros. Durante a Assembleia, os presentes irão** ler e aprovar as propostas de Estatuto Social e de Regimento Interno e eleger a Diretoria, o Conselho de Administração e o Conselho Fiscal. As eleições deverão ser divulgadas publicamente, comunicando a todos os associados sobre a data, o horário e os candidatos à eleição. O processo deve ser transparente e com condições iguais para todos.

E. Registro

Com o estatuto e as atas em mãos, deve-se inscrever os **atos constitutivos** – ou seja, as atas das reuniões **e da Assembleia** em que foram decididas a criação da entidade e a aprovação do estatuto – no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas. Após o registro em cartório, a associação deverá efetuar a inscrição no Cadastro Nacional das Pessoas Jurídicas (CNPJ). Após 15 dias do registro, a Associação deverá entregar a declaração de início das atividades, na sede social da entidade.

F. Enviar os dados da Associação para o cadastro do Ministério das Comunicações (MiniCom).

Uma vez criada a Associação Comunitária, deve-se enviar seus dados juntamente com o pedido de inclusão ao cadastro do Ministério das Comunicações¹, a fim de requerer outorga para habilitação da rádio. Para tanto é necessário preencher o formulário padronizado de manifestação de interesse em instalar rádio comunitária disponível no Anexo 1 no sítio eletrônico do Ministério das Comunicações. Depois de preenchido, o formulário deve ser entregue diretamente no protocolo central do Ministério das Comunicações, em Brasília; encaminhado via postal, por correspondência dirigida à Secretaria de Serviços de Comunicação Eletrônica; ou enviado por meio eletrônico, quando esta facilidade estiver disponível no sítio

¹ Disponível em:
<<http://www.mc.gov.br/radio-comunitaria/formulariospegue>> Acesso em: 30 out 2014.

eletrônico do Ministério das Comunicações, de acordo com o documento oficial da Portaria nº 462, de 14 de outubro de 2011.²

G. Confirmação de entrada no MiniCom

A associação deve, então, aguardar a publicação de um Aviso de Habilitação no Diário Oficial da União, que contemple o município em que estão sediadas. Neste informe aparecerão os nomes das entidades que fizeram o pedido inicial, e a partir deste aviso outras entidades poderão dar entrada em solicitação de concorrência para habilitação do canal. Uma vez publicado o edital e o município tendo sido contemplado, a entidade terá 60 dias para encaminhar o requerimento, juntamente com toda a documentação descrita no subitem 8.1 da Norma nº 1/2011, aprovada pela portaria nº 462/2011.

H. Análise de entidades e regulamentação

Toda a documentação enviada será analisada pela equipe de outorgas do Ministério das Comunicações que verificará se as entidades reuniram os requisitos mínimos necessários à participação do certame, ou seja, se tem caráter comunitário, se estão devidamente constituídas e registradas em cartório, se estão cadastradas no CNPJ, se possuem a finalidade estatutária de prestar o serviço de radiodifusão comunitária, se encaminharam os documentos indicados. Após a finalização do processo, a lista de rádios comunitárias autorizadas a funcionar são divulgadas no Diário Oficial da União e na própria página eletrônica do MC. Entretanto para funcionar a rádio deve aguardar a decisão da Casa Civil e do Congresso Federal para operar. O Ministério das Comunicações publicará Avisos de Habilitação, com a finalidade de convocar as entidades interessadas em executar o Serviço de Radiodifusão Comunitária a apresentarem a documentação exigida no subitem 8.1 do decreto nº 462 anexo ao final deste projeto, para o procedimento seletivo.

I. Tramitação no Congresso

² Disponível em:

<<http://www.mc.gov.br/portarias/26285-portaria-n-462-de-14-de-outubro-de-2011>> Acesso em: 30 out 2014.

Por fim, o Congresso Nacional recebe o processo da rádio e, após analisá-lo, dá um parecer. Caso seja favorável dá a emissora a autorização de entrar no ar através de um decreto legislativo.

É importante frisar que "O serviço de radiodifusão somente pode ser posto em prática mediante autorização da autoridade pública competente. Exegese dos artigos 21, XII, a e 233 da CF, bem como do art. 2º, da Lei 9.612 /98. - O fato de serem de baixa potência e sem fins lucrativos não eximem as rádios comunitárias de atenderem a legislação aplicável ao serviço de radiodifusão sonora, nem as dispensam da autorização para funcionamento.

6.6. Viabilidade financeira

6.6.1 Fontes de financiamento

No dia 23 de maio de 2012, foi aprovado pelo senado o projeto de lei do senado número 556/07, na qual as entidades radiodifusoras comunitárias podem pedir financiamento para o Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES), para implantação os projetos de capacitação técnica e operacional³. Recentemente em agosto de 2014 o projeto foi aprovado pela Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática (CCT) como Projeto de Lei número 4133/12⁴, e no documento consta que o financiamento poderá ser pago em até 10 anos e terá prazo de carência de 2 anos e uma taxa de juros a ser paga, o projeto está em análise pelas comissões de Finanças e Tributação; e de Constituição e Justiça e de Cidadania para ser aprovado e poder entrar em vigor.⁵

Como a lei ainda não foi aprovada por todos os órgãos responsáveis, será necessário aguardar para que seja possível obter as informações de como entrar com o

³ Disponível em: <<http://www12.senado.gov.br/noticias/materias/2012/05/23/emissoras-comunitarias-poderao-ter-financiamento-do-bndes>>. Acesso em: 30 out 2014.

⁴ Íntegra da proposta. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=549790>>. Acesso em: 30 out 2014.

⁵ Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/COMUNICACAO/472660-COMISSAO-APROVA-FINANCIAMENTO-DO-BNDES-PARA-RADIOS-COMUNITARIAS.html>>. Acesso em: 30 out 2014.

pedido referente ao recurso financeiro para a rádio comunitária poder adquirir a sua estrutura física.

Para se manter informado, a seguinte página da internet <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=549790>> faz referência a todas as informações do projeto de lei 4133/12, e nela é possível acompanhar o andamento das aprovações clicando em “cadastrar para acompanhamento”, sendo necessário cadastrar-se no site (a própria página da internet irá sugerir o seu cadastro) e então poderá acompanhar o andamento das aprovações do projeto de lei.

Assim que a lei for aprovada, o roteiro do pedido será lançado no site da BNDES (http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/), e é importante que os responsáveis pela rádio comunitária antes de fazer a solicitação de financiamento, já tenham o processo de legalização da radiodifusão concluída, pois há grandes chances de esse ser um dos pré-requisitos para entrar com o pedido.

No site do BNDES eles informam que os pedidos de financiamento passam basicamente por cinco grandes fases, sendo elas consulta prévia, perspectiva, enquadramento, análise e contratação. Com isso já se pode ter uma ideia de como funcionam e para ter mais detalhes e estimativa de tempo o ANEXO 1⁶ dará mais informações.

6.6.2 Isenção de Impostos

Para as rádios comunitárias, no ano de 1988 a Constituição Federal instituiu imunidade (isenção) tributária para as entidades sem fins lucrativos desde que estejam atendendo os requisitos atendidos pela lei, esse fator de isenção ajuda na diminuição das despesas, facilita e faz ser mais acessível manter uma rádio em funcionamento. Esses tributos são (MINAS GERAIS, 2010, p. 12):

- Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana (IPTU);

⁶

Disponível em:
<http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Apoio_Financeiro/fluxo.html>.
Acesso em: 05 out 2014.

- Imposto sobre a Propriedade Territorial Rural (ITR);
- Imposto sobre Transmissão Causa Mortis ou Doação de Bens e Direitos (ITCD);
- Imposto sobre a Transmissão Inter Vivos de Bens Imóveis (ITBI);
- Imposto sobre a Propriedade de Veículos Automotores (IPVA);
- Imposto sobre a Renda e Proventos de qualquer Natureza (IR);
- Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS);
- Imposto sobre Serviços de qualquer Natureza (ISSQN);
- Imposto de Importação (II);
- Imposto sobre Operações Financeiras (IOF);
- Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI).

Outro benefício que as associações tem favorecimento, é relativo a imunidade à contribuição para a seguridade social e também possuem imunidades previstas na CF/88, além de outras concedidas por leis. (MINAS GERAIS, 2010, p. 12)

6.6.3 Apoio cultural a rádio comunitária

Pela lei nº 9.612/98, a rádio comunitária pode receber apoio cultural de entidades patrocinadoras de maneira limitada e apenas para pagamentos dos custos das transmissões de programação ou de algum programa em específico. Apenas poderá ser feita a divulgação de mensagens institucionais sem propaganda de produtos, bens, preços e ofertas dos mesmos, eles devem situar na região de serviço que a rádio atinge, e apenas é permitida a veiculação do nome, telefone e endereços físico e eletrônico do patrocinador. (MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES, 2014)

A rádio comunitária também não é permitida participar de processos licitatórios, pois é uma entidade sem fins lucrativos e não pode ser contratada para divulgação de atos e avisos administrativos, dessa maneira seria impossível ter um acordo com as entidades público e privada para prestação de serviço remunerado. (GEPAM, 2013)

Para ajudar a realizar os cálculos referente aos valores a serem pago para a rádio comunitária, a consultoria GEPAM (2013, p.2) coloca que o valor adequado a ser cobrado das entidades patrocinadoras devem ser com base nos custos variáveis, ou seja,

“os gastos tidos com aluguel do imóvel, energia, água, telefone, manutenção dos equipamentos, pessoal, etc, sobre o custo total de permanência da emissora “no ar”. Assim, tem-se o valor mínimo de horas ou minutos. Sob este valor mínimo, é adicionado uma margem de segurança, para eventuais investimentos na rádio. Vale destacar também, que uma Rádio Comunitária não tem objetivo lucrativo, o que significa a vedação de distribuição de valores entre dirigentes ou associados.”

Caso haja um superávit ao realizar um confronto entre as receitas e as despesas da rádio comunitária, não acarretará em nenhum problema, pois esse valor poderá ser usado pela mesma para uso exclusivo em manutenção, melhorias e sobrevivência.

6.6.4 Equipamentos básicos necessários para uma rádio de frequência FM

Abaixo seguem as funcionalidades dos equipamentos básicos para montar uma rádio FM de baixa potência (25watts), frequência autorizada por lei para o funcionamento das radiodifusoras comunitárias:

CD/Mp3 player: Equipamento responsável pela reprodução das músicas, comerciais e programações gravadas.

Chave Híbrida: Esse equipamento é responsável por conectar o telefone convencional a mesa de som para transmissão.

Transmissor FM 25W e Antena de transmissão: Produz ondas eletromagnéticas na frequência FM que é receptível as rádios domésticas e operará nas frequências determinada pela agência reguladora. É importante que o equipamento transmissor comprado seja aprovado pela ANATEL, para que tenham a calibragem conforme a lei para que não causem interferências em outras rádios.

Cabo de antena: Fio conectado entre os aparelhos de transmissão e a torre de antena.

Torre de antena: A torre de antena é um benefício que trará um maior alcance da rádio para os diversos bairros e áreas rurais do município.

Microfone condensador: Deve ser de boa qualidade para que não tenha ruídos durante a transmissão dos locutores.

Mesa de som (4 canais): Ele é conectado a todos os equipamentos que emitem áudio e é responsável por baixar, misturar e organizar o som que terá passagem pelo transmissor. Permite que tenha uma música de fundo enquanto o locutor fala.

Telefone convencional: Utilizado para as comunicações entre os locutores e os ouvintes e também serve como meio para que as pessoas entrem em contato com a rádio.

Gerador de Stereo Compressor/ Expansor Processador FM: Serve para converter as variações elétricas em oscilações para que atendam a uma determinada frequência de rádio, limitando os picos de áudio não permitindo que ocorram distorções. É instalado entre a mesa de som e o transmissor FM.

Computador: Será útil para realizar pesquisas na internet, ajustar programações, editar entrevistas, enumerar e listar músicas mixar CD's. Também serve para captação de áudio por meio do uso da placa comum utilizando as portas simples de entrada e saída de áudio.

Link (transmissor intermediário) TX de FM 7 Watts: Permite que o local da criação do áudio esteja distante do ponto principal de transmissão, ou seja, permite que sejam feitas matérias em diversos pontos do município.

Tabela 1: Orçamento dos equipamentos

EQUIPAMENTO	PREÇO MÉDIO
CD/Mp3 player - Lennox	R\$ 150,00
Chave Híbrida - Montel Mtclpret 2 Linhas	R\$ 800,00
Transmissor 25W - CZE T-251 (1W -25 W/ Fonte 12 V -7 A)	R\$ 1.150,00
Antena de transmissão - Tw710 - FM (¼ de Onda)	R\$ 160,00
Cabo de antena (30m)	R\$ 370,00
Torre de antena (18m)	R\$ 9,00 por quilo (Preço médio R\$ 3.600,00)
Microfone condensador Behringer C1 Estúdio Rádio TV	R\$ 250,00
Mesa de som (4 canais) Ciclotron Wattsom MXM 4S	R\$ 220,00

Telefone sem Fio Phillips	R\$ 105,00
Gerador de Stereo Compressor/ Expansor Processador FM	R\$ 850,00
Computador AOC All in One 20A25U-W81SL com Intel Dual Core 2GB 500GB Tela LED 19,5" Windows 8	R\$ 1.300,00
Link (transmissor intermediário) TX de FM 7 Watts	R\$ 450,00
TOTAL	R\$ 9.405,00

Fonte: Adaptação da tabela⁷ elaborada pelos autores e valores obtidos por meio de pesquisa no mercado em outubro de 2014.

6.7. Viabilidade técnica

6.7.1 Instalação de equipamentos

Antes da instalação, é necessário realizar um estudo do local na qual será estabelecida a localização da rádio, pois a topografia influenciará no alcance. Se a região tiver muitos obstáculos, poderá atrapalhar o sinal ou terá ruídos na transmissão, pois as ondas eletromagnéticas da frequência FM se propagam em linha reta.

Neste caso, é interessante a contratação de um profissional para que possa ajudar nas instalações e informar se a transmissão atingirá a maior parte do Município de Monteiro Lobato. Para isso, poderão solicitar ajuda das rádios comunitárias da região do Vale do Paraíba como proposto no item 6.4. “realização de oficinas”, solicitando um contato de um profissional da região ou a ajuda da comissão técnica.

6.7.2 Equipe técnica

Na participação da gestão e execução, busca-se atingir todas as faixas etárias possíveis, de forma que, aos maiores de 18 anos a participação poderá se dar na Associação Comunitária (entidade mantenedora). Aos jovens de até 18 anos, caberá a

⁷ Trabalho apresentado à disciplina de graduação de Resolução de Problemas (Grupo 2 da Turma 42), período matutino do curso de Gestão de Políticas Públicas da EACH - A TECNOLOGIA ADEQUADA À IMPLEMENTAÇÃO DE RÁDIOS COMUNITÁRIAS E A ATUAL SITUAÇÃO EM QUE SE ENCONTRAM. Disponível em: <http://www.each.usp.br/flamori/images/RP42_2_20061.pdf>. Acesso em: 30 out 2014. Também foi baseado nas informações do Fórum Brasileiro de Economia Solidária

operação técnica dos aparelhos da rádio e suporte na elaboração de propostas para as programações da rádio.

7. Cronograma

Atividades/Mês	1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°	9°	10°	11°	12°	13°	14°	15°	16°	17°	18°
Reuniões com a comunidade para definir programações e gestores da rádio	X	X																
Projeto piloto - Chamada em praça pública e <i>audiolog</i>		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Processo legal (formulários e autorizações)* ⁸		X	X	X	X	X												
Solicitação de financiamento pelo BNDES* ⁹							X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
Compra e instalação técnica dos equipamentos																	X	
Testes de programação e do sistema para possíveis ajustes																	X	X
Estabelecimento de programação e divulgação da rádio para a comunidade																	X	X

⁸ * O tempo colocado no cronograma é uma estimativa, dependerá totalmente do processo legal dependerá da publicação no Diário Oficial da União dos "Avisos de Habilitação", nos quais aparecerão os nomes das rádios que estarão habilitadas a prestar o serviço de Radiodifusão Comunitária e em seguida deverão enviar os documentos restantes solicitados. (MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES, 2012)

⁹ * Será necessário esperar a lei ser aprovada por todos os órgãos responsáveis e entrar em vigor, para que o BNDES divulgue em seu site conforme explicado no item 6.6.1 fontes de financiamento.

8. Resultados esperados

- Espera-se que a população de Monteiro Lobato torne-se mais informada sobre as questões sociais e políticas de seu município, sobretudo sobre o processo de planejamento participativo para o desenvolvimento do turismo sustentável, apontado como alternativa de alavancar a economia local;
- A partir do modelo participativo, agora aproveitado também pela rádio, os participantes e ouvintes sejam motivados a engajar-se em causas que os sensibilizem e mobilizem, dinamizando não só o processo de desenvolvimento turístico, como também de construção e conquista de cidadania;
- Através do resgate histórico e cultural e do reconhecimento das riquezas e recursos que o município detém, espera-se aumentar a autoestima da maior parte comunidade, por meio da formação de novos círculos sociais, de novas causas e soluções, da acessibilidade à informação e do conhecimento, além de suporte para o poder público, que agora tem a população trabalhando ao seu lado.

Objetivo Específico	Pergunta de avaliação	Indicadores Quantitativos	Indicadores Qualitativos	Fontes de informação	Coleta de Dados	Periodicidade
Sensibilizar a população sobre os recursos do município através do resgate histórico e da valorização da cultura local e engajando-a no processo de planejamento turístico – como forma de dar continuidade ao trabalho iniciado pelo PlaneJÁtur;	Em que medida a população está mais engajada com o desenvolvimento do Turismo Sustentável e com a valorização da cultura local?	Número de pessoas envolvidas com a rádio comunitária através de depoimentos e contribuições.		Relatórios provenientes da rádio comunitária.	Análise do documento	Mensal
		Número de Turistas que visitam o município.		Relatório aproximado proveniente do observatório turístico?	Análise do documento	Mensal
			Qualidade e preparo da população local para receber, indicar os pontos a serem visitados e contar fatos interessantes aos visitantes.	Depoimentos dos turistas sobre o município e dos próprios moradores.	Entrevista presencial ou por telefone.	Trimestral

Comment [ks4]: Pensei que podiam ter make off da implementação do projeto...

Comment [ks5]: Melhor não associar com coisas que ainda não existem...

9. Referências

CREFITO 8. **Como criar uma associação.** Disponível em: <http://www.crefito8.org.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=194>. Acesso em: 30 out. 2014.

GEPAM. **Apoio Cultural a Rádio Comunitária** Disponível em: <http://www.gepam.adm.br/noticias/files/13743_Nota_tecnica24_Apoio-Cultural-Radio-Comunitaria.pdf>. Acesso em: 30 out 2014.

JUSBRASIL. **Art. 54 do Código Civil - Lei 10406/02.** Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/topicos/10726831/artigo-54-da-lei-n-10406-de-10-de-janeiro-de-2002>>. Acesso em: 30 out. 2014.

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DE MINAS GERAIS. **Associações comunitárias: Guia prático e dúvidas frequentes**, 2010.

ALMEIDA, A. R. B. DE; BRAMBILLA, A.; PAIVA, J. **Turismo, sensibilização e cidadania na comunidade da Praia da Penha.** X Encontro de Extensão. 2008.

ALMEIDA, C. D. DE; GUINDANI, J. F.; MORIGI, V. J. A radio comunitária como prática de cidadania comunicativa. **Revista Famecos**, v. 18, n. 3, p. 959–975, 2011.

FÓRUM BRASILEIRO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA. **Saiba como montar uma rádio comunitária.** Disponível em: <http://www.fbes.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=6240&Itemid=62>. Acesso em: 16 out 2014.

GURGEL, W. Rádio Comunitária como estratégia de comunicação da Extensão Pesqueira para o Desenvolvimento Local. **Signo y Pensamiento**, v. XXX, p. 80–93, 2011.

HANAI, F. Y.; ESPÍNDOLA, E. L. G. Programa de Sensibilização Sustentável do Turismo : uma proposta para envolvimento e participação de comunidades locais. **Turismo em Análise**, v. 22, n. 1, p. 4–24, 2011.

LEAL, S.; RIBEIRO, L. M. Mídias alternativas e esfera pública: o espaço do debate político nas rádios comunitárias no Brasil e na França. **Estudos de Sociologia**, v. 12, n. 32, p. 65–95, 2007.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. **Rádio Comunitária.** Disponível em: <<http://www.mc.gov.br/acoes-e-programas/telecentros/170-sem-categoria/22023-radio-comunitaria>>. Acesso em: 30 out 2014.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. **Rádio Comunitária - Apresentação.** Disponível em: <<http://www.comunicacoes.gov.br/espaco-do-radiodifusor/radio-comunitaria>>. Acesso em: 30 out 2014.

MUNDO PODCAST. **Tutorial:** como criar um podcast. 18 fev. 2014. Disponível em: <<http://mundopodcast.com.br/podcasting/tutorial-como-criar-um-podcast/#gravacao>>. Acesso em 5 nov. 2014.

PELLICCIOTTA, M. **Estudos acerca do desenvolvimento do turismo em uma perspectiva de sustentabilidade e autonomia social: subsídios e análises para o plano diretor de Ilha Solteira.** [s.l: s.n.]. Disponível em: <http://www.academia.edu/5050843/ESTUDOS_ACERCA_DO_DESENVOLVIMENTO_DO_TURISMO_EM_UMA_PERSPECTIVA_DE_SUSTENTABILIDADE_E_AUTONOMIA_SOCIAL>. Acesso em: 30 out 2014.

PERUZZO, C. M. K. **Participação nas Rádios Comunitárias no Brasil.** Recife, 1998. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/peruzzo-cicilia-radio-comunitaria-br.pdf>>. Acesso em: 30 out 2014.

TUDO RÁDIO. **Rádios Comunitárias.** Disponível em: <<http://tudoradio.com/conteudo/ver/3-O-Radio-Comunitarias>>. Acesso em: 25 out 2014.

_____. **Norma complementar do serviço de radiodifusão comunitária.** Disponível em: <http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com_docman&task=view&gid=161>. Acesso em: 25 out 2014.

ANEXO 1 - Fluxo e Prazos para Tramitação de Operações Diretas, Indiretas não Automáticas e Mistas

O fluxo para solicitação de apoio no BNDES, de uma forma geral, compreende as etapas de Enquadramento, Análise, Contratação e Desembolso, conforme a figura a seguir:



Depri: Departamento de Prioridades e Enquadramento

CEC: Comitê de Enquadramento e Crédito e Mercado de Capitais

DIR: Diretoria do BNDES

Enquadramento

A etapa inicial, chamada de Enquadramento, inicia-se no Departamento de Prioridades e Enquadramento (DEPRI), com o recebimento do **Roteiro para Apresentação de Proposta de Apoio Financeiro (RAP)** preenchido. Nesta etapa, é realizada uma análise técnica preliminar, bem como é verificada a adequação do projeto às Políticas Operacionais e de Crédito do BNDES. São verificados, nessa fase, diversos aspectos do projeto e do solicitante, tais como: capacidade gerencial, análise cadastral, análise de risco de crédito, atendimento às normas ambientais, histórico de relacionamento com o Banco, dentre outros aspectos.

Após essa análise, a proposta de apoio ao projeto é submetida ao Comitê de Enquadramento e Crédito e Mercado de Capitais (CEC), composto pelos superintendentes do BNDES, para deliberação. Cabe ao Comitê decidir se a operação será enquadrada, ou seja, se o BNDES dará prosseguimento à análise de viabilidade do apoio financeiro.

A comunicação à postulante sobre a deliberação do CEC é realizada por correspondência. A fase de enquadramento possui um prazo estimado de aproximadamente 30 dias após o recebimento de todas as informações solicitadas.

Análise

Caso o projeto seja enquadrado pelo CEC, inicia-se a etapa de análise, realizada pelos Departamentos Operacionais do BNDES, conforme o setor de abrangência do projeto.

Nesta etapa, é realizada uma análise detalhada sobre o projeto e a postulante, incluindo: análise de viabilidade econômico-financeira, classificação de risco de crédito, avaliação das garantias oferecidas para cobertura dos riscos, análise jurídica, regularidade fiscal e previdenciária das postulantes e do cumprimento da legislação ambiental aplicável.

Decisão

Com a conclusão da fase de análise, a proposta de aprovação ou não do projeto é submetida à deliberação da Diretoria do BNDES (DIR). A comunicação sobre a decisão da Diretoria é realizada formalmente por correspondência. A fase de análise possui um prazo estimado de aproximadamente 210 dias, que depende principalmente da complexidade do projeto e da qualidade das informações disponibilizadas pela empresa ao BNDES.

Contratação e desembolso de recursos

Após a aprovação, inicia-se a fase de contratação, na qual, depois de verificadas todas as condições precedentes aprovadas pela Diretoria, é formalizado o contrato de financiamento entre o BNDES e a empresa/instituição.

Inicia-se então a fase de desembolso, em que os recursos do financiamento são disponibilizados ao cliente, parceladamente, pela equipe de acompanhamento do BNDES, de acordo com a evolução física e financeira do projeto apoiado.

A CELERIDADE DA TRAMITAÇÃO DO PEDIDO ESTÁ RELACIONADA AO FORNECIMENTO ÁGIL DE INFORMAÇÕES CLARAS E COMPLETAS AO BNDES.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

Projeto Interdisciplinar de Turismo
Ecomuseu Comunitário de Monteiro Lobato

Ana Gabriela Galante Garcia
Gabriela Lino Elias
Maria Aparecida Pandeló Paiva
Nathalia Giulia Buzzo

São Paulo
Outubro de 2014

1. Descrição e justificativa

Monteiro Lobato, município localizado na Serra da Mantiqueira no Vale do Paraíba, tem uma população de 4.120 habitantes, sendo predominante a rural. A cidade é pequena, mais possui diversos atrativos naturais e culturais, o que a qualifica para o ramo do turismo sustentável.

Um trabalho realizado pelo grupo PlaneJÁtur em parceria com o município vem conscientizando a população para o turismo sustentável durante estes três últimos anos através de cursos de capacitação, levantamento dos atrativos turísticos, troca de experiências e sugestões, pesquisa de demanda turística e com os moradores. Este processo gerou a expectativa da criação de um museu que contasse a história da cidade e valorizasse sua cultura, além de estimular a fixação do lobatense no município, principalmente os jovens, mostrando-lhes oportunidades de se qualificar e trabalhar na área de turismo.

No município de Monteiro Lobato é possível notar diversos elementos culturais, tais como a confecção e o desfile dos bonecos Pereirões durante o Carnaval, as danças tradicionais Moçambique e Catira, as lendas, o artesanato, as festas religiosas e o festival de literatura infantil. Tais manifestações já atraem diversos turistas e são apresentadas em eventos como o “Revelando São Paulo”, porém não há um contexto histórico cultural que mostre suas origens, nem uma preocupação em passar estes conhecimentos para as novas gerações. Tampouco há uma divulgação dos atrativos naturais locais que fazem parte das obras do escritor que dá nome a cidade e da própria história do estado de São Paulo.

Diante desta realidade, e pensando na preservação desta cultura única, propomos a criação de um ecomuseu comunitário que possa integrar a comunidade e conscientizá-la de seu valor cultural, despertando o sentimento de pertencimento local. A própria organização e a estrutura de um ecomuseu propõem a participação da sociedade no levantamento de informações sobre a sua cultura, história e tradições que englobam tanto o patrimônio material, quanto o imaterial (BABO e GUERRA, 2005).

No âmbito do turismo sustentável, a cultura aparece como uma forma de disseminação de saberes e convivência, valorizando o cotidiano e as especificidades locais, criando uma particularidade que pode tornar-se a marca do local (BABO e GUERRA, 2005). A organização dessa cultura na forma de um ecomuseu vai muito

além de um espaço com objetos sem significado para públicos desatentos, porém Barbuy salienta que:

“O acervo não é indesejado ou banido; ao contrário, é ampliado, tanto no sentido de sua natureza como no de seu significado, abrangendo bens imóveis e territórios inteiros, além de espécimes vivos e de bens imateriais.” (BARBUY, 1995).

Dessa forma, este projeto beneficiará a região com um espaço de valorização cultural e proporcionará uma melhor interação entre visitantes e moradores, consequentemente se tornando uma forma de oportunidade de divulgação dos atrativos da região e dos talentos locais e regionais, atendendo a todas as faixas etárias.

2. Objetivos

Abaixo são descritos os objetivos desejáveis a serem alcançados com a efetivação do projeto.

2.1 Objetivo geral

Este projeto de criação de um ecomuseu comunitário a céu aberto tem o objetivo de promover a integração da sociedade local para que esta resgate suas tradições, crie uma identidade de pertencimento e valorize sua cultura rural.

2.2 Objetivos específicos

- Resgatar as histórias familiares dos munícipes, através de relatos, imagens e objetos;
- Criar um dinamismo cultural na população através da divulgação da culinária local, manifestações artísticas e artesanais;
- Divulgar a cultura rural;
- Conscientizar os munícipes do potencial turístico da cidade;
- Incentivar a interação com o espaço, promovendo a permanência dos visitantes na cidade;
- Promover o ensinamento da cultura oral, da Catira, do Moçambique e do artesanato para que tais manifestações não se percam com o passar do tempo;
- Criar espaços para que os moradores possam mostrar seus talentos em qualquer tipo de arte;

- Fazer com que as manifestações culturais se tornem uma forma de satisfação pessoal;
- Despertar o interesse dos visitantes pela história e cultura local para que assim permaneçam por mais tempo na cidade;
- Desenvolver a economia através do turismo.

3. Proposta de ação

A proposta inicial de ação tem como principal objetivo a utilização do território como acervo e espaço de comunicação. Através de pesquisas junto à população local e análises históricas da região, a ideia é que um número de relatos e atrativos sejam selecionados, nomeados e marcados para fazer parte de um acervo a ser apresentado em totens informativos espalhados pela cidade.

Os totens deverão fazer uma breve alusão à cultura das famílias lobatenses, de modo a despertar tanto o interesse da comunidade local pelo resgate de sua história, quanto o do visitante em conhecer o município.

A proposta, além de permitir este resgate cultural, funcionará como um ponto de partida para outras ações que, futuramente, poderão resultar na ampliação do museu ou mesmo de outros projetos culturais.

A vantagem deste projeto é que ele apresenta custos muito mais baixos se comparados a um museu físico, onde existem despesas iniciais – com a formação do acervo e adequação de um imóvel – e fixas, como aluguel de espaço, segurança, manutenção e remuneração de funcionários. Além disso, o acervo não ficará restrito a um espaço fechado com determinado horário de funcionamento, mas estará disponível para todas as pessoas que estiverem circulando pela cidade, despertando mais facilmente o interesse de todos.

4. Metas

A principal meta do ecomuseu é promover a integração da comunidade, mostrando aos moradores sua importância como personagem ativo da cidade, valorizando sua identidade e consequentemente sua cultura. Para que ela seja alcançada, os seguintes resultados deverão ser atingidos:

- Montar uma equipe engajada e que consiga envolver a comunidade no projeto dentro de um prazo de três meses;
- Instalar pelo menos 10 totens com informações na frente e no verso ao final de um ano;
- Fazer com que pelo menos 10 pessoas se desloquem aos atrativos destacados em até dois meses após a implantação dos totens;
- Aplicar 30 questionários específicos em que constem opiniões e sugestões de visitantes acerca do projeto durante o primeiro mês após a instalação dos totens;
- Divulgar a exposição em pelo menos cinco jornais regionais.

5. Metodologia

A seguir, cada etapa da formação do Ecomuseu Comunitário de Monteiro Lobato será descrita.

5.1 Equipe de trabalho

Primeiramente será necessário formar uma equipe de trabalho, composta por, no mínimo, 10 pessoas, que ficará responsável por realizar todas as etapas necessárias para que o projeto alcance as metas estabelecidas, tais como entrar em contato com os munícipes a fim de coletar informações sobre a cultura e a história de famílias tradicionais, esclarecer os objetivos do projeto e obter autorização para divulgar o material coletado.

Atualmente já existe um grupo de seis pessoas que está discutindo ideias para a formação de um ecomuseu no município, dentre as quais estão presentes o Secretário de Cultura e Turismo, André Barreto, e a Secretária de Educação, Elisa Parmera. Este grupo pode ser mantido, porém o ideal é que ele seja integrado por um museólogo que auxilie na seleção das informações que farão parte do acervo a ser exposto.

Como a intenção é fazer com que a população também participe, o grupo pode contar com a ajuda de voluntários, estagiários e menores aprendizes (a partir de 16 anos), porém terá de haver um responsável geral que defina as responsabilidades de cada integrante visando o cumprimento do cronograma estabelecido.

Também é interessante incluir no grupo um profissional que entenda de design gráfico para facilitar e adiantar a diagramação final dos totens, além de um motorista que se encarregue de transportar os colaboradores até os locais das entrevistas.

Fica a cargo da prefeitura decidir a forma de remuneração dos colaboradores, que poderá ser a partir da verba do próprio município ou inclusa na solicitação enviada para a fonte de financiamento.

5.2 Conscientização da população

Como o engajamento dos munícipes é essencial para que o ecomuseu alcance os objetivos propostos, alguns colaboradores ficarão responsáveis por entrar em contato com a população a fim de explicar as ideias do projeto, sua importância e benefícios, bem como despertar o interesse dos munícipes em colaborar com o provimento das informações.

Esta comunicação poderá ser feita através de: panfletos, cartazes explicativos e banners espalhados pela cidade e anúncio(s) em festas municipais (caso a época de coleta de informações coincida com alguma), nas escolas da cidade e nos cultos religiosos. Caso seja necessário, poderá ser realizado um pequeno evento e se a rádio já estiver em funcionamento, ela poderá incluir anúncios explicativos em sua programação.

Esta etapa será a primeira a acontecer e terá de ser tratada com muita atenção, uma vez que provavelmente surgirão muitas dúvidas por parte da comunidade.

5.3 Coleta de informações e definição do acervo

A maioria dos colaboradores ficará com esta tarefa. Após o contato com os munícipes, algumas pessoas se mostrarão interessadas em compartilhar suas histórias. Desta forma, o grupo de trabalho deverá se organizar quanto à logística das entrevistas, que poderão ser realizadas no próprio local de trabalho do grupo ou na residência do munícipe, o que é o ideal, pois facilita a coleta de informações como endereço, referência e fotos. Será necessário que cada entrevistador tenha pelo menos um gravador e uma câmera fotográfica para que possa fazer seus registros.

Sempre que novas informações forem coletadas, elas deverão ser entregues ao museólogo para que ele selecione o que será exposto e comece a redigir os textos, bem como selecionar as fotos.

Uma parte menor de colaboradores ficará responsável por definir os locais onde serão fixados os totens, também com o auxílio do museólogo, levando em conta questões como: fluxo de pessoas, sentido dos carros na rua, obstrução da passagem ou da visão e tipo de terreno (plano inclinado ou reto) e piso (asfalto, cimento, terra) onde o totem será fixado.

5.4 Diagramação

Caso haja um profissional responsável por essa parte no grupo de trabalho, este já poderá, desde o início, ajustar o layout do totem. Se não houver, este serviço deverá ser incluído no contrato da empresa responsável pela impressão dos materiais informativos.

O grupo de trabalho, conjuntamente com este profissional ou empresa, definirá questões como: cores a serem utilizadas nos totens, fonte e tamanho da parte escrita e da(s) imagem(ns), margens e distribuição de cada informação. No próximo tópico há algumas sugestões que podem servir de base para esta etapa.

A partir de um modelo pré-estabelecido, as informações selecionadas serão inseridas digitalmente e o grupo de trabalho aprovará a versão final de cada totem, se atentando a todos os detalhes anteriormente definidos.

5.5 Processo de implantação

Estando tudo definido – local de instalação e totens diagramados – a próxima etapa é a execução final do projeto, que inclui a contratação de uma empresa responsável por confeccionar, entregar, montar e instalar os totens.

Caso seja necessário, elaborar um edital de licitação para contratação da empresa responsável pela confecção dos totens com a ajuda do museólogo.

5.6 Avaliação

Após a instalação dos totens, os colaboradores ficarão responsáveis por desenvolver e aplicar pesquisas com a população e visitantes a fim de mensurar os resultados obtidos e verificar se as metas foram atingidas.

5.7 Prestação de contas

Quando todas as etapas anteriores forem concluídas, será necessário prestar contas ao fundo de financiamento do ecomuseu apresentando todos os resultados obtidos.

5.8 Manutenção

A prefeitura deverá inserir em seus custos e serviços de limpeza a manutenção periódica dos totens. Além disso, seria interessante criar uma lei municipal que legitime o ecomuseu como patrimônio municipal e garanta assim a permanência e continuidade do projeto, bem como uma possível expansão deste.

6. Especificações técnicas do totem

A proposta inicial é que cada totem seja confeccionado em chapas de acrílico *cellcast* cristal transparente com espessura de 3 mm e dimensões 2 m x 1 m, com acabamento que garanta resistência à incidência de raios UVA e UVB. Sua fixação será realizada por chumbadores instalados no chão.

As informações a serem expostas serão impressas na frente e no verso de um banner de lona resistente às ações do tempo nas dimensões 1,95 m x 0,95 m.

Sendo assim, a estrutura final do totem será formada por:

- 2 chapas de acrílico paralelas;
- 1 banner a ser encaixado entre as chapas;
- 3 bordas de acrílico nas laterais e no topo para fins de vedação;
- 1 base de acrílico chumbada ao chão.

6.1 Conteúdo

O conteúdo dos totens deverá contar brevemente a história das famílias, espaços, mitos e tradições lobatenses, de forma a valorizar o local e despertar o interesse do leitor por conhecer mais a fundo aquela informação. Dessa forma, cada totem trará a seguinte composição:

- Título do projeto (Ecomuseu da Família Lobatense, por exemplo);
- Nome do bairro a cujo texto se refere;
- Título da informação (nome da pessoa, instituição, local etc.);

- 2 fotos que façam referência à informação (se possível uma antiga e outra atual);
- Texto descritivo sucinto que desperte o interesse pela leitura, com no máximo 1.000 caracteres sem espaço (aproximadamente 12 linhas);
- Endereço e telefone para agendamento de uma visita (caso autorizado por quem forneceu as informações);
- Logotipos da prefeitura e órgãos parceiros no rodapé;
- Nome dos colaboradores do grupo de trabalho.

6.2 Cores e ilustrações

As cores e ilustrações a serem utilizadas nos totens poderão ser definidas posteriormente pelo grupo de trabalho, porém é interessante relacioná-las com os bairros do município, pois como eles são bem afastados um do outro, isso facilitará o entendimento da distribuição espacial dessas informações pelo leitor.

Desta forma, uma opção é que cada bairro seja representado por uma cor e cada tipologia de informação por um personagem do Sítio do Pica-Pau Amarelo ou outro símbolo de referência, conforme sugerido no quadro abaixo:

Quadro 1 – Sugestões de cores baseadas em tipologias e personagens para os totens

BAIRRO	COR	TIPOLOGIA	PERSONAGEM
Centro Urbano	Vermelho	Gastronomia	Tia Nastácia
do Souza	Verde	Ecoturismo	Pedrinho
São Benedito	Amarelo	Educação	Visconde
Pedra Branca	Azul	Cultura	Dona Benta
da Serrinha	Rosa	Mitos e lendas	Emília
da Matinada	Roxo		
dos Teixeiras	Laranja		
Ponte Nova	Marrom		
Descoberto	Cinza		

Outra sugestão é criar uma “marca” para cada bairro baseada em sua característica ou atrativo principal. Desta forma o leitor vai se lembrar de que o Bairro do Souza é

onde está a Pedra do OM ou a Feira do Balacobaco, por exemplo. Neste caso, as cores poderiam ser utilizadas para representar a tipologia da informação.

Quadro 2 – Sugestões de cores baseadas em marcas para os totens

BAIRRO	MARCA	TIPOLOGIA	COR
Centro Urbano	Paróquia, Gruta ou Busto de Monteiro Lobato	Gastronomia	Vermelho
do Souza	Pedra do OM ou Feira do Balacobaco	Ecoturismo	Verde
São Benedito	Capela	Educação	Amarelo
Pedra Branca	Campo e Pesca	Cultura	Azul
da Serrinha	Sítio do Picapau Amarelo	Mitos e lendas	Marrom
da Matinada	Trabiju		

6.3 Tipografia e texto

O tipo de letra, o tamanho e o espaçamento serão definidos pelo grupo de trabalho quando forem discutir a diagramação final do totem.

6.4 Simulação gráfica

Tendo como base as características definidas acima, segue uma proposta inicial para os totens a fim de esclarecimento.

IMAGEM DO TOTEM A SER COLOCADA PELA ANA GABRIELA

7. Cronograma

MESES / AÇÕES	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10
Formação de grupo de trabalho										
Coleta de informações e seleção do acervo										
Diagramação e definição de cores										
Contratação de empresa para confecção dos totens										
Confecção dos totens										
Instalação dos totens										
Manutenção dos totens										
Avaliação										
Pesquisa de visitação aos atrativos										

CRONOGRAMA AINDA SERÁ AJUSTADO

8. Orçamento

A DEFINIR COM A KARINA

9. Fontes de financiamento

A criação de um ecomuseu comunitário, além de requerer um planejamento no que se refere à estruturação e formato, demanda também gastos financeiros que variam de acordo com o projeto, tanto com a criação quanto manutenção. O formato museológico indicado para Monteiro Lobato possui, de certa forma, baixos gastos iniciais no que se refere à estrutura, já que basicamente o que mais necessitará de recursos financeiros será a mão de obra a ser contratada, tanto para a manutenção do projeto quanto para as pesquisas que deverão ser realizadas previamente.

Neste item o principal objetivo será apresentar os tipos de fontes de financiamento disponíveis no mercado, editais em aberto atualmente e pré-requisitos necessários.

O financiamento de um projeto municipal por órgãos terceiros, seja museológico ou em outras diversas áreas, como educação, turismo e entretenimento, esportes etc., se faz extremamente necessário principalmente quando se trata de municípios menores, que dispõem de pouco recurso financeiro. Existe uma série de programas, tanto em âmbito governamental quanto privado, que oferecem este suporte em diferentes formatos. Devemos considerar que uma fonte de financiamento pode se propor a arcar com os gastos totais ou parciais de um projeto. Geralmente, quando o órgão escolhido é privado, o dinheiro concedido deverá ser devolvido, com cobrança de juros.

As fontes de financiamento governamentais são uma ótima opção porque comumente financiam projetos integral ou parcialmente sem cobrança retroativa. Existe certa burocracia no que se refere aos editais públicos, e, conforme indicado no Plano de Turismo Complementar de Monteiro Lobato, elaborado pelos alunos de turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP), é recomendado que uma pessoa na prefeitura se responsabilize por buscar tais editais e enquadrar o município nas fontes. Este tipo de fonte possui dois diferentes canais, sendo editais estaduais e editais federais.

Já as fontes de financiamento privado podem provir de uma série de órgãos, como bancos (nacionais ou privados) e empresas de grande porte (já que existem leis de incentivo fiscal para aquelas que investem em cultura).

Os principais órgãos subsidiários de projetos museológicos são: Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), Funarte, Fundo de Direitos Difusos (FID), Banco

Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), Petrobrás Cultural, Caixa Econômica Federal e Fundo Estadual de Cultura (FEC).

A seguir, são colocadas maiores informações a respeito de alguns destes órgãos.

9.1 IBRAM

- Site oficial: <http://www.museus.gov.br/>
- Edital em aberto: “Mais Museus”
- Descritivo: “O Edital Mais Museus visa o conveniamento de projetos para a implantação de museus em municípios que ainda não possuam instituição museológica instituída. Podem participar pessoas jurídicas de direito público e de direito privado sem fins lucrativos, com finalidade cultural. No caso de pessoas jurídicas de direito privado deverão ser instituídas há no mínimo três anos.” (Fonte: IBRAM website).
- Acesso ao edital: <http://www.museus.gov.br/fomento/mais-museus/>

9.2 Funarte

- Site oficial: <http://www.funarte.gov.br/>
- Edital em aberto: não existe edital em aberto ligado a projetos museológicos no momento.

9.3 FID

O Fundo Especial de Despesa de Reparação de Interesses Difusos Lesados, criado nos termos da Lei nº 6.536, de 13/11/1989, passou a denominar-se Fundo Estadual de Defesa dos Interesses Difusos (FID) e a vincular-se à Secretaria da Justiça e da Defesa da Cidadania através da Lei Estadual nº 13.555 de 09/06/2009.

O Fundo é mantido por ações civis públicas e seus recursos são destinados ao ressarcimento, à coletividade, dos danos causados ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico, no âmbito do território do Estado de São Paulo. Entende-se por ressarcimento quaisquer despesas relacionadas à reconstituição, reparação, preservação e prevenção dos valores relativos aos danos indicados acima.

9.3.1 Conceito de Direitos Difusos

Consideram-se Direitos Difusos os que não pertencem a grupos específicos ou a uma pessoa, mas a toda sociedade. Como por exemplo, o direito ao patrimônio histórico cultural e a sua preservação, ao meio ambiente saudável, às boas práticas comerciais e à repressão das práticas abusivas, dentre outros.

9.3.2 Origem dos recursos

As receitas do FID, fixadas pelo artigo 3º da Lei Estadual nº 6.536/89, são assim constituídas:

I. indenizações decorrentes de condenações por danos causados aos bens públicos e as multas pelo descumprimento dessas condenações;

II. os rendimentos decorrentes de depósitos bancários e aplicações financeiras, observadas as disposições legais e pertinentes;

III. as contribuições e doações de pessoas físicas e jurídicas, nacionais ou estrangeiras

A finalidade do fundo é financiar projetos que tenham como objetivo a preservação e reparação de danos causados ao meio ambiente, ao consumidor, ao patrimônio histórico, turístico e paisagístico, visando o atendimento da coletividade e não de um grupo específico.

IV. o produto de incentivos fiscais instituídos a favor dos bens descritos no artigo 2º, alterado pela Lei nº 13.555, de 9 de junho de 2009.

9.3.3 Quem pode receber os recursos do FID?

Os recursos do FID podem apoiar projetos apresentados, por Órgãos da Administração Pública Direta ou Indireta, de âmbito Federal, Estadual e Municipal; Organizações Não Governamentais (ONG's), Organizações Sociais (OS's), Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP's) e Entidades Cíveis Sem Fins Lucrativos.

9.3.4 Abertura de edital e propostas

O recebimento das propostas se dá somente através da abertura de edital e os projetos devem ter como finalidade promoção de eventos educativos, a recuperação e a reparação de bens, edição de material informativo, e relacionados com a natureza da infração ou do dano causado, por exemplo, ao meio ambiente, ao consumidor, à ordem econômica, a bens e direitos de valor artístico, histórico e dentre outros que

caracterizam como sendo interesses difusos.” (FONTE: website da Secretaria da Justiça e da Defesa da Cidadania).

- Edital em aberto: não existe edital em aberto ligado a projetos museológicos no momento.

9.4 BNDES

- Site oficial: <http://www.bndes.gov.br/>

O BNDES, por ser um banco, não oferece financiamento por meio da abertura de editais, mas sim através da apresentação de novos projetos. Seguem abaixo detalhes a respeito dos financiamentos.

As modalidades de financiamento do BNDES se dividem em Produtos, de acordo com a finalidade do empreendimento. Os Produtos definem as regras gerais de condições financeiras e procedimentos operacionais do financiamento. A cada Produto se aplicam Linhas de Financiamento, que se destinam a beneficiários, setores e empreendimentos específicos e, por isso, podem trazer regras particulares, mais adequadas aos objetivos da linha. Outros mecanismos de financiamento disponíveis são os programas, de caráter transitório, voltados para um determinado segmento econômico; e os Fundos, também destinados a setores específicos de atividade.

9.4.1 Quem pode solicitar o financiamento?

Empresas; pessoas físicas residentes no país; entes da Administração Pública, seja direta ou indireta e associações e fundações.

9.4.2 Formas de apoio

As solicitações podem ser feitas de forma direta, indireta ou mista, dependendo da modalidade de apoio utilizada:

- Operação direta – realizada diretamente com o BNDES ou através de mandatário;
- Operação indireta – realizada por meio de instituição financeira credenciada, ou através do uso do Cartão BNDES;
- Operação mista – combina a forma direta com a forma indireta não automática.

9.4.3 Itens financiáveis

“O BNDES apoia projetos de investimento, no Brasil e no exterior, que visem à ampliação, modernização e expansão da capacidade produtiva. Cada mecanismo de financiamento determina quais são os seus empreendimentos passíveis de apoio pelo BNDES.

Os pedidos de financiamento do BNDES passam por cinco grandes fases: consulta prévia, perspectiva, enquadramento, análise e contratação.

Cada mecanismo de financiamento possui condições financeiras próprias.

Alguns projetos podem receber aplicações financeiras, sem a exigência de reembolso. Trata-se de investimentos de caráter social, cultural (ensino e pesquisa), ambiental, científico ou tecnológico.

Em sociedades anônimas, de capital aberto ou fechado, em emissão pública ou privada e em fundos de investimento fechados. O BNDES também oferece programas destinados à composição de fundos de destinação específica.” (FONTE: BNDES website).

10. Mensuração dos resultados

Uma forma de mensuração dos resultados seria através da aplicação de questionários específicos que ficariam nos locais dos atrativos para que os turistas pudessem preenchê-los quando os visitasse, salientando onde foi obtida a informação sobre o atrativo.

12. Sugestões para o futuro

- Criar jogos interativos para a população com o auxílio da radio comunitária, sobre os dados dos totens;
- Estimular a substituição dos banners por novos temas de interesse da comunidade dentro de 6 meses.

A SEREM EXPLICADAS MAIS DETALHADAMENTE

Referencias Bibliográficas

BABO, E.; GUERRA, P. **As relações paradigmáticas entre património e desenvolvimento: o caso do Ecomuseu do Barroso**. 2005. Disponível em: <http://repositorio-berto.up.pt/bitstream/10216/53702/2/paulaguerrarelaes000119967.pdf>. Acesso em 15/20/2014.

BNDS Disponível em <http://www.bndes.gov.br/> acessado em 30/10/2014.

BARBUY, Heloisa. **A conformação dos ecomuseus: elementos para compreensão e análise**. Anais do Museu Paulista. São Paulo. N. Ser. v.3 p.209.236 jan./dez. 1995.

FUNARTE disponível em <http://www.funarte.gov.br/> acessado em 30/10/2014.

IBRAM Disponível em <http://www.museus.gov.br/> acessado em 30/10/2014

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS em <http://www.museus.gov.br/os-museus/como-criar-museus/> acessado em 15/10/2014.

MAIS MUSEUS Disponível em <http://www.museus.gov.br/fomento/mais-museus/> acessado em 30/10/2014

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. Plano de Desenvolvimento Turístico Municipal de Monteiro Lobato (PDTM) 2013.

A SEREM COLOCADAS CONFORME NORMA ABNT, TANTO AQUI NO FINAL, QUANTO NO DECORRER DO TEXTO (EM ALGUNS MOMENTOS)

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

Projeto Interdisciplinar de Turismo
Ecomuseu Comunitário de Monteiro Lobato

Comment [ks1]: Não precisa indicar o nome do orientador?

Ana Gabriela Galante Garcia
Gabriela Lino Elias
Maria Aparecida Pandeló Paiva
Nathalia Giulia Buzzo

São Paulo
Outubro de 2014

Introdução

O presente trabalho é um projeto oriundo do plano de ações constante do Plano de Desenvolvimento Turístico Municipal (PDTM) de Monteiro Lobato, desenvolvido pelos alunos de graduação em Turismo da Universidade de São Paulo (USP) de agosto de 2013 a julho de 2014, em parceria com a prefeitura, Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) e grupo PlaneJÁtur.

Comment [ks2]: Vale a pena destacar que parte do diagnóstico e das estratégias do plano indicaram esta necessidade...

1. Descrição e justificativa

Monteiro Lobato, município localizado na Serra da Mantiqueira no Vale do Paraíba, tem uma população de 4.120 habitantes, sendo predominante a rural. A cidade é pequena, mais possui diversos atrativos naturais e culturais, o que a qualifica para o turismo sustentável.

Um trabalho realizado pelo grupo PlaneJÁtur em parceria com o município vem conscientizando a população para o turismo sustentável durante estes três últimos anos através de cursos de capacitação, levantamento dos atrativos turísticos, troca de experiências e sugestões, pesquisa para avaliar o perfil da demanda turística e para identificar a percepção dos moradores. Como consequência desta participação dos diversos segmentos da comunidade, surgiu o interesse de se criar um museu que contasse a história da cidade e valorizasse sua cultura, o qual tem sido objeto de inúmeras ações na tentativa de construir um melhor entendimento sobre o seu significado além de procurar identificar as estratégias para sua implementação.

No município de Monteiro Lobato é possível notar diversas manifestações culturais, tais como a confecção e o desfile dos bonecos Pereirões durante o Carnaval, as danças tradicionais Moçambique e Catira, as lendas, o artesanato, as festas religiosas e o festival de literatura infantil. Tais manifestações já atraem diversos turistas e são apresentadas em eventos como o “Revelando São Paulo”, porém não há um contexto histórico cultural que mostre suas origens, nem uma ação de ensinamento desse saber fazer para as gerações futuras.

Diante desta realidade, e pensando na preservação desta cultura única, propomos uma exposição temporária sobre a história e a cultura da família lobatense como forma de direcionamento para a criação de um ecomuseu comunitário que possa integrar a comunidade e conscientizá-la de seu valor cultural, despertando o sentimento de pertencimento local. A própria organização e a estrutura de um ecomuseu propõem a participação da sociedade no levantamento de informações sobre a sua cultura, história e tradições que englobam tanto o patrimônio material, quanto o imaterial (BABO e GUERRA, 2005).

A cultura aparece como uma forma de disseminação de saberes e convivência, valorizando o cotidiano e as especificidades locais, criando uma particularidade que pode tornar-se a marca do local (BABO e GUERRA, 2005). Um

ecomuseu vai muito além de um espaço com objetos sem significado para públicos desatentos, porém Barbuy salienta que:

“O acervo não é indesejado ou banido; ao contrário, é ampliado, tanto no sentido de sua natureza como no de seu significado, abrangendo bens imóveis e territórios inteiros, além de espécimes vivos e de bens imateriais.” (BARBUY, 1995).

Dessa forma, este projeto beneficiará a região com um espaço de valorização cultural e proporcionará uma melhor interação entre visitantes e moradores, consequentemente se tornando uma forma de oportunidade de divulgação dos atrativos da região e dos talentos locais e regionais, atendendo a todas as faixas etárias.

2. Objetivos

2.1 Objetivo geral

Criar uma exposição temporária sobre a história e a cultura das famílias lobatenses.

2.2 Objetivos específicos

- Estimular um dinamismo cultural na população através da divulgação da culinária local, manifestações artísticas e artesanais;
- Conscientizar os munícipes do potencial turístico da cidade;
- Despertar o interesse dos visitantes pela história e cultura local para que assim permaneçam por mais tempo na cidade.

3. Proposta de ação

A montagem de uma exposição temporária, pretendida através da elaboração e instalação de totens informativos em pontos estratégicos da cidade, que busca despertar o interesse da população pelo resgate de sua história. Tal iniciativa contribuirá para a divulgação e a valorização do que a cidade tem de melhor: seus atrativos naturais, culinária, artesanato e seu povo.

4. Resultados esperados

- Montar uma equipe engajada e que consiga envolver a comunidade no projeto dentro de três meses;
- Expor pelo menos 20 relatos diferentes divididos em 10 totens com informações na frente e no verso ao final de um ano;
- Despertar o interesse de pelo menos 10 pessoas para que se desloquem aos atrativos destacados durante o primeiro mês após a implantação dos totens;
- Aplicar mini-questionários em cada local indicado nos totens ao longo do primeiro mês após a instalação dos mesmos;
- Divulgar a exposição em pelo menos cinco jornais regionais.

5. Etapas previstas

A seguir, as etapas que viabilizarão a exposição.

Primeira Etapa: Formação de equipes de trabalho

- **Atividade 01:** Contratar equipe de trabalho.
 - *Recursos:*
 - *Envolvidos:* Secretaria de Cultura e Turismo.
 - *Como fazer:* abrir edital de contratação / divulgar vagas nos jornais locais (02 coordenadores e 20 colaboradores).
 - *Prazo de execução:* 1 mês.
- **Atividade 02:** Dividir a equipe formada em outras duas - uma responsável pela coleta de informações e a outra pela constituição dos totens - e distribuir tarefas para os membros dos grupos.
 - *Recursos:* telefone e local para reuniões.
 - *Envolvidos:* todos.
 - *Como fazer:* o secretário de cultura e turismo deverá nomear 01 coordenador para cada equipe - o primeiro se envolverá com logística de equipe, história, museologia e turismo; e o segundo com

diagramação, arte e fluxos da cidade. Com base nas atividades e prazos a serem cumpridos, cada coordenador deverá designar as responsabilidades de seus colaboradores.

- *Prazo de execução:* 2 meses.

Segunda Etapa: Apresentação do projeto aos munícipes

- **Atividade:** Entrar em contato com a população a fim de explicar a exposição e convidá-los para participar do projeto compartilhando seus conhecimentos e curiosidades.

- *Recursos:* computador, papel, impressora, telefone, equipamento de som e microfone.
- *Envolvidos:* as duas equipes.
- *Como fazer:* realizar tanto comunicação indireta - espalhar cartazes explicativos e/ou banners pela cidade (equipe 02) - quanto direta - conversar com os conhecidos, passar nas escolas, lojas e centros religiosos para dar comunicados e entregar panfletos, anunciar em eventos locais (equipe 01) e até mesmo organizar um pequeno encontro em um local específico (equipes 01 e 02). Nesta atividade, será necessário já anotar os interessados em colaborar com informações e pegar seus dados (nome, telefone e endereço).
- *Prazo de execução:* 2 meses, porém é uma atividade constante.

Comment [ks3]: Não vão sugerir a temática? Podem sugerir, explicar os critérios para seleção, e indicar como eles podem colocá-la em discussão...

Terceira Etapa: Coleta de dados e formação do acervo

- **Atividade 01:** Organizar a logística das entrevistas
 - *Recursos:* gravador, máquina fotográfica, telefone e transporte.
 - *Envolvidos:* equipe 01.
 - *Como fazer:* verificar a localidade das entrevistas para tentar realizar pelo menos 3 entrevistas em um dia num determinado bairro; agendar a visita com as famílias que se mostraram interessadas com no mínimo dois dias de antecedência; agendar o transporte; distribuir o material entre os grupos.
 - *Periodicidade:* sempre que necessário.
 - *Duração:* 3 meses.

Comment [ks4]: Não conseguem utilizar o material visual e as informações que vocês coletaram no inventário... pode ser uma boa estratégia para usar a informação que vocês coletaram/organizaram

- **Atividade 02:** Realizar as entrevistas

- *Recursos:* gravador, máquina fotográfica, telefone, transporte e questionário.
- *Envolvidos:* equipe 01 - o coordenador distribui os grupos que vão a campo fazer as entrevistas e colher o material fotográfico.
- *Como fazer:* o entrevistador deverá seguir um roteiro de entrevista pré-definido em conjunto com o coordenador. **Buscar** resgatar curiosidades do município, como lendas, causos, o que a pessoa vê de melhor em morar ali, além de solicitar fotos antigas e tirar novas. Muito importante perguntar se aquela família estaria disposta a receber visitantes em sua propriedade e sob quais condições.
- *Periodicidade:* sempre que necessário.
- *Duração:* 3 meses.

Comment [ks5]: Poruqe não propor um roteiro par a entrevista? Que informaõe seriam importantes de serem coletadas?

- **Atividade 03:** Organizar as informações coletadas.

- *Recursos:* computadores e sala.
- *Envolvidos:* equipes 01 e 02.
- *Como fazer:* dois dias após cada entrevista, os grupos de entrevistadores deverão apresentar ao coordenador e a um grupo determinado da equipe 02 o material coletado bem como um resumo que pontue aquilo que eles acharam mais importante **ressaltar**.
- *Periodicidade:* sempre que necessário.
- *Duração:* 3 meses.

Comment [ks6]: Me parece muito genérico...

Quarta Etapa: Preparação de material para a diagramação

- **Atividade 01:** Criação das marcas dos bairros

- *Recursos:* fotografias ou desenhos – concurso cultural.
- *Envolvidos:* o coordenador da equipe 02 junto com a Secretaria da Cultura e a prefeitura.
- *Como fazer:* lançar um concurso cultural para definição das cores e marcas dos bairros da cidade, através do site da prefeitura com divulgação através de faixas e panfletos pela cidade. O objetivo do

concurso será eleger a figura ou fotografia que melhor caracteriza o seu bairro. A equipe 02, junto com a coordenação, escolheria o melhor trabalho que levaria os créditos no **banner**.

Comment [ks7]: Quando isso precisa acontecer, antes ou depois a primeira coleta de dados? Como vai ser? Tudo que o indicam que precisa ser feito precisa ter detalhes...

- *Prazo de execução:* 1 mês.

- **Atividade 02:** Classificar os materiais colhidos nas entrevistas visando a preparação do banner.

- *Recursos:* computador, telefone e sala para realizar o trabalho.
- *Envolvidos:* o coordenador e o grupo determinado para essa tarefa da equipe 02 com a participação do secretário da cultura.
- *Como fazer:* um determinado grupo da equipe 02 irá catalogar o material recebido dos entrevistadores, separando fotos e fatos interessantes e relevantes que possam compor cada um dos **totens**.
- *Prazo de execução:* 2 meses.

Comment [ks8]: Que tal propor uma estrutura para apresentação do conteúdo.. um padrão que derviria ser seguido

- **Atividade 03:** Diagramação dos totens

- *Recursos:* computador e local de trabalho caso não seja contratada nenhuma empresa para este fim.
- *Envolvidos:* o diagramador, o coordenador e a equipe 02.
- *Como fazer:* definir o layout do banner - cor, fonte e tamanho da parte escrita, tamanho da(s) imagem(s), margens e disposição de cada informação. Montar o arquivo digital de cada um dos banners já com as informações.
- *O banner deve conter:*
 - Na parte superior: a marca definida para o bairro ao qual a mensagem faz referência;
 - Na parte central: pelo menos duas fotos (antiga e atual) e um breve texto elucidativo sobre a história da família e a atividade desenvolvida além do endereço e telefone para contato;
 - Na parte inferior: logotipos da prefeitura e órgãos parceiros; nome dos colaboradores do grupo de trabalho; crédito ao criador da marca.
- *Prazo de execução:* 1 mês.

- *Ilustração:*

- **Atividade 04:** Definição dos lugares a serem instalados os totens.

- *Recursos:* planta da cidade.
- *Envolvidos:* um segundo grupo da equipe 02 junto com seu coordenador, secretário de cultura e turismo e secretário de transportes.
- *Como fazer:* definir os locais onde serão fixados os totens, levando em conta questões como: fluxo de pessoas, sentido dos carros na rua, obstrução da passagem ou da visão, tipo de terreno (plano inclinado ou reto) e piso (asfalto, cimento, terra).
- *Prazo de execução:* 1 mês.
- *Ilustração:*

Comment [ks9]: Qual é a proposta de vocês? Coloquem aqui... assim eles tem algo para discutir e tomar decisões

Quinta Etapa: Implantação do projeto

- **Atividade 01:** Confeção dos totens

- *Recursos:* contratar uma empresa especializada.
- *Quem faz:* empresa a ser contratada para essa finalidade.
- *Como fazer:* apresentar para a empresa o layout do totem e suas especificações.
- *Material:* chapas de acrílico *cellcast* cristal transparente com espessura de 5 mm resistente à incidência de raios UVA e UVB a serem fixadas no chão com moldura em alumínio.
- *Dimensões:* 2 m x 1 m.
- *Prazo de execução:* 2 meses.

Comment [ks10]: Não lembro se já explicaram em algum lugar o que é isso. Porque é importante? Exemplos de onde é utilizado... eles precisam entender... e nem todos tem a experiência ou oportunidade de viajar... tá faltando visual...

- **Atividade 02:** Confeção dos banners

- *Recursos:* contratar gráfica especializada.
- *Quem faz:* a gráfica contratada.
- *Como fazer:* Apresentar o layout dos banners já diagramados para a execução.
- *Material:* lona impressa em frente e verso com tinta resistente às mudanças climáticas (raios UVA e UVB e chuva).

- *Dimensões:* 1,80 m x 0,80 m
- *Prazo de execução:* 2 meses.

- **Atividade 03:** Instalação

- *Recursos:*
- *Quem faz:* a empresa que confeccionou a estrutura do totem.
- *Como fazer:* após a entrega dos banners, inseri-los individualmente entre as duas placas de acrílico, fazer a vedação das laterais e da parte superior e fixar a base nos locais determinados.
- *Prazo de execução:* 1 mês.

- **Atividade 04:** Inauguração da exposição

- *Recursos:* a ser(em) definido(s) pela Secretaria de Cultura.
- *Envolvidos:* os coordenadores, a secretaria de cultura e a prefeitura.
- *Como fazer:* uma solenidade de inauguração e entrega de um presente simbólico aos colaboradores e às famílias participantes. Pode ser algo especial ou aproveitar alguma festividade da época, convidando os grupos folclóricos a se apresentarem.

Sexta Etapa: Avaliação do projeto

- **Atividade:** Avaliar o desempenho e os efeitos da exposição
 - *Recursos:* questionário a ser disponibilizado nos atrativos expostos nos totens.
 - *Envolvidos:* coordenador e equipe de trabalho 02 em parceria com os proprietários dos estabelecimentos constantes dos banners.
 - *Como fazer:* os proprietários dos estabelecimentos constantes do banner aplicam um questionário de quatro perguntas ao visitante quando este for pagar a conta ou passar no caixa do restaurante, do artesanato, da hospedagem etc. Este questionário deverá medir a quantidade de pessoas que visitaram os atrativos devido a exposição. Ao receber os questionários de volta, a equipe de trabalho 02 fará a avaliação dos resultados.
 - *Prazo de execução:* 30 dias a começar da inauguração da exposição.

Comment [ks11]: Não esqueçam de deixar o modelo...

Sétima Etapa: Manutenção

- **Atividade:** Limpeza dos totens
 - *Recursos:* mão-de-obra e material de limpeza.
 - *Envolvidos:* equipe de limpeza da prefeitura.
 - *Como fazer:* utilizar as instruções do fabricante para limpeza e conservação do material.
 - *Prazo de execução:* permanente.

6. Cronograma

Ações	Mês 1			Mês 2			Mês 3			Mês 4			Mês 5			Mês 6			Mês 7			Mês 8			Mês 9			Mês 10			Mês 11			Mês 12		
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Definição das fontes de financiamento	Responsável legal																																			
Formação das equipes de trabalho																																				
Explicação para a população	Equipe 01																																			
Coleta de informações e seleção do acervo	Equipe 01 + museólogo																																			
Diagramação dos totens	Equipe 02 + design																																			
Contratação de empresa	Resp legal																																			
Confecção e montagem																																				
Instalação																																				
Avaliação dos resultados																																				
Prestação de contas																																				
Manutenção	Constante																																			

7. Orçamento

- **Confecção dos totens**

- *Modelo:* cada totem composto de duas placas de acrílico com dimensões de 2 m x 1 m e 5 mm de espessura + moldura em alumínio para proteção.
- *Valor:* cada unidade sairia por, em média, R\$ 1.245,00. Considerando-se 10 unidades, o valor total seria de R\$ 12.450,00.
- *O que está incluso:* confecção e instalação dos totens prontos, já com os banners colocados entre as placas de acrílico.
- *Prazo para fabricação:* de 15 a 20 dias.
- *Pagamento:* faturado para 28 dias com cadastro aprovado.
- *Observações:* frete não incluso no valor total.

- **Confecção dos banners**

- *Modelo:*
- *Valor:*
- *O que está incluso:*
- *Prazo para fabricação:*
- *Pagamento:*
- *Observações:*

Colocar tabela com valores dos objetos necessários para realização do trabalho (computador, gravador etc.)

8. Fontes de Financiamento

O formato museológico indicado para Monteiro Lobato possui, de certa forma, baixos gastos iniciais no que se refere a estrutura, já que basicamente o que mais dispensará recursos financeiros será a confecção dos totens e investimentos em mão de obra. Ainda assim, durante a análise da planilha de gastos municipais (a

análise foi realizada durante a confecção do Plano de Turismo de Monteiro Lobato), nota-se que a cidade possui de pouco dinheiro para investimento em turismo, sendo assim inviável direcionar seu orçamento para o projeto. A melhor alternativa seria então o auxílio de fontes de financiamento governamentais e privadas, que tomassem os custos para si.

O financiamento de um projeto municipal por órgãos terceiros é possibilitado, geralmente, através de editais normativos e de regulamentação. O município, por sua vez, para se adequar a uma fonte de financiamento, necessita, além de cumprir outros requisitos, produzir um projeto que indique os objetivos do investimento, gastos médios, etapas de investimento, entre outros. Existem uma série de programas, tanto em âmbito governamental quanto privado, que oferecem este suporte em diferentes formatos. Uma fonte de financiamento pode se propor a arcar com os gastos totais de um projeto, ou com gastos parciais.

Os editais, geralmente lançados periodicamente por diferentes órgãos, possuem sempre uma data de abertura e validade. Ao se candidatar para um determinado edital, é necessário que o município se atente a ter o projeto pronto já antes da data de abertura, e que também cheque se todos os pré-requisitos foram cumpridos previamente, já que, geralmente, os períodos de inscrição são curtos e a concorrência é grande.

Em função da burocracia e concorrência dos editais, e também conforme apontado no Plano de Turismo de Monteiro Lobato, recomenda-se ter na prefeitura 02 equipes / secretarias / indivíduos direcionadas a este tipo de operação, sendo uma responsável pela pesquisa de editais e detalhamentos, tais como datas, pré-requisitos, entre outros, e a segunda por criar e redigir projetos. Por conta da concorrência também, esta segunda parte é de extrema relevância, já que, os municípios que apresentam os projetos mais coerentes, bem redigidos e justificados, ganham vantagem quando ao financiamento.

TIPOS DE FONTES DE FINANCIAMENTO

1. Fontes de Financiamento Governamentais

As fontes de financiamento governamentais, em sua grande maioria, viabilizam projetos onde o objetivo de melhoria ao município é expresso claramente.

A maior parte dos editais oferecem excelentes oportunidades, porém a burocracia, a grande demanda e a restrição de datas podem ser fatores de dificuldade para os municípios candidatos. Ainda assim, em função da abrangência dos projetos, recomenda-se esta categoria como a mais adequada ao caso da cidade de Monteiro Lobato em específico.

2. Fontes de Financiamento Privadas

As fontes privadas de financiamento são um pouco diferenciadas, porém em termos estruturais geralmente seguem os mesmos padrões. A grande parte dos projetos de financiamento privado são produto de uma parceria com órgãos públicos de interesse. A parceria pode se dar tanto em questão de incentivos fiscais, quanto por lei, dependendo do tamanho e faturamento de determinada empresa (empresas de grande faturamento, como bancos, construtoras, etc., costumam investir em responsabilidade social e em projetos de melhoria estrutural em diversas áreas).

PRINCIPAIS ÓRGÃOS DE FINANCIAMENTO MUSEOLÓGICO

Os principais órgãos subsidiários de projetos museológicos são: IBRAM (Instituto Brasileiro de Museus), Fundo de Direitos Difusos, BNDES, Petrobras Cultural e Caixa Cultural.

IBRAM – Instituto Brasileiro de Museus

O IBRAM é um instituto relativamente recente, já que foi criado em janeiro/2009. O instituto foi regulamentado com a finalidade de auxiliar na manutenção dos museus brasileiros já existentes, e também na criação de novos espaços/modelos.

Como o instituto pertence ao governo federal, e devido ao grande contingente de editais lançados todos os anos, esta seria a melhor fonte de financiamento disponível até então para a cidade de Monteiro Lobato. Os editais lançados abrangem tanto o financiamento inicial do projeto, quanto também a manutenção e futura modernização do projeto.

Dos editais geralmente lançados se destaca, para o início do projeto em Monteiro Lobato, o “Mais Museus”, que visa financiar investimentos museológicos

em cidades que ainda não disponham de tal espaço/conceito. Este edital, nos últimos anos, abriu entre os meses de novembro e dezembro, e geralmente o período para candidatura é de um mês. O instituto não divulga se existe ou não uma cota de vagas, porém todos os projetos são analisados e apenas os mais viáveis e bem escritos captam a verba. No ano de 2013, por exemplo, ocorreram 140 inscrições, das quais apenas 15 se classificaram.

Os outros editais se concentram na reforma de museus já formatados e também em prêmios levando em consideração a consistência de cada projeto. Futuramente estes editais poderão ser de grande valia.

Site oficial: <http://www.museus.gov.br/>

FUNDO DE DIREITOS DIFUSO (FID)

O FID é um fundo de recursos que tem como principal objetivo o ressarcimento ou resgate, “à coletividade, dos danos causados ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico, no âmbito do território do estado de São Paulo” (Site oficial do FID). Esta fonte de financiamento também recebe projetos e pedidos financeiros apenas através de editais. Considerando que o principal objetivo do fundo é o resgate cultural, histórico e turístico de determinada região ou cidade, a pretensão de criação de um museu na cidade de Monteiro Lobato se encaixaria perfeitamente nos requisitos.

Esta fonte de financiamento possui uma peculiaridade, já que não abre editais (pelo menos não até hoje) específicos em alguma área de conhecimento. O edital de maior peso é o “Edital para apresentação de projetos do FID”, com tema aberto. O município pode solicitar o financiamento de acordo com a qualidade do projeto apresentado. É necessário deixar claro e demonstrar que a finalidade do projeto é o resgate cultural e histórico da cidade, e, claro, registrar a importância de se ter um museu na cidade. Este edital, nos outros anos, se iniciou sempre no segundo semestre, em meados de agosto, e fica cerca de 2 meses em aberto. As normas de

adequação ao edital podem ser encontradas no site oficial do fundo (tomando como base o último edital publicado).

Site oficial: www.justica.sp.gov.br/portal/site/SJDC

BNDES – Banco Nacional do Desenvolvimento

O BNDES, por ser um banco, geralmente não trabalha com abertura de editais, e, sendo assim, os interessados devem apresentar projetos que passarão por etapas até serem aceitos ou não, levando em consideração principalmente a relação entre os custos e benefícios para determinado local.

Os projetos financiados pelo banco, em sua grande maioria, não são totalmente custeados pela entidade, já que, na verdade, os recursos financeiros são emprestados e serão cobrados com juros (baixos em relação ao mercado). Em alguns momentos, esporadicamente, o banco lança programas de caráter transitório, voltados para um determinado segmento econômico. Além disso, podemos também citar a existência de Fundos, também destinados a setores específicos de determinadas atividades.

Existem algumas especificidades no que se refere as pessoas e órgãos elegíveis a solicitação de orçamentos, sendo:

- Empresas;
- Pessoas físicas residentes no país;
- **Entes da Administração Pública, seja direta ou indireta;**
- Associações e fundações.

Site oficial: <http://www.bndes.gov.br/>

PETROBRAS – PROJETO PETROBRAS CULTURAL

O Petrobrás Cultural é um programa de patrocínio aberto a entidades brasileiras, com objetivo de custear programas ligados a cultura. O programa abrange diferentes setores da sociedade, desde a produção simplificada de um pequeno empreendedor até projetos maiores, como no caso de Monteiro Lobato.

O programa realiza patrocínio parcial dos projetos e também concede o auxílio financeiro de acordo com a finalidade do projeto apresentado e, claro, consistência de ideias, propostas pro futuro, legado, entre outros. Para participar os interessados devem se cadastrar gratuitamente no site da instituição, assim que as inscrições estiverem abertas, e completar até o fim uma ficha com contatos e também informações sobre o projeto. Não existe precisão de data com relação a abertura de inscrições, mas em edições anteriores as inscrições se iniciam no primeiro semestre, em meados de fevereiro/março.

Site oficial: www.pcc.petrobras.com.br

CAIXA ECONÔMICA FEDERAL – PROGRAMA CAIXA CULTURAL

O programa Caixa Cultural funciona da mesma forma que o Petrobras cultural, ou seja, através de inscrições periódicas no site da instituição pessoas físicas, jurídicas e instituições públicas podem conseguir o financiamento de determinado projeto, de acordo com avaliações e consistência de ideias. As inscrições no Caixa Cultural costumam ocorrer no primeiro semestre, e o período de inscrição não é tão apertado em comparação com os outros órgãos, já que geralmente fica em aberto cerca de 2 meses, porém a concorrência é grande.

Site oficial: www.programasculturaiscaixa.com.br

9. Sugestões para o futuro

Criar jogos interativos para a população com o auxílio da radio comunitária, sobre os dados dos totens;

Estimular a substituição dos banners por novos temas de interesse da comunidade dentro de 6 meses.

A SEREM EXPLICADAS MAIS DETALHADAMENTE

Comment [ks12]: Eu faria de 3 em 3 meses

Referências Bibliográficas

BABO, E.; GUERRA, P. As relações paradigmáticas entre patrimônio e desenvolvimento: o caso do Ecomuseu do Barroso. Disponível em:<

[http://repositorio-](http://repositorio-berito.up.pt/bitstream/10216/53702/2/paulaguerrarelaes000119967.pdf)

[berito.up.pt/bitstream/10216/53702/2/paulaguerrarelaes000119967.pdf](http://repositorio-berito.up.pt/bitstream/10216/53702/2/paulaguerrarelaes000119967.pdf). > Acesso em 15 out. 2014.

BNDS Disponível em:< <http://www.bndes.gov.br/> >. **Acessado em 30 out.2014.**

BARBUY, Heloisa. **A conformação dos ecomuseus: elementos para compreensão e análise.** Anais do Museu Paulista. São Paulo. N. Ser. v.3 p.209.236 jan./dez. 1995.

FUNARTE disponível em:<<http://www.funarte.gov.br/>>. **Acesso em 30 out.2014.**

IBRAM Disponível em:< <http://www.museus.gov.br/>> **Acesso em 30 out.2014**

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS em:<<http://www.museus.gov.br/os-museus/como-criar-museus/>>. **Acesso em 15 out.2014.**

MAIS MUSEUS. Disponível em:< <http://www.museus.gov.br/fomento/mais-museus/>>**A acessado em 30 out./10/2014**

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. Plano de Desenvolvimento Turístico Municipal de Monteiro Lobato (PDTM) 2013.

A SEREM COLOCADAS CONFORME NORMA ABNT, TANTO AQUI NO FINAL, QUANTO NO DECORRER DO TEXTO (EM ALGUNS MOMENTOS)

ANEXOS

Anexo 01 - Especificações técnicas do totem

A proposta inicial é que cada totem seja confeccionado em chapas de acrílico *cellcast* cristal transparente com espessura de 5 mm e dimensões 2 m x 1 m, com acabamento que garanta resistência à incidência de raios UVA e UVB.

As informações a serem expostas serão impressas na frente e no verso de um banner de lona resistente às ações do tempo nas dimensões 1,80 m x 0,80 m.

Sendo assim, a estrutura final do totem será formada por:

- 2 chapas de acrílico paralelas;
- 1 banner a ser encaixado entre as chapas;
- 3 bordas de acrílico nas laterais e no topo para fins de vedação;
- 1 base de acrílico chumbada ao chão.

Conteúdo

O conteúdo dos totens deverá contar brevemente a história das famílias, espaços, mitos e tradições lobatenses, de forma a valorizar o local e despertar o interesse do leitor por conhecer mais afundo aquela informação. Dessa forma, cada totem trará a seguinte composição:

- fonte e tamanho da parte escrita e da(s) imagem(ns), margens e distribuição de cada informação
- Endereço e telefone para agendamento de uma visita (caso autorizado por quem forneceu as informações);
- Logotipos da prefeitura e órgãos parceiros no rodapé;
- Nome dos colaboradores do grupo de trabalho.

Cores e ilustrações

As cores e ilustrações a serem utilizadas nos totens poderão ser definidas posteriormente pelo grupo de trabalho, porém é interessante relacioná-las com os bairros do município, pois como eles são bem afastados um do outro, isso facilitará o entendimento da distribuição espacial dessas informações pelo leitor.

Comment [13]: Isso deixa como anexo ou sai? As informações de certa forma já apareceram.

Comment [14]: Acho que isso diz respeito a uma atividade, pode vir como anexo.

Comment [15]: Preparar o totem é uma atividade – ou seja o físico
Preparar conteúdo para o totem é outra...
Lay out....
Várias atividades para uma mesma etapa pode ser a Etapa Totem e aí todas as atividades a ela referentes.

Pensem num receita de bolo complicada... como ensinariam para alguém?

Desta forma, uma opção é que cada bairro seja representado por uma cor e cada tipologia de informação por um personagem do Sítio do Pica-Pau Amarelo ou outro símbolo de referência, conforme sugerido no quadro abaixo:

Quadro 1 – Sugestões de cores baseadas em tipologias e personagens para os totens

BAIRRO	COR	TIPOLOGIA	PERSONAGEM
Centro Urbano	Vermelho	Gastronomia	Tia Nastácia
do Souza	Verde	Ecoturismo	Pedrinho
São Benedito	Amarelo	Educação	Visconde
Pedra Branca	Azul	Cultura	Dona Benta
da Serrinha	Rosa	Mitos e lendas	Emília
da Matinada	Roxo		
dos Teixeiras	Laranja		
Ponte Nova	Marrom		
Descoberto	Cinza		

Outra sugestão é criar uma “marca” para cada bairro baseada em sua característica ou atrativo principal. Desta forma o leitor vai se lembrar de que o Bairro do Souza é onde está a Pedra do OM ou a Feira do Balacobaco, por exemplo. Neste caso, as cores poderiam ser utilizadas para representar a tipologia da informação.

Quadro 2 – Sugestões de cores baseadas em marcas para os totens

BAIRRO	MARCA	TIPOLOGIA	COR
Centro Urbano	Paróquia, Gruta ou Busto de Monteiro Lobato	Gastronomia	Vermelho
do Souza	Pedra do OM ou Feira do Balacobaco	Ecoturismo	Verde
São Benedito	Capela	Educação	Amarelo
Pedra Branca	Campo e Pesca	Cultura	Azul
da Serrinha	Sítio do Pica-pau Amarelo	Mitos e lendas	Marrom

da Matinada	Trabiju		
-------------	---------	--	--

Tipografia e texto

O tipo de letra, o tamanho e o espaçamento serão definidos pelo grupo de trabalho quando forem discutir a diagramação final do totem.

Simulação gráfica

Tendo como base as características definidas acima, segue uma proposta inicial para os totens a fim de esclarecimento.

IMAGEM DO TOTEM A SER COLOCADA PELA ANA GABRIELA

Anexo 02 - Modelo de Questionário

Para mensuração dos resultados e verificação do cumprimento dos objetivos, faz-se necessária a aplicação de um questionário pequeno e simples no atrativo visitado, no momento em que o visitante estiver passando pelo caixa, durante o primeiro mês após a instalação dos totens. Abaixo, segue o modelo do questionário mencionado:

Atrativo: _____

1 - É morador do município de Monteiro Lobato, ou só está visitando?

() morador () visitante

2 - É a primeira vez que vem a este atrativo?

() sim () não

3 - Ficou sabendo deste atrativo através das informações do totem?

() sim () não

4 - **[Caso seja visitante]** Está só de passagem pela cidade, ou pernoitou/pernoitará?

() passagem () pernoite

A fim de identificar se os visitantes pernoitaram em Monteiro Lobato, será necessário instruir os responsáveis pelos meios de hospedagem a contar o número de pessoas que passou por seu estabelecimento e seus respectivos pernoites durante o primeiro mês de instalação dos totens. Deste modo, é dispensável a aplicação de questionários para esta finalidade.