



# Prefeitura Municipal de Queluz

Estado de São Paulo

**Desenvolve  
Queluz**

Administração 2017 - 2020

Rua Prudente de Moraes, 100 - Centro - Tel.: (12) 3147-9020 - CNPJ: 46.670.931/0001-06

## Secretaria Municipal de Assuntos Jurídicos

### LEI COMPLEMENTAR Nº 25, DE 22 DE MAIO DE 2020.

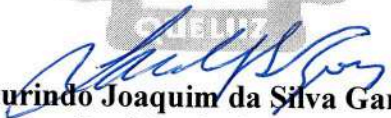
**“DISPÕE SOBRE A REVISÃO DO PLANO DIRETOR DE TURISMO DO MUNICÍPIO DE QUELUZ, INSTITUÍDO ATRAVÉS DA LEI COMPLEMENTAR MUNICIPAL Nº 02/17.”**

**LAURINDO JOAQUIM DA SILVA GARCEZ**, Prefeito Municipal de Queluz, no uso de suas atribuições legais, faz saber que a Câmara Municipal aprovou e eu promulguei a seguinte Lei Complementar:

**Art. 1º** - Fica revisto o Plano de Diretor de Turismo do Município de Queluz, instituído através da Lei Complementar Municipal nº 02/17, nos termos do anexo I desta Lei.

**Art. 2º** - Esta Lei Complementar entra em vigor na data da sua publicação, revogando as disposições em contrário.

Queluz, 22 de maio de 2020.

  
**Laurindo Joaquim da Silva Garcez**  
Prefeito de Queluz

Publicada e Registrada nesta Secretaria. Data supra.

  
**João Batista Guimarães Câmara Neto**  
Secretário Municipal de Assuntos Jurídicos  
Matrícula nº 1645





# PROJETOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO EM QUELUZ

---

2019

Universidade de São Paulo  
Escola de Comunicações e Artes  
Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo

Projetos para o Desenvolvimento do Turismo em Queluz (SP)

Coordenação:  
Karina Toledo Solha

São Paulo  
2019

É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada a fonte e autoria,  
proibindo qualquer uso para fins comerciais.

## **Equipe Técnica**

### *Coordenação*

Profa. Dra. Karina Toledo Solha

### *Produção Editorial*

Me. Ana Rosa Proença

### *Orientadores*

Profa. Dra. Clarissa M.R. Gagliaradi

Profa. Dra. Debora Cordeiro Baga

Prof. Dr. Gino Giacomini Filho

Profa. Me. Gleice Regina Guerra

Prof. Dr. Reinaldo Miranda de Sá Teles

### *Discentes*

Amanda Kitagawa

Bárbara Teixeira Capelin

Beatriz Barreto de Aquino

Bruna Marques Henrique

Carlos Otávio Pereira dos Santos

Caroline Campos Pinheiro

Célestin Pierre Louis Frédéric Barre

Felipe Gabriel Silva de Moraes

Giuliane Valeri Reche

Gustavo Lucena

Isadora Silva Arantes

Jennifer Carolina Marques Machado

Kennya Rayane Barbosa dos Santos

Letícia Tavares de Andrade

Maria Eduarda Pires de Carvalho

Sarah Santos Delgado

Tandary Freitas Silva

Themístocles Alexandre Rodrigues

Thiago Kotaki May

Victor Novato Rodrigues

## **APRESENTAÇÃO**

A disciplina CRP0464 - Projeto Interdisciplinar de Turismo (PIT) foi criada, , com o objetivo de oferecer aos alunos a oportunidade de elaborar um projeto que possa auxiliar os gestores públicos do município onde se realizou o Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico (PDDT) a implementarem algumas ações prioritárias para apoiar o desenvolvimento da localidade.

Neste sentido, a definição dos temas e do escopo dos projetos considera o Diagnóstico e o Plano de Ação proposto no PDDT, assim como as indicações de prioridades que foram definidas em consulta pública. Embora se trate de uma atividade interdisciplinar por natureza, cada equipe de trabalho conta com docente coordenador para orientá-la e acompanhar o processo de elaboração e apresentação do projeto.

Em julho de 2019, finalizou-se o Plano de Desenvolvimento Turístico de Queluz apontando Macro-Estratégias e projetos prioritários que poderiam ser implementados no curto e médio prazo. A partir deste conjunto de diretrizes os alunos se organizaram em grupos, sob a coordenação de um especialista na temática, e elaboraram um Projeto, contemplando resultados, estratégias, infra-estrutura e recursos necessários para implementação.

Os mesmos passaram por dois momentos de avaliação o primeiro consistiu numa pré-banca formada pelo docente coordenador, um docente e um convidado externo, para validar a idéia e contribuir para seu aprimoramento. E outra avaliação no mês de novembro, para apresentação dos resultados do trabalho, contando com a presença do docente coordenador, de um representante do município e de um profissional ou docente convidado.

Os resultados deste trabalhos foram reunidos neste documento, que ao mesmo tempo que possibilita um registro da memória desta experiência, que tem sido aprimorada ao longo desta trajetória. Até o momento, foram elaborados projetos para os municípios de Piracicaba, Mogi das Cruzes, Monteiro Lobato, São José do Barreiro, Bananal, Silveiras e finalmente Queluz.

Trata-se da finalização de um longo processo de trabalho, que propicia uma vivência de aprendizagem especial e intensa tanto para os alunos, como para os docentes e o município parceiro. Esse é um dos casos em que a caminhada é muito mais significativa e importante do que o resultado final.

Esperamos que este material produzido e agora divulgado possa ainda contribuir para subsidiar o desenvolvimento do turismo em Queluz, e estimular a realização de muitas outras ações.

# SUMÁRIO

**09** Gestão do Turismo Municipal de Queluz: Fortalecimento do Setor Público & COMTUR

**35** Desenvolvimento das Mídias Sociais de Queluz

**61** Instigando Memórias "Casa da Memória de Queluz"

Capacitação em Mídias Digitais e Noções de Empreendedorismo

Parque da Cidade - Gerando Conexões





# GESTÃO DO TURISMO MUNICIPAL DE QUELUZ: FORTALECIMENTO DO SETOR PÚBLICO & COMTUR

---

DISCENTES:  
ISADORA SILVA ARANTES  
MARIA EDUARDA CARVALHO

ORIENTADORA:  
DEBORA CORDEIRO BRAGA

## SUMÁRIO

<b>1 GESTÃO MUNICIPAL DE QUELUZ.....</b>	<b>10</b>
<b>2 DIRETORIA DE CULTURA, TURISMO E EVENTOS.....</b>	<b>16</b>
<b>3 CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO DE QUELUZ.....</b>	<b>17</b>
3.1 FUNDO MUNICIPAL DE TURISMO.....	18
<b>4 LEI DO MIT E INCENTIVOS A PARTIR DA ATIVIDADE TURÍSTICA.....</b>	<b>19</b>
4.1 LIMITAÇÕES DE QUELUZ NO TURISMO.....	20
<b>5 PROPOSTA DE REESTRUTURAÇÃO DOS ÓRGÃOS GESTORES DO TURISMO EM QUELUZ.....</b>	<b>23</b>
5.1 DIRETORIA DE TURISMO.....	23
5.2 CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO RENOVADO.....	28
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>31</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>32</b>

## 1 GESTÃO MUNICIPAL DE QUELUZ

### Temas relevantes:

- Gestão da Prefeitura e maioria na Câmara Municipal seguem a mesma linha política (PSDB e coligações) durante o quadriênio 2017-2020;
- Informações governamentais divergentes;
- Falha na distribuição das pastas entre as Secretarias e Diretorias operantes;
- Diretoria de Turismo em posição de pouca relevância para a administração pública.

A Administração Municipal de Queluz atualmente é exercida por um representante do PSDB, partido vitorioso das eleições municipais de 2016, com coligação com outros sete partidos (PP, PPS, PSC, PC do B, PSD, DEM, PV) com 69,59% dos votos úteis no segundo turno, indicando significativo apoio na Câmara Municipal durante o quadriênio 2017-2020. Este fator facilita a aprovação de decisões e ações a serem tomadas.

O organograma do primeiro nível de responsabilidade da prefeitura consta na Figura 1 e pode ter sofrido alterações não divulgadas, devido à falta de informação no site da prefeitura. Em 1º de outubro de 2019, a estrutura municipal completa da prefeitura de Queluz estava composta por 566 servidores segundo o site<sup>1</sup>, no entanto, apenas um mês depois, em meados de novembro, um documento foi enviado às autoras com a informação de 528 funcionários.

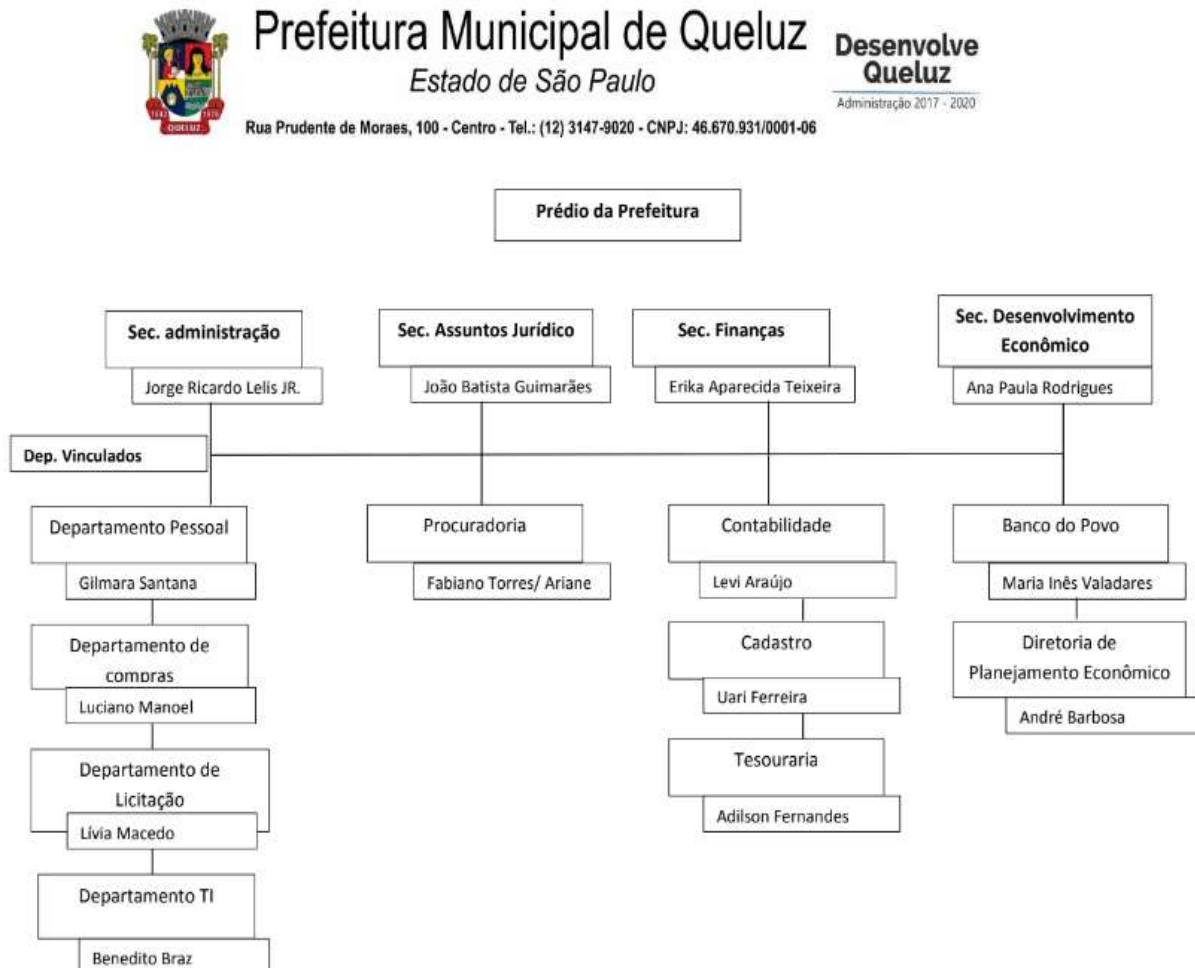
Nas imagens é possível identificar todas as 10 Secretarias em vigência que compõem o corpo de funcionários da prefeitura e suas respectivas Diretorias, que totalizam 40 ramificações vinculadas, dentre as quais alguns responsáveis ocupam mais de um cargo. Ainda assim, há departamentos que não constam no levantamento, como a Diretoria de Cultura, Turismo e Eventos.

Foi disponibilizado para este projeto apenas um arquivo contendo os organogramas e, assim, não foi possível um levantamento de informações densas e completas a respeito desta formatação nem uma avaliação da pertinência de suas funções. Além, como não houve receptividade para construção de um canal de comunicação aberto, possivelmente por se tratar de um período de adaptação

<sup>1</sup>Transparência Queluz 2019. Disponível em: <<http://transparencia.que luz.sp.gov.br/>>. Acesso em: 28 out. 2019 às 18:54.

imediatamente após a troca de gestão na Diretoria de Turismo na cidade, tornou-se impraticável a iniciativa de tentar sanar tais questionamentos.

Figura 1 - Organograma da Administração Municipal de Queluz: Gestão



Fonte: Diretoria de Cultura, Turismo e Eventos (2019).

Nesta primeira figura, constam os setores ligados à administração, finanças e desenvolvimento econômico da cidade. Comparada às demais, esta parte da estrutura está bem desenhada e coerente com a setorização de secretarias e diretorias.

A proposta ideal seria vincular a Secretaria de Promoção Social, presente em “demais secretarias”, a esta primeira parte do organograma. Trata-se de uma pauta de grande importância para o bem-estar social e a subdivisão do Centro de Referência de Assistência Social CRAS<sup>2</sup> estaria a ela conjugada.

<sup>2</sup>Centro de Referência de Assistência Social - Cras 2015. Disponível em: <<http://mds.gov.br/assuntos/assistencia-social/unidades-de-atendimento/cras>> Acesso em: 17 nov. 2019 às 17h30.

Outra solução para a totalidade da distribuição é realocar também a Secretaria do Meio Ambiente, para que fique no organograma de primeiro nível da prefeitura.

A última proposição de destaque deste organograma é a criação de uma Secretaria de Indústria e Comércio, com um responsável por manter um canal de comunicação aberto entre agentes públicos, privados e terceiros. Além disso, indústria e comércio podem abranger a Diretoria de Agronegócio, que perde o *status* de Secretaria que possui até então.

Figura 2 - Organograma da Administração Municipal de Queluz: Secretaria de Educação



Fonte: Diretoria de Cultura, Turismo e Eventos (2019).

Percebe-se que a Secretaria da Educação possui uma estrutura menos consolidada. Escolas de Ensino Fundamental, Médio; setor de esportes; creches; e cozinha estão completamente fundidos, conferindo certa imprecisão à divisão.

Uma proposta para melhor formatar este organograma é dividir a Secretaria de Educação nas pastas: escolas, esportes, creche e cantina. Assim, as unidades configuram-se de forma a haver um departamento individual para cada uma das escolas, um para esportes, um para as creches e uma para alimentação escolar.

Figura 3 - Organograma da Administração Municipal de Queluz: Secretaria de Obras e Serviços



Fonte: Diretoria de Cultura, Turismo e Eventos (2019).

Esta Secretaria de Obras e Serviços pode dividir-se entre “obras” e “serviços” como uma primeira setorização. A partir disso, incorporado à Secretaria de Obras, é adequada a subdivisão entre Diretoria de Obras e Diretoria de Manutenção. O recorte de transporte já consta como um setor dentro de Serviços, sendo desnecessário seu vínculo com manutenção.

Em Serviços também é coerente a presença das pastas de Defesa Civil, Limpeza Urbana, Transporte Urbano e Segurança do Trabalho. Todas estas pastas e respectivas subdivisões permanecem como estão.

Se porventura a parcela de transporte que está unificada à Diretoria de Manutenção tenha uma função diferente da proposta de Transporte Urbano, poderá ser mantida como está.

Figura 4 - Organograma da Administração Municipal de Queluz: Secretaria de Saúde



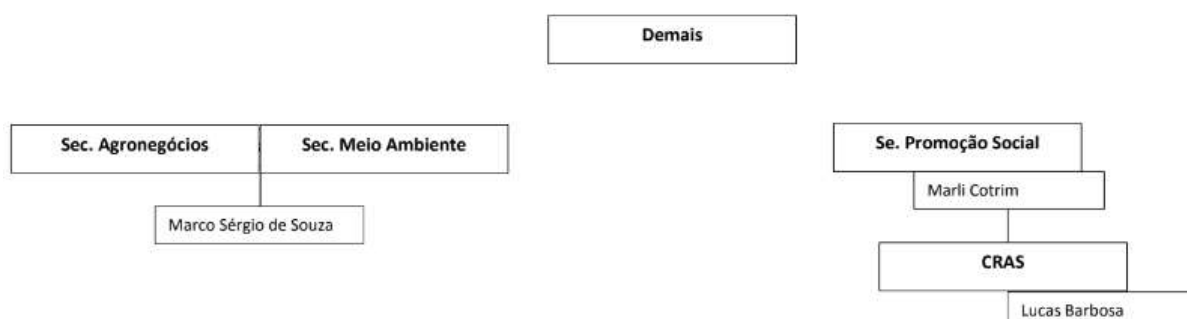
Fonte: Diretoria de Cultura, Turismo e Eventos (2019).

Este organograma apresenta uma falha de distribuição. A Secretaria de Saúde já tem como responsável e secretária a Sra. Marilda Uchoas, que também está indicada como CEO e gestora da Santa Casa, no entanto não fica claro a que se referem tais cargos. Então, a primeira ação seria colocá-la ao topo do organograma como responsável pelos três elementos.

Em seguida, daria para criar uma subdivisão chamada Estratégia Saúde da Família (ESF)<sup>3</sup>, pois constam trem segmentações neste item.

A parte de transportes continuaria separada e abarca pautas como transporte por ambulância, corpo de bombeiros etc.

Figura 5 - Organograma da Administração Municipal de Queluz: Demais Secretarias



Fonte: Diretoria de Cultura, Turismo e Eventos (2019).

<sup>3</sup>Estratégia Saúde da Família (ESF) 2017. Disponível em: <<http://www.saude.gov.br/acoes-e-programas/saude-da-familia/sobre-o-programa>> Acesso em 17 nov. 2019 às 16h45.



Ao final do documento, são apresentadas algumas outras secretarias não citadas previamente, intituladas como “demais”. Conforme explicado anteriormente, a Secretaria de Promoção Social pode ser realocada para o alicerce da gestão pública, devido a sua relevância, assim como as duas demais secretarias, Meio Ambiente e Agronegócio.

No site da prefeitura, dificilmente o órgão público responsável pela gestão do turismo é citado. Segundo dados coletados em 2018, tal estrutura estaria unificada com outros setores para compor a Diretoria de Cultura, Turismo e Eventos. Assim como outras diretorias, aparecem em desequilíbrio perante as Secretarias de outras áreas.

Contudo, a Diretoria sequer consta nos organogramas atualizados neste ano, não sendo possível, desta forma, assegurar-se da dinâmica de governança vigente. Tal omissão enfatiza a insuficiência da prefeitura em debruçar-se sobre o setor turístico, que demanda atenção para suas especificidades de forma a ser desenvolvido de maneira saudável e proveitosa.

## 2 DIRETORIA DE CULTURA, TURISMO E EVENTOS

### Temas relevantes:

- Informações e tomadas de decisão centralizadas;
- Expansão do órgão pela contratação de uma assistente;
- Facebook da Prefeitura como principal canal de informações;
- Site da instituição desatualizado.

A Diretoria de Cultura, Turismo e Eventos, até 2018, foi ocupada pelo Sr. Thomaz Cardoso Lucas Barbosa, que era também a única pessoa que compunha o órgão. Consequentemente, era o responsável por centralizar informações e tomadas de decisões de diversas instâncias relacionadas ao turismo, inclusive os questionamentos e informações solicitadas pelo nosso grupo de trabalho durante as pesquisas realizadas previamente para a elaboração deste documento.

Em 1º de novembro de 2019, a diretoria passou a ter, além do Diretor, uma Assessora de Turismo e Eventos, cargo que foi ocupado pela Sra. Cleusa Ferreira Pinto, enquanto a Diretoria foi assumida pela Sra. Debora Cristina Primo de Oliveira, ex-assessora do gabinete do prefeito. Esta primeira expansão é demonstrativa de que há interesse e estratégias de desenvolvimento para a evolução da atividade turística por iniciativa da Prefeitura. A fonte de informação mais regularmente alimentada pela Diretoria de Turismo é a página do Facebook da Prefeitura de Queluz<sup>4</sup>, onde são postados conteúdos semanais com atualizações sobre obras da cidade, eventos, mudanças na administração da prefeitura, etc.

Algo a ser ressaltado é que as informações da Prefeitura são difíceis de encontrar no site do próprio órgão, muitas das abas e links redirecionam para páginas em branco sem informação alguma, o que mostra a deficiência da dita “transparência” de Queluz. É de comum acordo que grande parte dos dados que deveriam ser disponibilizados na aba de transparência de sites de órgãos públicos não é utilizada pela população. Estes dados, normalmente, são analisados por profissionais do turismo ou outros setores que possam querer estudar o significado destes números e seus impactos no município. Foi levando isso em consideração que muitas das propostas sugeridas mais à frente foram elaboradas.

<sup>4</sup>Página da Prefeitura de Queluz no Facebook. Disponível em: <[https://www.facebook.com/PrefQueluz/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/PrefQueluz/?ref=br_rs)>. Acesso em 29 out 2019 às 20:50.

### 3 CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO DE QUELUZ

**Temas relevantes:**

- Existência do COMTUR foi indispensável para capacitação de Queluz como MIT;
- Órgão misto, formado por 12 membros (4 do poder público e 4 da sociedade civil);
- FUMTUR inoperante;
- Registros disponíveis somente no acervo da Diretoria de Cultura, Turismo e Eventos, em Queluz.

O Conselho Municipal de Turismo de Queluz (COMTUR), de gestão público-privada, foi criado pela Lei Municipal 223/97. Inoperante de 2015 a fevereiro de 2017, foi novamente implementado pela Lei Municipal 754/17 sendo mandatário e fundamental para requerimento da categoria de Município de Interesse Turístico (MIT).

Anteriormente consultivo e agora deliberativo, é um órgão misto conforme previsto em lei, cuja estrutura se dá de forma horizontal com um presidente eleito por seus membros, cargo que não pode ser exercido por representante do poder municipal. O Conselho é composto por 12 membros, sendo quatro deles do poder público (Turismo, Cultura, Meio Ambiente e Educação) e oito da sociedade civil organizadora (Hotéis, Pousadas, Restaurantes e Bares, Transportes Turísticos, Produtores Rurais, Postos de Gasolina, Artesãos e Atrativos Turísticos).

Segundo o ex-presidente Sr. Diego Ribeiro, da área de transportes, que atuou até 2018, após a aprovação do município como MIT não houveram reuniões do Conselho e portanto nenhuma deliberação, decisão ou indicação foi feita até o fim daquele ano. No entanto, a atual presidente do Conselho, Sra. Fábيا Raquel, representante da hospedaria Fazenda Santa Vitória, declarou que o grupo se reúne mensalmente para, inicialmente, trabalhar no regimento interno do órgão, visando qualificar a atuação do COMTUR, e planejar reuniões participativas que engajem a população. Além, expôs que a existência do FUMTUR ficou conhecida pelo Conselho recentemente, e que este encontra-se inoperante.

Quanto a registros como atas e documentos, estão disponíveis no arquivo da Diretoria de Cultura, Turismo e Eventos. Uma fragilidade de atuação é não disponibilizar tais arquivos *online*, com amplo acesso para quaisquer interessados, pesquisadores ou locais.

### 3.1 FUNDO MUNICIPAL DE TURISMO

Criado em 1999 (Lei Municipal 264/99) e reestruturado em 2018 (Lei 850/18), o Fundo Municipal de Turismo de Queluz é vinculado integralmente ao COMTUR, tanto organizacional como administrativamente; e originou-se com a finalidade de captar recursos de financiamento e aporte de capital a cidade de Queluz, para a implementação do “Plano de Turismo Municipal”, como o projeto de desenvolvimento do turismo da cidade era chamado na época.

Nenhuma parte de financiamento ou aporte de capital que o FUMTUR receba pode ser utilizado para pagamento de pessoal e seus encargos, excetuando-se pagamentos por serviços eventuais e vinculados a projetos específicos.

Não foram identificadas ações públicas de infraestrutura no período da administração atual, fator justificado pela falta de orçamento de forma a tornar a realização de empreendimentos na área inviável.

## 4 LEI DO MIT E INCENTIVOS A PARTIR DA ATIVIDADE TURÍSTICA

### Temas relevantes:

- Em 2017, desenvolveu-se um Plano Diretor de Turismo de Queluz;
- Para uma cidade se classificar como MIT, é necessário que cumpra algumas exigências, conforme Quadro 1;
- O município requer aprimoramento nas demandas.

No ano de 2017 foi desenvolvido e apresentado um Plano Diretor de Turismo para candidatar o município no processo de requerimento para que fosse classificado como Município de Interesse Turístico (MIT). O projeto de lei foi encaminhado para aprovação na Assembleia do Estado de São Paulo em setembro de 2017 (Num.: 828/17) e aprovado em abril de 2018. Esse plano serviu como uma referência inicial para a coleta e avaliação dos dados pela equipe da USP – Turismo.

A categoria de MIT foi instituída pelo Estado de São Paulo pela Lei Complementar Nº 1.261, de 29 de abril de 2015. De acordo com esta lei o município necessita ter e apresentar os pontos constantes no Quadro 1, para poder ser classificado como MIT e, conseqüentemente, ter direito a receber um aporte financeiro como investimento em infraestrutura para suporte ao turismo na cidade.

### Quadro 1 - Exigências para Municípios de Interesse Turístico (MIT)

- 1) COMTUR formado e em atividade;
- 2) Apresentar um Plano Diretor de Turismo (englobando estratégia e foco do desenvolvimento turístico);
- 3) Ter serviço de coleta de lixo sólidos, de abastecimento de Água potável e oferecer serviços médicos de emergência que atenda a população e o fluxo turístico;
- 4) Apresentar Meios de Hospedagem no local ou região;
- 5) Ter na cidade pontos de alimentação;
- 6) Mostrar que tem potencial turístico e atrativos turísticos de expressividade mesmo não tendo fluxo turístico;
- 7) Ter serviço de informações turísticas mesmo que virtuais (Site, Blog).

Fonte: Lei Complementar Nº 1.261, de 29 de abril de 2015.

## 4.1 LIMITAÇÕES DE QUELUZ NO TURISMO

A partir das exigências apresentadas, pode-se fazer as seguintes afirmações:

**1 - O atual COMTUR da cidade não apresenta uma estrutura sólida de organização**, não possui um site de acompanhamento das reuniões, contendo atas e informações disponibilizadas à população. Foi encontrado apenas um documento legal, redigido pela prefeitura municipal que regulariza a criação do Conselho Municipal de Turismo de Queluz e uma citação desta reunião no site da prefeitura<sup>4</sup>. Nota-se a falta de um canal de comunicação aberto e disponível para que os moradores e empreendedores possam consultar as decisões e direcionamentos do Conselho.

**2 - Em 2017 foi elaborado um plano diretor de turismo**, o qual apresenta uma análise interna do ambiente e um estudo de demanda na cidade, assim como o inventário de todos os atrativos/equipamentos/patrimônios que compunham a oferta de Queluz à época. Entretanto, não se pode afirmar que o documento “engloba estratégia e foco do desenvolvimento turístico”. O plano, na verdade, consiste mais em um diagnóstico do que em uma proposta efetivamente para melhor fomentar o desenvolvimento do turismo no município.

**3 - A respeito da coleta de resíduos sólidos e tratamento de esgoto**, a cidade mostra-se deficitária e até conta com o recurso do MIT para sanar esses percalços, conforme levantado no trabalho de campo realizado em 2018 em Queluz:

A expectativa inicial, segundo depoimentos conhecidos com os secretários municipais, é que os principais pontos ligados ao turismo onde serão empregados os recursos do MIT são:

- Possibilidade de pavimentação asfáltica das ruas principais da cidade baseado em proteção do solo devido ao sobrepeso em períodos de festas/eventos;
- Melhoria de iluminação nas Praças da cidade para melhorar segurança;
- Aplicação de parte menor do montante em saneamento básico (esgoto).<sup>5</sup>

**4 - A cidade possui sim meios de hospedagem**, assim como há oferta na região. Um exemplo de hotel na cidade que pôde ser avaliado pelo grupo é o Hotel Fazenda Santa Vitória. Localizado a 5 km do centro de Queluz, engloba a área de três

<sup>4</sup>Página da Prefeitura do Município de Queluz.

Disponível em: <<http://quelluz.sp.gov.br/2017/02/26/turismo-quelluz/>>. Acesso em 28 out 2019 às 19:46.

<sup>5</sup>Plano Diretor de Turismo Municipal de Queluz 2018. Disponível em:

<[https://docs.google.com/document/d/1aSG0l6tCYt4xfA64sZSUIMTUCDbgD5et\\_MwNnwtdMqk/edit#](https://docs.google.com/document/d/1aSG0l6tCYt4xfA64sZSUIMTUCDbgD5et_MwNnwtdMqk/edit#)>

Acesso em 13 de out. de 2019 às 14:54.

fazendas e dispõe, atualmente, de 10 funcionários fixos, podendo chegar a até 23 em alta temporada.

**5 - Queluz conta também com uma oferta de pontos de alimentação que supre**, aparentemente, às demandas da população local no dia a dia e dos eventuais turistas (exceto em períodos de festas na cidade, onde esta oferta é aumentada, devido à oportunidade de negócio).

**6 - Em se tratando do potencial turístico e atrativos de expressividade**, pode-se considerar que a cidade de Queluz possui uma composição de patrimônios que carregam certa carga histórica. O conjunto de patrimônios históricos, culturais e naturais possui potencial para atrair turistas e demonstra a potencialidade de Queluz como um município de destaque dentro do Vale do Paraíba. Porém, no geral, percebe-se um descaso no que diz respeito à salvaguarda, tanto por parte do setor público quanto da comunidade. O Centro Cultural Malba Tahan, por exemplo, possui uma reserva técnica<sup>6</sup> com centenas de arquivos históricos não catalogados que são acondicionados numa sala sob condições de conservação muito precárias - fato que pôde ser constatado em uma das visitas do grupo à cidade. Além desse risco de perda permanente de um patrimônio histórico de grande valor, uma conservação e divulgação deficientes geram certa falta de identificação por parte da comunidade.

**7 - Sobre os serviços de informação turística**, a cidade ainda não conta com um Centro de Atendimento ao Turista. Há algumas informações no site da prefeitura<sup>7</sup> que se limitam ao descritivo de cada um dos pontos turísticos, sem informações de como funciona a visitação ou se há horários restritos para funcionamento, conforme Figura 6.

<sup>6</sup>**Reserva Técnica: um espaço de Preservação de acervos** 2015. A reserva técnica, dentro das normas da Conservação Preventiva, torna-se o espaço destinado a garantir a preservação dos objetos do acervo museológico que não estão em exposição. Disponível em: <<http://museudaimigracao.org.br/reserva-tecnica-um-espaco-de-preservacao-de-acervos/>> Acesso em 29 out 2019, às 20:30.

<sup>7</sup>**Página da Prefeitura do Município de Queluz.**

Disponível em: <<http://www.queluz.sp.gov.br/turismo/pturisticos.html>>. Acesso em 29 out 2019 às 20:57.

Figura 6 - Informações do site da prefeitura

### *Centro Cultural Malba Tahan*

*O Centro Cultural Malba Tahan é um prédio colonial de 1800 localizado no Centro Histórico de Queluz, onde funciona a Diretoria de Cultura, Turismo e Comunicação Social, promovendo, eventos, palestras, cursos culturais, roda de leitura e o museu arqueológico.*



### *Águas da Marambaia*

*A Águas da Marambaia simula um "Resort natural", aos pés da Serra da Mantiqueira, é um local que conta com diversas piscinas naturais com águas cristalinas e quedas d'água. Oferece também um restaurante que proporciona aos visitantes o tradicional prato "Queluz na Moranga".*

### *Bosque das Paredes Ocultas "BPO"*

*O BPO é o verdadeiro programa para quem gosta de uma boa aventura, situado na Serra da Mantiqueira é uma paisagem exuberante, o local conta com três paredes de escaladas que recebem turistas dos quatro cantos do Brasil e exterior.*



Fonte: Turismo Queluz - Prefeitura.



## 5 PROPOSTA DE REESTRUTURAÇÃO DOS ÓRGÃOS GESTORES DO TURISMO EM QUELUZ

### Temas relevantes:

- Reformulação necessária dos agentes do setor;
- Reestruturação da atual Diretoria de Turismo, com contratação de estagiário para suporte;
- Funções bem distribuídas na Diretoria;
- Atual restrição ao acesso dos registros do COMTUR por falta de arquivos *online*.

De forma a impulsionar a gestão do turismo na cidade de Queluz e fortalecer o mesmo, propõe-se uma reestruturação nos órgãos referentes ao setor, atualmente Diretoria de Cultura, Turismo e Eventos; e COMTUR.

### 5.1 DIRETORIA DE TURISMO

Visando melhor sedimentar os esforços do setor público quanto ao turismo, é necessária a reestruturação da atual Diretoria de Cultura, Turismo e Comunicação Social, para que se torne uma Diretoria exclusiva para o Turismo e seja responsável pelos assuntos específicos relacionados à atividade turística e eventos municipais.

Considerando o atual cenário da cidade, observado durante as visitas técnicas, conversas com a população, entrevistas com agentes do setor público etc, foi possível enxergar qual estrutura faria mais sentido para a proposta vigente.

Aproveitando a recente mudança na gestão da Diretoria de Cultura, Turismo e Eventos, os dois cargos atualmente existentes na Diretoria podem permanecer em vigência por enquanto, sendo necessária apenas a contratação de um estagiário para dar suporte a ambas as subdivisões (pastas), que teriam suas funções redesenhadas.

Deste modo, a estrutura organizacional da Diretoria de Turismo ficaria conforme a Figura 7.

Figura 7 – Organograma da proposta para a Diretoria de Turismo de Queluz



Fonte: elaborado pelas autoras (2019).

A composição acima independe de pessoas físicas específicas para ser colocada em prática. Considerando a configuração e integrantes atuais da Diretoria de Cultura, Turismo e Eventos, para a Sra. Débora de Oliveira seria também atribuído o cargo de gestora da Pasta de Planejamento Turístico. Sua assessora, Sra. Cleusa Ferreira, por sua vez, se tornaria responsável pela Pasta de Eventos.

Dentro da Pasta de Planejamento Turístico, que tem a função de atualizar e colocar em prática o Plano Diretor de Turismo do município, as atribuições seriam: definir estratégias para realizar pesquisas de demanda e estudos sobre público-alvo do município; adotar medidas para fiscalizar, catalogar e orientar ações junto a equipamentos existentes; entre outras.

A Pasta de Eventos fica responsável pela captação de recursos para eventos, através de patrocinadores, e pela organização das festas religiosas e temáticas já realizadas pela prefeitura de Queluz. Além, teria a função de ouvir moradores e empresários sobre suas necessidades e anseios sobre turismo e eventos e propor um diálogo entre o setor público e privado.

Tais medidas garantem a continuidade dos projetos em andamento, fortalecendo a pasta de turismo e revelando para o Governo do Estado a importância que a gestão pública tem dado ao setor. Para onerar os custos dos novos cargos, é preciso que a Prefeitura de Queluz repense sua distribuição de orçamento entre os departamentos, uma vez que é de interesse da própria prefeitura a promoção de Queluz como uma cidade de interesse turístico e, futuramente, estância turística.

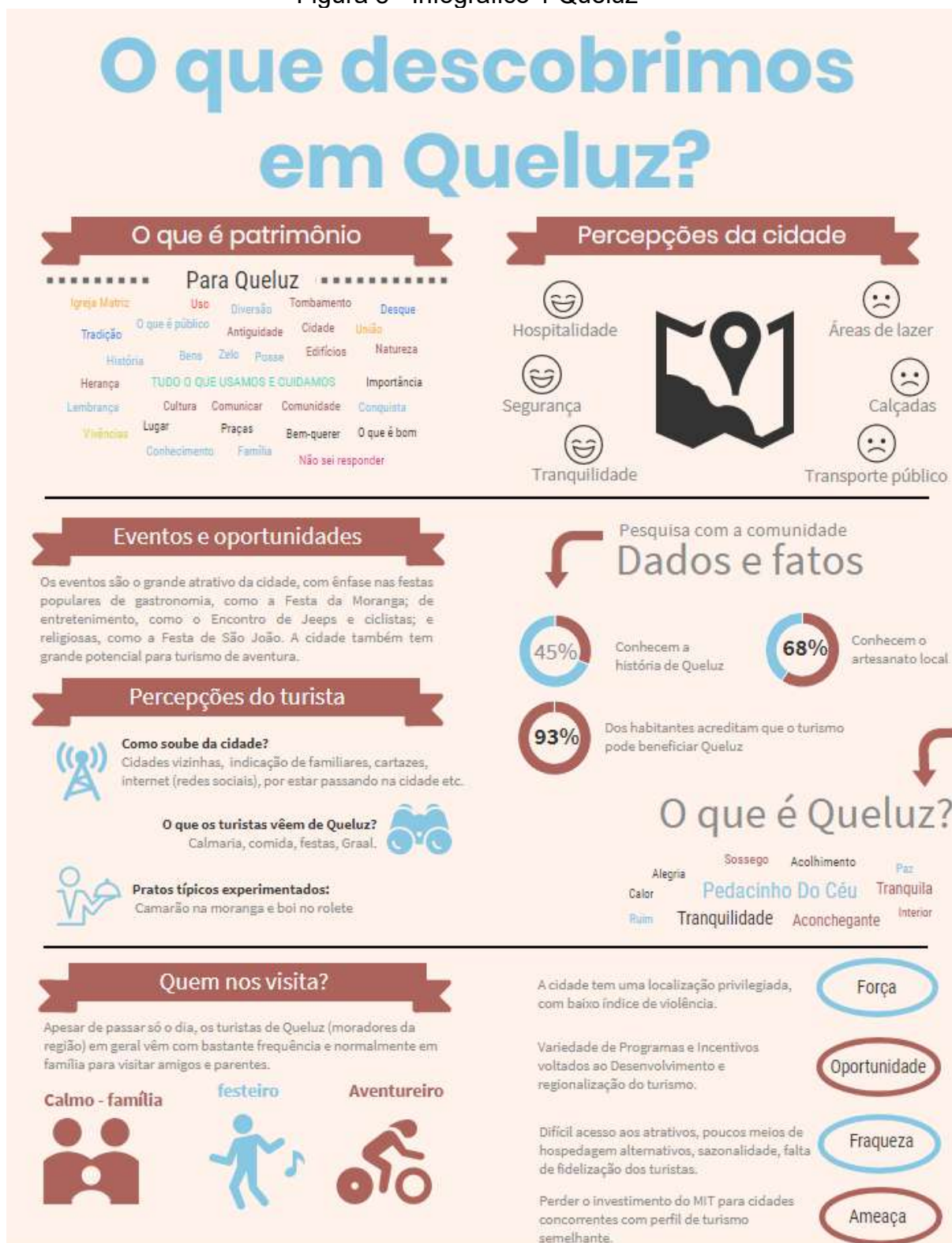
Conforme abordado no item 3. *Diretoria de Cultura, Turismo e Eventos*, os poucos dados disponibilizados pelo setor público não foram elaborados ou criados para compreensão e uso geral. Portanto, a proposta aqui é de disponibilizar estes números e informativos em formato de infográficos, disparados como *newsletter* mensal para os moradores cadastrados no *mailing* da prefeitura e divulgados através do *Facebook*.

Um exemplo de informação pertinente a ser compartilhada é, por exemplo, o número de empregos gerados pelo turismo em Queluz nos últimos seis meses, a renda movimentada pelo turismo, a perspectiva de trabalho de alguém que está disposto a iniciar um negócio turístico etc.

Uma vez que a população esteja informada de forma didática e se sinta convidada a compreender e opinar a respeito da realidade à qual pertence, isso implicará num maior engajamento dos habitantes em pensar o futuro do município de maneira geral e também do turismo.

Seguem alguns modelos representativos para compartilhar informações e dados de maneira acessível, lembrando que se trata de exemplos e o segundo infográfico não apresenta dados.

Figura 8 - Infográfico 1 Queluz



Fonte: Planejamento e Organização do Turismo II (2018).

Figura 9 - Infográfico 2 Queluz



Fonte: Autores (2019).

## 5.2 CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO RENOVADO

Para o COMTUR, considerando a forma como se dá sua estrutura organizacional, é preciso que sua gestão se consolide a partir de seus atuais membros, e também em relação à gestão da verba do FUMTUR.

A proposta seria organizar os 12 membros do COMTUR nas seguintes comissões: institucional, com 2 membros; operacional, com 4; financeiro, com 3; e eventos, com 3.

Referente à **comissão institucional**, é prioritária a continuação do desenvolvimento das normas do regimento interno, estabelecendo a frequência dos membros e encontros, assim como demais questões burocráticas de administração do Conselho.

É mandatório que ocorram reuniões ordinárias mensais em dia pré-estabelecido, por exemplo a primeira segunda-feira de cada mês, conforme estabelecido pelo Art. 7º da Lei Nº 754/17. Nestes encontros é indispensável o registro das discussões e tomadas de decisão através de atas e que tais documentos estejam amplamente disponíveis, seja através de instituições com livre acesso ao público ou em canais digitais, que potencializam ainda mais a disseminação da informação a níveis para além do municipal.

Os membros da **comissão operacional**, por sua vez, ficam encarregados das funções que pretendem o avanço do COMTUR para além da instituição, por exemplo, o atendimento de solicitações externas ao Conselho durante o horário comercial, tais como responder dúvidas de turistas, pesquisadores, e estabelecer uma ligação entre este e demais órgãos, além de redigir as atas das reuniões.

Estes membros também ficam responsáveis por alimentar o site da associação com informações atualizadas. Sugere-se o uso de plataformas digitais que não exigem o pagamento de domínio, por exemplo o *WIX*, onde permite-se criar e administrar uma página *online* com facilidade, com diversos “temas” e meios de interação possíveis. Esta ferramenta não requer conhecimentos técnicos de formatação para ser utilizada, portanto apresenta-se como alternativa acessível que viabiliza a exposição dos conteúdos relacionados ao COMTUR.

Dentre suas atribuições, operações é encarregada da digitalização dos documentos arquivados anteriormente. Uma alternativa gratuita para esta atividade é a utilização de aplicativos de *scanner* pelo celular. Basta centralizar a página, tirar uma

foto, recortar as bordas e, se necessário, calibrar o contraste para que as palavras fiquem mais nítidas. A partir disso, o próprio programa se encarrega de filtrar a imagem de modo digitalizado.

Existem várias opções disponíveis para diferentes sistemas operacionais e é possível salvar o arquivo em formato PDF ou JPG. A única ressalva deste método é a lentidão do processo, visto que é preciso salvar uma página de cada vez.

Outra forma é contratar os serviços de uma empresa especializada para realizar a tarefa, que possuem máquinas de diversos níveis de tecnologia, desde os tradicionais *scanners* manuais até os tipos mais instantâneos, por exemplo os com “alimentação automática de documentos”, que podem escanear a partir de 1.000 folhas, incluindo frente e verso, por dia. Embora a vantagem da produtividade e praticidade seja evidente, a limitação desta escolha é o investimento financeiro, que varia de acordo com a prestadora do serviço e com os aparatos disponíveis, portanto não é possível estimar o valor.

Para a **comissão financeira** fica o encargo, principalmente, de administração do FUMTUR, incluindo o controle do fluxo de caixa. Para a gestão dos recursos é indicada a criação de planilhas, através de programas como *excel* ou similares, para melhor visualização e conseqüente incentivo para o planejamento futuro. A maioria destas ferramentas gera dados de forma automática, outro fator que facilita a condução e controle das informações.

A fim de gerar maior engajamento da população, algumas medidas poderiam ser tomadas a partir da **comissão de eventos**, como por exemplo, continuar promovendo reuniões e assembleias públicas participativas a fim de convidar as pessoas a conhecer a proposta do COMTUR e tudo o que o fortalecimento deste órgão pode trazer de crescimento para o turismo municipal e regional.

Outra proposta seria a de que o órgão organize *workshops* mensais com datas pré-estabelecidas de assuntos diversos a fim de convidar aqueles que tiverem interesse em se instruir e adquirir novos conhecimentos a partir das alianças do turismo. Os encontros poderiam ser previstos para ocorrer ao primeiro sábado de cada mês, em local a definir e poderia tomar por base os seguintes temas: “Workshop de Artesanato Taboa”; “Para quê serve o COMTUR?”; “Workshop de Guia Turístico”; “Workshop de Contador de Histórias”; entre outros.

Uma parceria pode ser estabelecida entre o prestador de serviço que ofereceria sua aula, tendo por contrapartida a divulgação de sua marca em canais de comunicação do COMTUR e da Diretoria de Turismo.

Também é dever da comissão de eventos pensar pequenas medidas para requalificar os grandes eventos que ocorrem em Queluz. Durante conversas com membros da FeirArte, por exemplo, ficou perceptível a insatisfação frente às mudanças que os eventos de Queluz sofreram em suas últimas edições. Fatores como música, variedade de alimentação e descaracterização destas festas tradicionais são os mais recorrentes.

A proposta consiste na criação de cartilhas padronizando a organização destes eventos e estabelecendo diretrizes que devam ser seguidas em todos eles. Uma das normas poderia ser, por exemplo, a de garantir uma tenda exclusiva para artistas de Queluz exporem suas obras e artesanatos em todas as festas, questão levantada em reunião com a comunidade.

Em relação às comidas e bebidas, existem certas tradições que deveriam ser resguardadas, principalmente em eventos como a Festa de São João, ricos em cultura. Poderia haver concursos de pratos típicos para engajar a participação de todos, preços tabelados e mais opções de comidas artesanais do que industriais.

Quanto à música, também motivo de insatisfação, é de extrema importância o estabelecimento de regras, tempo em que cada ritmo será tocado, escolha da *playlist*, veto de músicas inapropriadas que denigrem a imagem de determinada minoria (como alguns coletivos feministas fazem em universidades, exemplo ECA-USP).

É de conhecimento geral que organizar eventos não é uma tarefa fácil. Para garantir seu sucesso, é necessário pensar nos detalhes, no conforto dos participantes, na logística, no impacto que os eventos têm na dinâmica da cidade etc. Para viabilizar isso, é comum se terceirizar o serviço de gestão destas atribuições que uma grande festa demanda.

Porém, nesse caso, é ainda mais importante definir padrões a serem seguidos, pois trata-se de uma empresa contratada, que não tem necessariamente nenhuma ligação com as tradições ou um sentimento de pertencimento e salvaguarda de costumes que devam ser evidenciados neste tipo de evento.



## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A mudança de gestão da Diretoria de Cultura, Turismo e Eventos aponta para um desenvolvimento saudável da atividade turística no município. No entanto, ainda é preciso aprimorar e elaborar alguns pontos essenciais para que o sucesso seja garantido e, sem dúvidas, uma administração eficiente por parte do setor público e público-privado é parte primordial para que este desenvolvimento seja bem estruturado de início.

Além disso, a independência financeira e auto-organização do COMTUR também é um passo importante a ser dado para o fortalecimento dos interesses políticos inerentes ao turismo.

A finalização do processo realizado em conjunto com a Universidade de São Paulo, após um ano e meio de pesquisa em parceria com a Prefeitura do Município de Queluz, adensa o entendimento de que a reestruturação dos agentes de turismo responsáveis diante da cidade é parte indispensável da consolidação do setor.

## REFERÊNCIAS

BRASIL, Secretaria Especial do Desenvolvimento Social. **Centro de Referência de Assistência Social - Cras** 2015. Disponível em: <<http://mds.gov.br/assuntos/assistencia-social/unidades-de-atendimento/cras>>

Acesso em: 17 nov. 2019 às 17h30.

DIÁRIO OFICIAL. **Lei Complementar nº 1261**, de 29 de abril de 2015. [S. l.], 29 abr. 2015.

DIÁRIO OFICIAL. **Lei Complementar nº 1261**, de 29 de abril de 2015. [S. l.], 29 abr. 2015.

DIÁRIO OFICIAL. **Lei Municipal nº 828/17**, de abril de 2018. [S. l.], abr. 2018.

DIÁRIO OFICIAL. **Lei nº 223/97**, de 21 de outubro de 1997. [S. l.], 21 out. 1997.

DIÁRIO OFICIAL. **Lei nº 754/17**, de 13 de fevereiro de 2017. Art. 7º. [S. l.], 13 fev. 2017.

**Estratégia Saúde da Família (ESF)** 2017. Disponível em: <<http://www.saude.gov.br/acoes-e-programas/saude-da-familia/sobre-o-programa>>

Acesso em: 17 nov. 2019 às 16h45

**Página da Prefeitura de Queluz no Facebook**. Disponível em: <[https://www.facebook.com/PrefQueluz/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/PrefQueluz/?ref=br_rs)>. Acesso em: 29 out 2019 às 20:50.

**Página da Prefeitura do Município de Queluz**. Disponível em: <<http://www.queluz.sp.gov.br/turismo/pturisticos.html>>. Acesso em: 29 out 2019 às 20:57

**Planejamento e Organização do Turismo II**, 2018. São Paulo. Bacharelado em Turismo, Departamento de Relações Públicas, Publicidade e Turismo, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo.

**Plano Diretor de Turismo Municipal de Queluz 2018**. Disponível em: <[https://docs.google.com/document/d/1aSG0l6tCYt4xfA64sZSUIMTUCDbgD5et\\_MwNnwtdMqk/edit#](https://docs.google.com/document/d/1aSG0l6tCYt4xfA64sZSUIMTUCDbgD5et_MwNnwtdMqk/edit#)> Acesso em: 13 de out. de 2019 às 14:54.

**Prefeitura do Município de Queluz**. Disponível em: <<http://queluz.sp.gov.br/2017/02/26/turismo-queluz/>>. Acesso em: 28 out 2019 às 19:46.

**Reserva Técnica: um espaço de Preservação de acervos** 2015. Disponível em: <<http://museudaimigracao.org.br/reserva-tecnica-um-espaco-de-preservacao-de-acervos/>> Acesso em: 29 out 2019, às 20:30.

**Transparência Queluz** 2019. Disponível em: <<http://transparencia.queluz.sp.gov.br/>>. Acesso em: 28 out. 2019 às 18:54.



# DESENVOLVIMENTO DAS MÍDIAS SOCIAIS DE QUELUZ

---

DISCENTES:

CAROLINE CAMPOS PINHEIRO  
THEMISTOCLES ALEXANDRE RODRIGUES  
THIAGO KOTAKI MAY

ORIENTADOR:

GINO GIACOMINI FILHO

## SUMÁRIO

<b>1 CONTEXTUALIZAÇÃO.....</b>	<b>36</b>
1.1 O TRABALHO DO CURSO DE TURISMO DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO NO VALE DO PARAÍBA.....	36
1.2 O TRABALHO EM QUELUZ.....	36
1.3 O PROJETO INTERDISCIPLINAR DE TURISMO (PIT) EM QUELUZ.....	37
<b>2 PROJETO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING - DESENVOLVIMENTO DAS MÍDIAS DIGITAIS DE QUELUZ.....</b>	<b>37</b>
2.1 OBJETIVO GERAL.....	37
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	38
2.3 JUSTIFICATIVA.....	38
2.4 RESULTADOS ESPERADOS.....	39
2.4.1 <i>Engajamento e metas nas mídias sociais</i> .....	39
2.4.2 <i>Aumento na quantidade de turistas da cidade</i> .....	40
2.4.3 <i>Aumento na arrecadação de Imposto Sobre Serviços (ISS)</i> .....	40
2.4.4 <i>Evolução nos estudos socioeconômicos</i> .....	41
2.5 PÚBLICO-ALVO.....	42
<b>3 AÇÕES DO PROJETO.....</b>	<b>43</b>
3.1 PÁGINA NO FACEBOOK DEDICADA À ATIVIDADE TURÍSTICA EM QUELUZ... 43	
3.1.1 <i>Justificativa</i> .....	43
3.1.2 <i>Sugestão de conteúdo</i> .....	44
3.2 SITE OFICIAL DO TURISMO EM QUELUZ.....	46
3.2.1 <i>Justificativa</i> .....	46
3.2.2 <i>Sugestão de conteúdo</i> .....	48
<b>4 CRONOGRAMA DO PROJETO.....</b>	<b>52</b>
<b>5 CUSTOS DO PROJETO.....</b>	<b>54</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>57</b>

## **1 CONTEXTUALIZAÇÃO**

### **1.1 O TRABALHO DO CURSO DE TURISMO DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO NO VALE DO PARAÍBA**

O curso de Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) vem desde 2015 desenvolvendo um trabalho no Vale do Paraíba a fim de contribuir com o aprimoramento do turismo em algumas das cidades pertencentes a essa região. Durante esses anos, o curso trabalhou com as cidades de São José do Barreiro, Bananal, Silveiras e Queluz.

A primeira fase deste projeto, consiste em realizar pesquisas de campo, levantar dados e colher o máximo de informações possível para a elaboração de um Plano de Desenvolvimento Turístico Municipal (PDTM) onde é apresentado um diagnóstico da cidade, seus recursos, atrativos e diretrizes que guiarão as decisões em relação ao desenvolvimento do turismo na cidade. Já a segunda fase, tem por objetivo desenvolver de forma detalhada projetos que foram sinalizados no Plano e são considerados prioritários.

Como desdobramento da primeira fase do trabalho realizado no município de Queluz, essa e as demais propostas tem por objetivo elaborar projetos que buscam atender as necessidades identificadas no plano de forma a guiar as ações tanto dos agentes públicos quanto de outros agentes envolvidos.

### **1.2 O TRABALHO EM QUELUZ**

O trabalho realizado na cidade de Queluz por parte dos alunos e professores do curso de Turismo da Universidade de São Paulo teve início no segundo semestre de 2018. A parceria entre a Universidade e o município foi estabelecida após Queluz ser contemplada com o título de Município de Interesse Turístico (MIT) e passar a receber verba destinada ao desenvolvimento do turismo na cidade.

Desde então, os alunos realizaram duas visitas técnicas que propiciaram a aplicação de questionários, reuniões com poder público e outros agentes envolvidos com o turismo, realização de oficinas com a comunidade queluzense entre outras atividades que serviram de base para a criação do Plano de Desenvolvimento. No Plano (ECA-USP, Queluz - Plano de Desenvolvimento Turístico Municipal, 2019), são apresentadas análises a respeito da cidade e dos fatores externos que influenciam o

desenvolvimento do turismo, as premissas para esse processo e, por fim, as diretrizes e projetos que direcionam as ações que devem ser colocadas em prática.

### 1.3 O PROJETO INTERDISCIPLINAR DE TURISMO (PIT) EM QUELUZ

Como mencionado acima, os projetos foram registrados no PDTM de Queluz a partir da análise de suas potencialidades e fragilidades assim como de suas oportunidades e risco, seguindo a missão, visão e valores estabelecidos no Plano. A escolha por projetos específicos dentre os 14 elencados no Plano se deu em dois momentos:

1. Primeiramente, foi realizada uma consulta pública por meio de um Formulário Google (ECA-USP. Turismo em Queluz: Projetos Prioritários, 2019) que foi divulgado na página oficial do Facebook da Prefeitura de Queluz (FACEBOOK. Prefeitura de Queluz, 2019) e no grupo Turismo em Queluz (FACEBOOK. Turismo em Queluz, 2019), este último criado pelos alunos do curso de Turismo para o compartilhamento de informações acerca do trabalho realizado com a população; o grupo atualmente tem 172 membros.
2. O segundo passo foi, a partir dos projetos mais votados, tentar unificar aqueles que tivessem temáticas semelhantes para contemplar o máximo possível as propostas com maior número de votos chegando ao total de cinco projetos.

## **2 PROJETO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING - DESENVOLVIMENTO DAS MÍDIAS DIGITAIS DE QUELUZ**

Este documento trata do Projeto Interdisciplinar de Turismo (PIT) de Comunicação e Marketing, desenvolvido a partir de consultas com docentes da Universidade de São Paulo e observações apontadas pelo PDTM.

### 2.1 OBJETIVO GERAL

Usar ferramentas de comunicação para dar visibilidade à atividade turística no município de Queluz, de forma a valorizar e destacar os principais atributos que a cidade possui, para que desta maneira a demanda potencial seja atingida e convertida em demanda real.

## 2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desenvolver as mídias digitais voltadas ao turismo em Queluz;
- Despertar o interesse da demanda potencial pelo município;
- Apresentar informações qualificadas sobre o produto turístico ofertado na cidade;
- Enfatizar os potenciais da cidade.

## 2.3 JUSTIFICATIVA

Comunicação pode ser definida como “ação ou efeito de comunicar, de transmitir ou de receber ideias, conhecimento, mensagens etc., buscando compartilhar informações” (DICIO, Comunicação). Ela é uma ferramenta importante para mobilização e criação de redes, permitindo a partir dos diversos meios de difusão, que as informações alcancem um grande número de pessoas.

Pensando no âmbito do turismo, a comunicação pode contribuir, entre outras coisas, para formar redes de contato e compartilhar informações e conhecimento; estimular ações colaborativas; encorajar os investimentos da iniciativa privada; desenvolver a demanda para produtos e ligar os produtos turísticos aos mercados (UNWTO, 2006, p. 25, apud BIGNAMI, R.; SOLHA, K.; SAKAGUCHI, J. Comunicação de Destinos Turísticos, São Paulo: ECA-USP, 2018. p. 15).

Diante disso, acreditando na comunicação como um meio de mostrar ao público o melhor que um destino turístico tem a oferecer, buscou-se desenvolver esse projeto ressaltando os potenciais de Queluz.

Levando em consideração a expansão e popularização da internet e das redes sociais, viu-se como necessária a participação efetiva do município nos meios digitais, tendo como proposta a reestruturação do site de turismo já existente e a criação de um perfil no Facebook voltado ao turismo.

De igual importância, é a possibilidade de captar diversas métricas através das mídias digitais, como por exemplo, o perfil do público que as tem visitado, e a partir da análise desses indicadores, conseguir direcionar as próximas operações para o desenvolvimento turístico da cidade.



## 2.4 RESULTADOS ESPERADOS

Das diferentes perspectivas que se pode analisar e esperar de um planejamento de marketing e divulgação via redes sociais, sites e mídia eletrônica, foram definidos alguns pilares como os principais indicadores de resultados. O efeito deste projeto sozinho não deve ser significativo no aumento de turistas na cidade, mas pode atuar como um catalisador quando somado a outras ações do PDTM e projetos propostos. É fundamental destacar que os resultados esperados e apresentados aqui são indicadores de mensuração que devem ser mais profundamente definidos e estruturados pelo município para poderem, conjuntamente com outras medidas e projetos do PDTM, ajudarem no controle e avaliação da eficiência dos projetos propostos.

### *2.4.1 Engajamento e metas nas mídias sociais*

Engajamento, segundo definição de Brian Haven, da Forrester, em 2007, é “o nível de envolvimento, interação, intimidade e influência de uma pessoa em relação a uma marca, produto ou serviço. Qualquer tipo de ação que parta de um indivíduo em seu site, facebook ou twitter é uma interação”. Entende-se então que engajamento vai além do número de seguidores em uma rede social ou curtidas em uma postagem. O engajamento pode gerar a divulgação orgânica do nome e imagem da cidade, alcançando tanto os visitantes atuais quanto os potenciais.

Para medir o quanto as ações de comunicação estão gerando impacto no engajamento das mídias de Queluz, é essencial analisar as métricas em cada uma das plataformas trabalhadas.

No caso do site de turismo, que já possui um histórico referencial, é possível analisar a quantidade de visitas, visitas únicas, páginas mais frequentadas, origem dos visitantes (se é através dos sites de buscas com palavras-chave, por redes sociais, por meio de outros sites), taxa de rejeição (visitantes que acessam o site e saem sem interagir com seu conteúdo), e tantos outros indicadores. Ferramentas como Google Analytics oferecem esse tipo de rastreamento de informações gratuitamente, e quando utilizadas podem indicar o “comportamento dos usuários do site e aplicativo para avaliar melhor o desempenho da sua estratégia de marketing, conteúdo, produtos e muito mais.” (GOOGLE, Google Analytics)

Já no Facebook, as métricas são oferecidas gratuitamente pela própria

plataforma, incluindo visualizações, número de pessoas alcançadas, curtidas, compartilhamentos, perfil demográfico, ações dentro da página (botão de redirecionamento ao site, como chegar, etc), entre outras (FACEBOOK, Gerencie sua Página e saiba que conteúdo funciona melhor). Por se tratar de uma página ainda a ser criada, as métricas a serem observadas não terão dados históricos para se estabelecer comparativos. Ainda sim, dentro de um ano já será possível comparar o primeiro e o segundo semestre como períodos distintos. Se comparado ao Facebook da Prefeitura<sup>8</sup>, com 8.037 curtidas atualmente, a meta é que a página de Turismo alcance este mesmo número no período de 1 ano.

#### *2.4.2 Aumento na quantidade de turistas da cidade*

Espera-se que as ações digitais propostas neste projeto, junto a outras do PDTM, ajudem a aumentar o número de turistas em Queluz. No entanto, durante a trajetória do trabalho realizado junto à cidade, não foi possível obter dados quantitativos referentes ao número de visitantes e turistas, taxa de ocupação, gastos com alimentação, hospedagem, eventos, artesanato ou qualquer outro produto turístico local devido ao município não ter essa informação e esse controle de informação atualmente. Notou-se então a falta de um sistema de monitoramento do turismo em Queluz, e por isso, qualquer incremento na demanda real não será registrado inicialmente.

De acordo com o Observatório do Turismo de Minas Gerais (2018, p. 28), as pesquisas online são uma boa estratégia para o levantamento de dados, pois não envolvem custos e podem ser realizadas através de ferramentas gratuitas como Google Forms<sup>9</sup>. A sugestão é que essa pesquisa seja enviada pelos meios de hospedagem a seus hóspedes, após realizarem check out.

Dessa forma, é essencial a introdução de uma metodologia de monitoramento para melhorar avaliar os impactos das mídias digitais na demanda turística de Queluz.

#### *2.4.3 Aumento na arrecadação de Imposto Sobre Serviços (ISS)*

O Imposto Sobre Serviços (ISS), também chamado de Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISQN), é o tributo cobrado pelos municípios sobre atividades

<sup>8</sup> Página da Prefeitura de Queluz no Facebook: <https://www.facebook.com/PrefQueluz/>

<sup>9</sup> Com o Google Forms é possível coletar e organizar informações em pequena ou grande quantidade. Disponível em: <https://www.google.com/forms/about/>

ligadas à prestação de serviços (PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA - CASA CIVIL, Lei Complementar Nº 116, de 31 de julho de 2003). Considerando as atividades do setor turístico, tais como hospedagem e alimentação, o acompanhamento da arrecadação desse tributo pode ser um indicativo de crescimento do número de turistas na cidade.

Esse aumento de arrecadação tenderá a ser proporcional ao incremento da quantidade de turistas e visitantes na cidade e que os mesmos sejam estimulados a utilizarem equipamentos turísticos e a realizarem gastos na cidade referentes à alimentação, hospedagem, artesanatos e outros serviços ligados ao setor.

Vale destacar que, atualmente, esse valor de ISS não está aberto e detalhado para consulta nas contas apresentadas pelo município. Essa informação, inicialmente, pode ser montada através da coleta e análise do ISS pago pelos equipamentos de turismo de hospedagem e alimentação já que esse recolhimento é feito com base no CNPJ de cada empresa. Portanto, não foi possível apresentar valores referentes a uma base de cálculo nesse projeto nesse momento, mas, mesmo não sendo um indicador direto do efeito único do desenvolvimento das mídias sociais, é uma mensuração que ajudará na orientação de ajustes de marketing e apresentação da cidade nas Mídias sociais.

#### *2.4.4 Evolução nos estudos socioeconômicos*

Outro ponto fundamental e de grande importância para o município é sentir o impacto que o investimento em turismo irá trazer para a melhoria de vida da comunidade local. Espera-se que haja uma evolução positiva e proporcional na satisfação média dos habitantes ao incremento do número de visitantes e turistas na cidade. Isso poderá se dar por diversos meios, sendo entre eles alguns como: aumento de arrecadação de ISS e aplicação do mesmo em infraestrutura, educação, habitação e saúde; aumento de número de empregos diretos e indiretos; aumento da renda média dos envolvidos na cadeia logística e operacional turística; etc.

Mesmo sabendo que a ocupação e trabalho informal estão em níveis muito elevados em 41,4% da força de trabalho ocupada (IBGE, novembro 2019) e portanto os dados referentes à arrecadação e a renda dessa parte da população não ser facilmente calculada e avaliada, é fundamental o acompanhamento desses dados socioeconômicos que poderão ser feitos através dos estudos realizados pelo IBGE, que apontam o panorama de trabalho e rendimento, educação, economia, saúde, etc de Queluz (IBGE, Cidades@ - Queluz).

## 2.5 PÚBLICO-ALVO

Para maior efetividade nas ações a serem desenvolvidas no âmbito da comunicação, a definição de um público-alvo é essencial, pois a partir dessa delimitação é possível criar estratégias direcionadas para um público específico pensando desde o conteúdo até a forma que a mensagem deve ser transmitida.

Levando em conta as análises apontadas no PDTM que destacam o turismo de natureza como um segmento com grande potencial em Queluz, o presente projeto busca pensar suas ações voltadas para o turista de aventura e ecoturista.

Essa escolha, que se baseou no PDTM, enxerga alguns recursos naturais que a cidade possui como lugares que devem ser destacados e que podem atrair tanto turistas que se interessam por atividades de aventura, quanto aqueles que buscam apenas um descanso em meio à natureza. Desta forma, o PDTM, apesar de determinar um público-alvo específico (o turista que se interessa por natureza), engloba ainda grupos diferentes que pode incluir famílias, viajantes solo, casais e outros que possuem o interesse em comum pelas belezas naturais, seja com a finalidade de praticar esportes, ou de passar um fim de semana com a família em um ambiente rural, por exemplo.

De acordo com a Pesquisa de Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro, realizada pelo Ministério do Turismo (2009, p. 51), a principal motivação dos turistas brasileiros para a escolha de um destino turístico são as belezas naturais com 33,9%. Essa pesquisa tem caráter importante pois consiste em um levantamento estratégico para a formulação de ações e políticas de divulgação do turismo.

Ao traçar o perfil do turista de aventura e do ecoturista, o Ministério do Turismo e ABETA (Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura) destacam a importância da viagem para essas pessoas que têm a natureza como algo admirável e intocável, apontando principalmente para a fuga do cotidiano e retorno às origens (2010, p. 35).

Pensando nos aspectos naturais de Queluz, é possível encaixar suas características principais tais como a tranquilidade do ambiente rural e as belas paisagens naturais, às expectativas do perfil do turista de natureza.

Para alcançar esse público, sugere-se o compartilhamento do conteúdo do novo site e da página no Facebook em grupos de turismo de natureza e aventura e o uso de *hashtags* populares entre eles.

Sendo assim, a aliança entre os atributos da cidade, as características dessa demanda potencial e as ações de comunicação direcionadas podem ser um meio efetivo de atrair visitantes para a cidade.

### **3 AÇÕES DO PROJETO**

Tendo em vista o público-alvo estabelecido neste documento e as análises prévias feitas a respeito dos meios de divulgação já utilizados por Queluz, optou-se pelo foco em duas ações: a reestruturação do site de turismo da cidade e a criação de uma página no Facebook direcionada para o turismo, buscando estabelecer um nível de padronização e interação entre os dois espaços, mesmo estando em plataformas diferentes.

#### **3.1 PÁGINA NO FACEBOOK DEDICADA À ATIVIDADE TURÍSTICA EM QUELUZ**

##### *3.1.1 Justificativa*

As mídias sociais já fazem parte da vida de boa parte da população e atualmente se mostram não só como um meio de entretenimento como também de informação. De acordo com a pesquisa “Digital In 2018: The Americas” (EXAME, 2018) realizada pelas empresas We Are Social e Hootsuite, 62% da população brasileira está ativa nas redes sociais, e o Facebook é a segunda rede mais utilizada com 59%, ficando atrás apenas do YouTube (60%).

Além disso, quando analisadas as redes sociais oficiais da cidade, percebe-se que a página no Facebook<sup>10</sup> possui um número maior de usuários em comparação ao perfil no Instagram<sup>11</sup>, sendo 8.037 curtidas no Facebook e 1.247 seguidores no Instagram (no momento atual deste texto).

Deve-se considerar também as possibilidades e recursos que cada rede social oferece. A escolha pelo Facebook está relacionada à versatilidade de conteúdos que podem ser reproduzidos: fotos, vídeos, artigos, reportagens, entre outros. Enquanto isso, o Instagram possui como principal conteúdo fotos e vídeos tendo um espaço limitado para textos, por exemplo. Além disso, o Facebook oferece métricas

<sup>10</sup> Página da Prefeitura de Queluz no Facebook: <https://www.facebook.com/PrefQueluz/>

<sup>11</sup> Página da Prefeitura de Queluz no Instagram: <https://www.instagram.com/prefeituraqueluz/>

(visualizações, perfil demográfico entre outras, como discutido anteriormente) de forma gratuita, e entende-se que essas informações possam ser relevantes para o direcionamento de conteúdo e ações de marketing digital.

Compreendendo todas essas informações e reconhecendo as mídias sociais como uma ferramenta importante na inserção de uma marca no mercado, uma das ações propostas neste projeto é a criação de uma página no Facebook voltada para o turismo em Queluz. A ideia é que a página esteja alinhada com o site, seguindo um mesmo padrão de identidade visual.

Se comparado ao site, o Facebook representa um espaço mais dinâmico e que necessita de uma frequência maior de postagens, por isso sua proposta de conteúdo será diferente em relação a do site. É importante que ambas as mídias levem em conta o público-alvo estabelecido quando for pensar o conteúdo a ser divulgado.

### *3.1.2 Sugestão de conteúdo*

As redes sociais tem como características principais o compartilhamento de informações e de interesses comuns entre os usuários, e essa característica permite uma maior interação e mobilização social. O Facebook é uma rede social que permite o compartilhamento de vídeos, fotos, textos e áudio além de proporcionar a formação de grupos de interesse e páginas com finalidades comerciais e de lazer. Pensando nesses recursos, pode-se pensar em algumas possibilidades de conteúdo a serem publicados na página:

- **Acontecimentos:** fazer publicações a respeito de fatos e momentos importantes da cidade que possam ser interessantes ao turista e ao visitante da cidade. Um exemplo de postagem que se enquadraria nessa categoria é sobre o título de MIT que Queluz recebeu;
- **Atrativos e equipamentos turísticos:** mostrar através das publicações os atrativos e equipamentos de Queluz é essencial para que o público tenha informações qualificadas sobre o que a cidade tem a oferecer. Postagens que unem texto e vídeos ou fotos são uma boa forma de descrever o local e informar a respeito dele;
- **Eventos:** atualmente, as festas tradicionalmente realizadas pelo município são as atividades que mais atraem visitantes. Pensando nisso, a divulgação desses e dos demais eventos através das redes sociais é necessária, sendo possível

tanto a divulgação prévia quanto a cobertura do evento e a posterior produção de vídeos promocionais;

- **Postagens de engajamento:** esse tipo de publicação tem como intuito motivar o público a interagir com o que está sendo divulgado e pode ser adotada como estratégia para páginas recém-criadas que ainda estão conquistando novos seguidores. Essas postagens podem ser feitas de diferentes formas, seja incentivando a publicação de fotos de Queluz pelos turistas, realizando enquetes sobre a cidade entre outros meios;
- **Notícias:** compartilhar notícias que dizem respeito ao turismo, trazendo questões que envolvam Queluz ou o seu entorno ou que de alguma forma dialogue com o público-alvo da cidade. A publicação de artigos produzidos sobre o município por sites de viajantes também é válida nessa categoria.
- **Criação compartilhada:** criação de conteúdo não somente pela prefeitura de Queluz, mas também por outros agentes turísticos presentes na cidade, como a iniciativa privada, assim se espera que haja um aumento na diversidade e volume de conteúdo.

Vale ressaltar que a página no Facebook deve ter algumas regras de postagem, como linguagem consistente, frequência e cronograma de postagem. Embora não seja o foco principal deste projeto a definição de regras e parâmetros para postagens específicas, abaixo são apresentados alguns pilares que são considerados importantes baseando-se no contato estabelecido com agências de publicidade:

- **Consistência:** esse item ajuda a reter os usuários que se engajam e buscam informações. Uma consistência em frequência de postagens, conteúdo direcionado e cronograma são os principais itens a serem seguidos.
- **Conteúdo sensível ao tempo:** é fundamental definir prazos de lançamentos de campanhas e informações para ter respostas adequadas do público-alvo e otimizar a inclusão das informações na hora que melhor poderá gerar resultado.
- **Calendário:** Manter um calendário interno com as funções, datas de postagens e conteúdos a serem atingidos para conhecimento da equipe interna e externa evitando atropelos e falta de informação no tempo correto
- **Regra 411:** 4 posts educacionais e divertidos para cada 1 “publicidade suave” e cada 1 “publicidade forte”. Essa relação é dominante atualmente no facebook

(Facebook research, setembro 2019) e é apontada como mais efetiva para retenção de usuários e leitores das páginas.

Vale notar que a sugestão acima é um início para que a empresa responsável pelo projeto, juntamente com o município, possa conjuntamente definir um plano de curto, médio e longo prazos que sejam consistentes, controláveis, mensuráveis levando a uma melhoria constante do mesmo.

## 3.2 SITE OFICIAL DO TURISMO EM QUELUZ

### 3.2.1 *Justificativa*

De acordo com a pesquisa realizada pelo Sebrae em fevereiro de 2018, os viajantes buscam e recebem informações referentes a destinos turísticos das seguintes fontes principais: Amigos/parentes (47%), buscas no Google (45%) e pesquisas em sites e blogs de viagens (39%). Juntamente com essa pesquisa e como suporte para justificar as melhorias no site de turismo de Queluz, utilizou-se a pesquisa de campo realizada na cidade pelos alunos do curso de Turismo, em 2018. Nela, foi observado que a internet atuou como a principal fonte de informações dos visitantes com viagens pensadas e pesquisadas através de buscadores, já com palavras-chave direcionadas.

Ao buscar por informações turísticas de Queluz na internet, nota-se que já existe uma página oficial de turismo da cidade<sup>12</sup>. Baseando-se nele, foram levantados os seguintes pontos positivos e negativos (Tabela 1) a respeito de sua estrutura, design e informações atuais.

<sup>12</sup> Site oficial de turismo em Queluz: <http://www.queluz.sp.gov.br/turismo/>



Tabela 1 - Pontos positivos e negativos do atual site de turismo de Queluz

PONTOS POSITIVOS	PONTOS NEGATIVOS
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. A página existente já é bem indexada nos buscadores, como Google;</li> <li>2. O vídeo postado no Facebook sendo divulgado na home page do site demonstra integração do conteúdo;</li> <li>3. Abas de navegação separadas em atrações, hospedagem, alimentação;</li> <li>4. Descrição adequada dos meios de hospedagem e alimentação, com fotos, endereço e meios de contato;</li> <li>5. Descritivo sobre a história da cidade;</li> <li>6. Fácil de navegar, com poucas abas de navegação e conteúdo focado.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Não há uma identidade visual consistente entre as páginas do site;</li> <li>2. Design e layout antigo, precisando passar por uma modernização;</li> <li>3. Informações simplórias dos pontos turísticos, diferente do visto em meios de hospedagem e alimentação;</li> <li>4. Incluir outros produtos da oferta turística ainda não presentes no site;</li> <li>5. Não há informação sobre eventos da cidade;</li> <li>6. Site não é responsivo (não muda a sua aparência e disposição com base no tamanho da tela em que o site é exibido);</li> <li>7. Falta um calendário turístico da cidade;</li> <li>8. O link para o site de turismo não é facilmente encontrado no site da prefeitura.</li> </ol>

Fonte: Autores (2019).

Diante dessas observações, nota-se o potencial de divulgação e informação ainda não explorado pelo site, e a necessidade de uma reformulação para que ele se adeque aos padrões atuais. Outros fatores fundamentais para a escolha de investimento na melhoria do site de informações ao invés de direcionar informações e marketing para Mídia escrita são os seguintes:

1. Informação fácil de atualizar (versus impressa) sendo muito rápida a sua alteração com um custo muito menor de atualização
2. Informação fácil de incrementar (colocação de novos itens)
3. Acesso universal não sendo apenas restritos aos leitores que tenham acesso a material impresso
4. Acesso é direto via celular ou computador pessoal e de maneira instantânea.

### *3.2.2 Sugestão de conteúdo*

Para que o site comporte as novas sugestões de conteúdo, é preciso antes discutir sua atual estrutura e o caminho a ser percorrido. Com base em conversas com empresas desenvolvedoras de sites, foram levantados os seguintes pontos a serem definidos durante o processo de criação de um site:

1. Escolha entre criar um site completamente novo e independente, ou continuar com o atual, vinculado ao servidor da prefeitura;
2. Caso seja escolhido ter um site independente, definir o novo domínio do site (endereço) e o servidor de internet;
3. Escolha da empresa desenvolvedora que coordenará e realizará o projeto;
4. Definição de cronograma do projeto e equipe envolvida (interna da prefeitura e da empresa desenvolvedora);
5. Definição de estrutura básica do novo site e suas páginas, ou das alterações que serão feitas no site atual;
6. Definição das informações em cada página e navegação entre elas;
7. Decisão do padrão de fonte, imagens e linguagem.

A partir das informações acima, a proposta sugerida por este documento é a de reestruturação do site atual e, conseqüentemente, todas as páginas vinculadas a ele. Essa escolha se deu devido a alguns pontos como: redução de custos (já existe um domínio e servidor para a página atual), bom posicionamento do site em portais de busca como Google (um novo domínio levaria mais tempo para se tornar relevante) e facilidade operacional ao ter apenas um site para ser gerenciado.

A tabela a seguir (Tabela 2) lista alguns aspectos do site atual, que podem ser apresentados à desenvolvedora de sites como uma lista de problemas identificados e que devem ser solucionados.

Tabela 2 - Aspectos do site a serem melhorados

<b>1. Estrutura e navegação</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alterar as abas de navegação do site da Prefeitura, colocando a opção de Turismo no menu principal;</li> <li>- Garantir usabilidade em aparelhos móveis (ser um site responsivo).</li> </ul>
<b>2. Layout e design</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modernizar layout;</li> <li>- Definição de fonte, design, cores, identidade visual.</li> </ul>
<b>3. Linguagem</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definição de um padrão de linguagem, que atenda ao público-alvo atual e potencial.</li> </ul>
<b>4. Fotografias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atualização das fotos por outras em maior resolução e que valorizem os produtos turísticos ofertados.</li> </ul>
<b>5. Informações</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Detalhar e padronizar as informações dos atrativos, meios de hospedagem e alimentação;</li> <li>- Informar sobre acesso e horário de visitação</li> <li>- Incluir localização dos produtos turisticos da cidade via aplicativos de mapas, como Google Maps;</li> <li>- Incluir site oficial dos equipamentos e atrativos turisticos;</li> <li>- Revisão e inclusão dos atrativos e equipamentos turisticos</li> <li>- Informa�o sobre patrimônio histórico da cidade</li> <li>- Inclusão de informa�o sobre patrimônio imaterial (artesanato, taboa, comida)</li> <li>- Mensagem e histórico da cidade ter apenas o cargo na descri�o e não o nome do diretor</li> <li>- Inclusão de uma aba voltada para os eventos com o cronograma anual e demais informa�o</li> </ul>

Fonte: Autores (2019).

Considerando o p blico enfatizado neste documento, na defini o de conte do do site sugere-se que seja levado em considera o pela equipe de comunica o os principais atributos voltados   natureza na cidade de Queluz, sejam eles atrativos j 

consolidados (como por exemplo a Cachoeira Marambaia) ou paisagens que devem ser destacadas (paisagens rurais, a Serra da Mantiqueira, etc.). Apesar disso, deve-se considerar também características importantes da cidade que podem se caracterizar como patrimônio imaterial (como por exemplo a taboa), construções e locais que estão atrelados à história da cidade.

Destaca-se que os pontos turísticos importantes considerados pela prefeitura e pela população foram levantados, descritos e analisados pelo PDTM (Figura 1, 2 e 3), e esses devem ser os que guiarão a inclusão de conteúdo nas páginas do site.

Figura 1 - Meios de hospedagem

<b>MEIOS DE HOSPEDAGEM</b>
Fazenda Santa Vitória
Pousada Águas Marambaia
Pousada 3 Ipês
Hotel Beira Rio
Hotel Athenas
Graal Inn
Fazenda Saracura

Fonte: PDTM de Queluz (2019)

Figura 2 - Equipamento para alimentação

<b>EQUIPAMENTO PARA ALIMENTAÇÃO</b>
Graal Estrela
Graal Alemão
Restaurante Cozinha Sabor e arte
Restaurante Aguas da Marambaia
Restaurante Juquinha
Restaurante Sabor da Terra
Restaurante e lanchonete rolinha
Point do Açaí

Fonte: PDTM de Queluz (2019)

Figura 3 - Atrativos turísticos e eventos

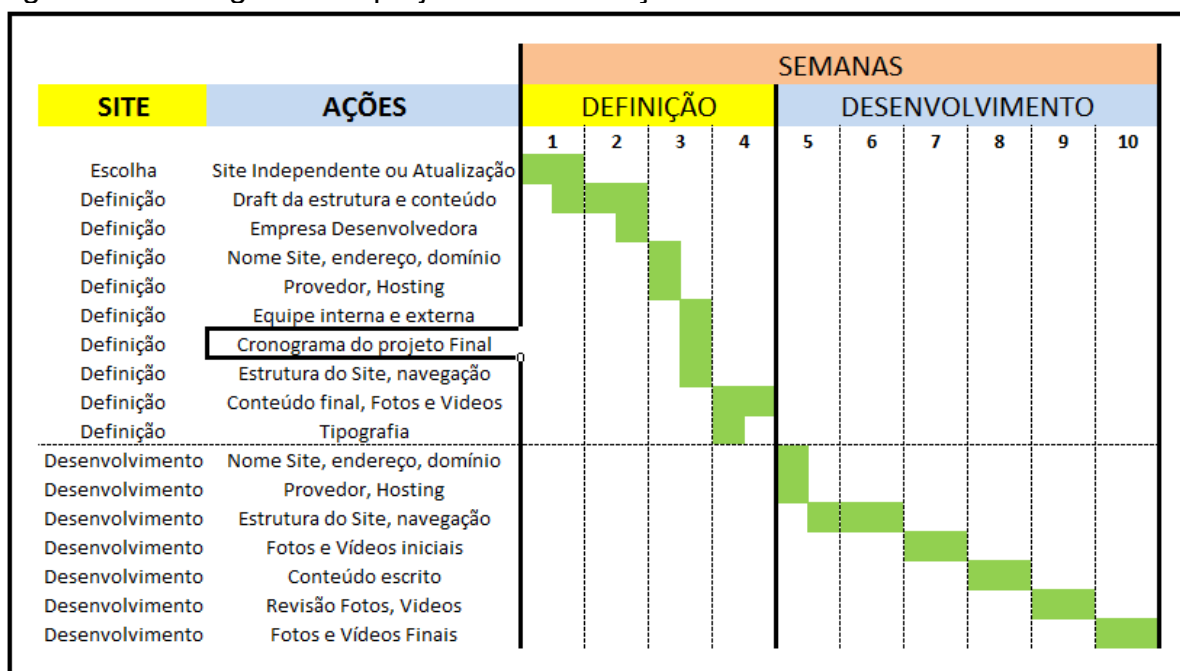
<b>ATRATIVOS TURÍSTICOS e EVENTOS</b>
<b>Festa do Porco</b>
<b>Bosque das Paredes Ocultas (BPO)</b>
<b>FeirArte (artesanato)</b>
<b>Mirante do Cristo</b>
<b>Semana de Malba Tahan</b>
<b>Taboa – Casa do Artesão</b>
<b>Igreja do Rosário</b>
<b>Ruínas da antiga ponte de 3 arcos</b>
<b>Artesanato – Taboa</b>
<b>Ponte Governador Mário Covas</b>
<b>Centro Cultural Malba Tahan</b>
<b>Festa da Moranga e da Mandioca</b>
<b>1º de Maio</b>
<b>Estação Ferroviária</b>
<b>FeirArte (evento)</b>
<b>Fórum da Comarca de Queluz</b>
<b>Fazenda Santa Vitória</b>
<b>Festa de São João</b>
<b>EMEF Capitão José Carlos Oliveira Garcez</b>
<b>Carnaval</b>
<b>Pedra da Mina</b>
<b>Casa de Maria – Canção Nova</b>
<b>Igreja Matriz de São João Batista</b>

Fonte: PDTM de Queluz (2019)

## 4 CRONOGRAMA DO PROJETO

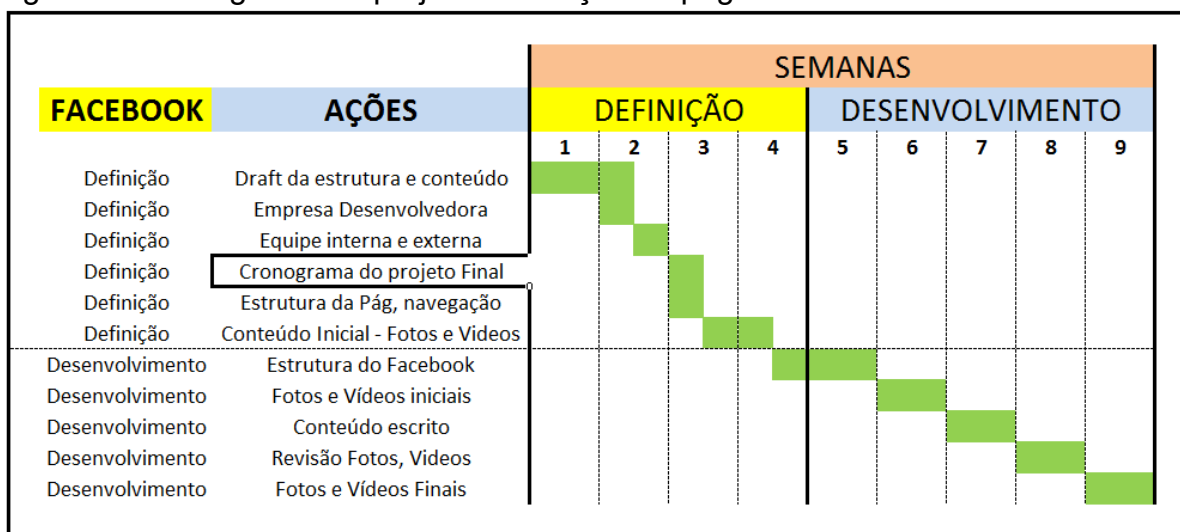
Os cronogramas (Figura 4 e 5) ilustrados, apresentam as etapas e o tempo estimado para a realização das ações propostas. O tempo, descrito em colunas, está sendo representado em semanas sendo cada número equivalente à semana em que uma etapa será concluída. As informações foram captadas junto a três especialistas de desenvolvimento de conteúdo e estrutura de mídias digitais, com base na estrutura e conteúdo atual, sendo eles: Agência de Comunicações ECA Jr., Agência Goomark - Marketing Digital, Pulso, Designer e reunião com analista de Marketing Digital, UX e Conteúdo do CUBO - HUB do banco Itaú de empreendedorismo com mais de 120 empresas de tecnologias e start-ups.

Figura 4 - Cronograma do projeto de atualização do site



Fonte: Autores (2019).

Figura 5 - Cronograma do projeto de criação da página de turismo no Facebook



Fonte: Autores (2019)

A apresentação em 2 cronogramas distintos se deve a melhor visualização dos dois projetos que são distintos, mas conectados, evitando-se confundir os termos e etapas que são muito parecidas nominalmente. A primeira parte das atividades está relacionada à definição cabendo-se nesse momento pensar nos objetivos e público-alvo proposto e, com base nessas informações, fazer as escolhas referentes à estrutura, conteúdo e design do site. Essas questões devem ser pensadas primeiramente por uma equipe de funcionários ligados ao poder público e, posteriormente, discutido com a empresa responsável por executar o trabalho de reestruturação do site.

É fundamental destacar que os prazos acima foram sugeridos considerando uma interação constante entre desenvolvedores e funcionários da prefeitura encarregados do projeto, e com respostas, entregas de conteúdo e definições em prazos médio de projetos desse nível. Outro ponto principal a ser enfatizado é que, desde a primeira semana já exista uma definição da maioria das informações básicas e fundamentais a serem utilizadas para concepção inicial dos dois projetos, e os conteúdos já podem ser criados ou coletados com antecedência, para facilitar a entrega dos mesmos nos momentos solicitados.

## 5 CUSTOS DO PROJETO

A tabela de custos (Tabela 3) descreve o valor das duas principais ações propostas além de incluir uma etapa de manutenção a cargo de um funcionário destinado a movimentar as mídias de turismo. O tempo estipulado para determinar o custo total do projeto é de um ano sendo o valor total calculado a partir da soma dos serviços contratados de uma empresa e a soma do salário do funcionário de comunicação durante 12 meses.

Importante destacar que o prazo de um ano colocado na tabela é apenas um indicador de tamanho do investimento que deverá ser feito anualmente com a implementação desse projeto para a manutenção do mesmo visto que o desenvolvimento dos projetos e seu custo se dará no prazo de 45 dias úteis para a página do Facebook e 50 dias úteis para o site.

Tabela 3 - Tabela de custos do projeto

AÇÕES	QUEM FAZ	INVESTIMENTO (aproximado)	QUANTO TEMPO
Serviço de gerenciamento de mídias: criação da página no Facebook e planejamento	Agência de Comunicações ECA Jr.	R\$3.000,00	30 dias úteis
Reestruturação do site	Agência de Comunicações ECA Jr.	R\$2.600,00	30 dias úteis
Atualização constante do site e Facebook	Assistente de Comunicação	R\$2.105,00 <sup>13</sup>	Mensal (período de um ano)
<b>TOTAL</b>	<b>R\$30.860,00</b>		

Fonte: Autores (2019)

Considerando as estratégias de ações adotadas neste projeto, os custos elencados acima demonstram os serviços necessários para que a proposta seja viabilizada.

- **Gerenciamento de mídias:** o gerenciamento de mídias inclui desde a criação da página no Facebook até o planejamento e análise dos ambientes da comunicação para que as ações sejam mais efetivas. O valor base desse

<sup>13</sup> Média salarial de acordo com o site Vagas: <https://www.vagas.com.br/cargo/assistente-de-comunicacao>



serviço foi obtido através de um orçamento com a Agência de Comunicações ECA Jr.<sup>14</sup>, empresa júnior da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo que é gerida por alunos de graduação e oferece serviços à comunidade externa a preços abaixo do mercado. As etapas que consiste nessa fase são: análise de concorrência, definição de redes sociais e plano de ação tendo como prazo máximo para a entrega 30 dias úteis.

- **Reestruturação do site:** assim como o gerenciamento de mídias, a reestruturação do site também foi orçada com a ECA Jr. As etapas previstas para essa fase são: pesquisa e planejamento, rascunho, produção e finalização, tendo o prazo de 30 dias úteis para a entrega.
- **Atualização das mídias:** entende-se como essencial, além de ações pontuais relacionadas ao desenvolvimento das mídias, a constante atualização de informações e conteúdo seja no site ou na página do Facebook. Por esse motivo, optou-se por colocar como uma das etapas a contratação de um funcionário que seja responsável pela manutenção das mídias, gerando conteúdo para o Facebook e atualizando sempre que necessário o site de turismo da cidade. O preço estimado de salário foi baseado na média salarial do cargo de Assistente de Comunicação no Brasil, obtido pelo site Vagas através dos valores informados pelos usuários da plataforma.

Junto com as consultorias analisadas anteriormente foi levantado as principais atribuições do Assistente de Comunicações que terá como função a atualização e monitoramento das páginas do facebook e do site. É recomendado que o assistente esteja vinculado diretamente à Secretaria de Turismo pois o conteúdo do site está relacionado a essa pasta; a secretaria pode ter como papel guiar e mediar o contato com o COMTUR e demais agentes do turismo na cidade. Seria interessante o funcionário estar constantemente em contato com o Secretário de Comunicações sendo esse sempre convidado a participar da apresentação dos dados analisados. Suas principais funções seriam então:

<sup>14</sup> Site oficial da Agência de Comunicações ECA Jr.: <https://www.ecajr.com.br/>

1. Monitoramento diário do tráfego de usuários;
2. Análise semanal do Google Analytics;
3. Contato semanal com os equipamentos e atrações turísticas para atualização do banco de dados de imagens e filmes;
4. Manter atualizado o calendário de eventos da cidade;
5. Atualizar semanalmente o calendário dos procedimentos operacionais para monitoramento dos sites com todos processos para os próximos 12 meses;
6. Montagem e apresentação de relatório mensal para ser apresentado ao Secretário de Turismo e ao COMTUR sobre evolução da utilização do Site e do Facebook;
7. Reunião semanal com o Secretário de Turismo para apresentação do acompanhamento das métricas estabelecidas;
8. Auxiliar no planejamento e levantamento de informações de novas páginas do site sempre que necessário.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO ECA JR. **A ECA Jr.** Disponível em: <<https://www.ecajr.com.br/>>. Acesso em: 02 novembro 2019.

BIGNAMI, R.; SOLHA, K.; SAKAGUCHI, J. **Comunicação de Destinos Turísticos**, São Paulo: ECA-USP, 2018. p. 15. Disponível em: <[https://2a5e024a-f54d-478d-a63a-c2f88ddfa6c5.filesusr.com/ugd/99f75d\\_fe2e47f676bf4df8a12a6b8d352c28a4.pdf?index=true](https://2a5e024a-f54d-478d-a63a-c2f88ddfa6c5.filesusr.com/ugd/99f75d_fe2e47f676bf4df8a12a6b8d352c28a4.pdf?index=true)>. Acesso em: 26 outubro 2019.

DICIO. **Comunicação**. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/comunicacao/>>. Acesso em: 03 novembro 2019.

ECA-USP. **Queluz - Plano de Desenvolvimento Turístico Municipal**, 2019. Disponível em: <[https://drive.google.com/file/d/1I24BCU\\_sCaZVMZLSMqZXAo0tqrQdBj8t/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1I24BCU_sCaZVMZLSMqZXAo0tqrQdBj8t/view?usp=sharing)>. Acesso em: 01 de novembro de 2019.

ECA-USP. **Turismo em Queluz: Projetos Prioritários**, 2019. Disponível em: <[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc-pSjylaaPQoWJvs4-aS7I5RPW9t7RqoFkxBux34uyXCn7Ww/viewform?fbclid=IwAR1-pa6o0WoApU\\_2HPg7IR50oET\\_bfPCIBfn0KCZ6kMGzYhkueu0UQLi94](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc-pSjylaaPQoWJvs4-aS7I5RPW9t7RqoFkxBux34uyXCn7Ww/viewform?fbclid=IwAR1-pa6o0WoApU_2HPg7IR50oET_bfPCIBfn0KCZ6kMGzYhkueu0UQLi94)>. Acesso em: 02 novembro 2019.

EXAME. **62% da População Brasileira Está Ativa nas Redes Sociais**, 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/62-da-populacao-brasileira-esta-ativa-nas-redes-sociais/>>. Acesso em: 30 outubro 2019.

FACEBOOK. **Gerencie sua Página e saiba que conteúdo funciona melhor**. Disponível em: <[https://www.facebook.com/business/pages/manage#page\\_insights](https://www.facebook.com/business/pages/manage#page_insights)>. Acesso em: 15 novembro 2019.

FACEBOOK. **Turismo em Queluz**, 2019. Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/403317346867841/>>. Acesso em: 01 novembro 2019.

FACEBOOK. **Prefeitura de Queluz**, 2019. Disponível em: <<https://www.google.com/url?q=https://www.facebook.com/PrefQueluz/posts/2296543180421743&sa=D&ust=1573434765175000&usg=AFQjCNHggQRrxM7XpFIRX7inkJnQALSdHA>>. Acesso em: 24 outubro 2019.

GOOGLE. **Google Analytics.** Disponível em:  
<<https://analytics.google.com/analytics/web/provision/#/provision>>. Acesso em: 15 novembro 2019.

IBGE. **Cidades - Queluz.** Disponível em:  
<<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/queluz/panorama>>. Acesso em: 05 novembro 2019.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE MINAS GERAIS. **Metodologias De Pesquisa Em Turismo 2018.** Disponível em:  
<[http://regionalizacao.turismo.gov.br/images/pdf/METODOLOGIAS\\_DE\\_PESQUISA.pdf](http://regionalizacao.turismo.gov.br/images/pdf/METODOLOGIAS_DE_PESQUISA.pdf)>. Acesso em: 14 novembro 2019.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA - CASA CIVIL. **Lei Complementar Nº 116, de 31 de Julho de 2003.** Disponível em:  
<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/LCP/Lcp116.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp116.htm)>. Acesso em: 10 novembro 2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Pesquisa de Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro,** 2009. p. 51. Disponível em:  
<[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/noticias/todas\\_noticias/Noticias\\_download/13.11.09\\_Pesquisa\\_Hxbitos\\_2009.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/noticias/todas_noticias/Noticias_download/13.11.09_Pesquisa_Hxbitos_2009.pdf)>. Acesso em: 01 novembro 2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO, ABETA. **Perfil do Turista de Aventura e do Ecoturista no Brasil,** São Paulo: ABETA, 2010. p. 35. Disponível em:  
<<https://drive.google.com/file/d/0B9EyTAVGHYBPNHR5T1MyazNvMDg/view>>. Acesso em: 02 novembro 2019.

PREFEITURA DE QUELUZ. **Página inicial.** Disponível em:  
<<https://queluz.sp.gov.br/>>. Acesso em: 20 outubro 2019.

VAGAS. **Assistente de Comunicação.** Disponível em:  
<<https://www.vagas.com.br/cargo/assistente-de-comunicacao>>. Acesso em: 02 novembro 2019.





INSTIGANDO  
MEMÓRIAS  
"CASA DA MEMÓRIA  
DE QUELUZ - SP"

---

DISCENTES:

FELIPE GABRIEL S. DE MORAES  
JENIFER CAROLINA M. MACHADO  
KENNYA RAYANE B. DOS SANTOS

ORIENTADORA:

CLARISSA M.R. GAGLIARADI

## SUMÁRIO

<b>1 O PROJETO</b> .....	<b>62</b>
<b>2 POR QUE É IMPORTANTE?</b> .....	<b>63</b>
<b>3 MUSEOLOGIA SOCIAL</b> .....	<b>64</b>
<b>4 METODOLOGIA</b> .....	<b>66</b>
<b>5 EXECUÇÃO</b> .....	<b>68</b>
5.1 ETAPA 1: SENSIBILIZAÇÃO COMUNITÁRIA.....	69
5.1.1 <i>Edital</i> .....	70
5.1.2 <i>Fases de Realização da Etapa 1</i> .....	72
5.2 ETAPA 2: INVENTÁRIO PARTICIPATIVO.....	74
5.2.1 <i>Fases de Realização da Etapa 2</i> .....	75
5.3 ETAPA 3: AÇÕES MUSEAIS.....	76
5.3.1 <i>Fases de Realização da Etapa 3</i> .....	76
5.4 ETAPA 4: PRODUTOS DE DIFUSÃO.....	77
5.4.1 <i>Exposição</i> .....	77
5.5 ETAPA 5: CASA DA MEMÓRIA DE QUELUZ.....	77
<b>6 CRONOGRAMA</b> .....	<b>79</b>
<b>7 ESTIMATIVA DE CUSTOS</b> .....	<b>80</b>
<b>8 FONTES DE RECURSOS</b> .....	<b>81</b>
8.1 FUNDO MUNICIPAL DE TURISMO.....	81
8.2 FINANCIAMENTO COLETIVO (CROWDFUNDING).....	81
8.3 LEI DOS MUNICÍPIOS DE INTERESSE TURÍSTICO.....	82
8.4 EDITAIS CCR.....	83
<b>9 INDICADORES DE MONITORAMENTO</b> .....	<b>83</b>
<b>10 RESULTADOS ESPERADOS</b> .....	<b>84</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>85</b>
<b>GLOSSÁRIO</b> .....	<b>88</b>

## 1 O PROJETO

O projeto consiste na implantação de um museu no modelo proposto pela Nova Museologia, intitulado Casa da Memória de Queluz. O processo até a sua implantação é complexo, pois envolve uma série de fatores que precisam estar articulados a fim de que o museu seja um lugar de valorização da própria comunidade e também que seja atrativo ao turista. A proposta é que seja instalado no atual Centro Cultural Malba Tahan (Figura 1) patrimônio arquitetônico do município e localizado no centro da cidade -, transformando-o em um espaço de reflexão das mais diversas subjetividades e de valorização do exercício da cidadania.

Figura 1 -Centro Cultural Malba Tahan



Foto: Prefeitura de Queluz/Reprodução (adaptado pelos autores).

A sensibilização comunitária e formação de um grupo para ações de reconhecimento e valorização das identidades são o primeiro passo, utilizando como insumo o patrimônio material e imaterial do lugar. O resultado deste momento é um quadro de possibilidades de referências culturais que poderão ser inventariadas pelo grupo. O segundo é a formação de inventário participativo para identificação de acervos, que comporá uma exposição de longa duração no Centro Cultural Malba Tahan, com objetivo de consolidar um museu; a intenção é instigar, debater e fomentar



depoimentos e narrativas sobre a formação do território e as identidades do povo queluzense de modo interativo e acessível ao público. O terceiro passo é a exposição do acervo, que será uma ação museal transformada em um produto de difusão, sendo este o quarto passo. O quinto passo é o museu já consolidado e o desenvolvimento de mais produtos de difusão.

## **2 POR QUE É IMPORTANTE?**

Com base nas pesquisas para elaboração do PDDT, uma percepção evidente foi a falta de valorização do município por parte da sua própria comunidade. O direito à memória é uma contribuição significativa para a tomada de consciência do indivíduo para com o meio social, contribuindo para a sua integração à sociedade, sendo os museus uma das ferramentas para este fim (MESA REDONDA DE SANTIAGO DO CHILE, 1972). Neste contexto, percebe-se a necessidade de envolvê-los - a comunidade - em ações culturais voltadas à valorização local, identificando recursos a serem mostrados aos turistas e despertando o sentimento de pertencimento na população acerca de seu território de maneira sustentável.

Durante as conversas com moradores locais, expressou-se a vontade de resgatar a história e redescobrir o patrimônio de Queluz, principalmente quanto à necessidade das novas gerações de entenderem as histórias do lugar e assim valorizarem seus atributos, manifestados através de um patrimônio que, atualmente, é desconhecido pela maioria. A intenção é fazer o processo de maneira participativa com a comunidade e para a comunidade, não apenas para atender as expectativas dos turistas. Esse projeto é baseado em um programa para engajar a comunidade e potencializar sua identidade através de projetos feitos por e para ela, que refletirá no sucesso da implantação de outras ações voltadas ao turismo.

A valorização de identidades locais se alinha com os objetivos do PDDT na medida em que este pretende tornar o município capaz de transmitir seus valores e atender suas demandas a fim de aumentar sua notoriedade na região e preservar sua identidade. Além disso, trata-se de um processo fundamental para que se possa desenvolver a comunicação turística de forma efetiva, não apenas para reconhecimento do turista, como também da comunidade queluzense. Nesse sentido, é essencial que se identifique especificidades da cidade - reconhecidas como genuínas por seus moradores - para que se possa fortalecer o turismo.

### 3 MUSEOLOGIA SOCIAL

Para entender a proposta feita para esse projeto, primeiro é necessário entender o que é Museologia Social e o papel de um museu. O que é um museu? Qual é o real significado deste termo que é tão comumente conhecido? Museu, segundo a definição do Conselho Internacional de Museus (ICOM)<sup>15</sup> é “[...] uma instituição permanente sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, investiga, comunica e expõe o patrimônio material e imaterial da humanidade e do seu meio envolvente com fins de educação, estudo e deleite” (2015). Apesar da origem grega, o termo ganhou notoriedade por volta do século XV, quando a prática de manter coleções (de diversos tipos de objetos) tornou-se moda na Europa. Muitas destas coleções - que se formaram entre o século XV e XVIII - deram origem aos museus como eles são atualmente, embora, nesta época, ainda não fossem abertos ao público em geral; somente no final do século XVIII foi permitido o acesso a essas coleções, o que fez surgir grandes museus nacionais (JULIÃO, 2006).

No século XIX havia dois tipos de museus no mundo: aqueles voltados à história e cultura nacional e aqueles voltados à ciência, como os de arqueologia, etnologia e pré-história. De acordo com Julião (2006), já no final da Segunda Guerra podiam ser vistas renovações na museologia, estas procurando dar aos museus um caráter mais dinâmico, de centros de informação, lazer e de educação do público. Novas atribuições, diferentes daquelas já tradicionais, também começaram a ser praticadas, como atividades educativas, eventos culturais e de entretenimento. Entretanto, foi a partir da década de 60 que as críticas sobre o papel social dos museus começaram a ficar mais acentuadas. Atendendo às críticas, os museus passam a reformular as suas estruturas, deixando de ser espaços restritos às elites, e dando lugar às comunidades. Agindo como instrumentos de extensão cultural, começam a atender públicos mais diversificados e expandem suas ações para além de suas sedes (JULIÃO, 2006).

<sup>15</sup> Da sigla em inglês: International Council of Museums.

Estas novas mudanças e adequações deram origem ao Movimento Internacional para uma Nova Museologia (Minom), momento onde surgem novas propostas de categoria de pensamento, a exemplo da Museologia Social (ou Sociomuseologia, como é conhecida em Portugal) e novas tipologias de museus, como os ecomuseus, museus de território, museus locais e museus comunitários (AVELAR, 2015). Conceito nascido da ideia de que museus não devem ser instituições fechadas, preocupadas somente com a preservação e comunicação de seus acervos.

Segundo a Rede de Museologia Social Campinas (s/d), os museus “devem abrir-se à sociedade onde estão inseridos, dando prioridade às pessoas e suas condições de vida e comprometendo-se com a defesa de seus direitos e sua dignidade”. Ainda segundo a Rede, a Museologia Social é “uma museologia viva, engajada na experimentação de novas formas de viver em sociedade, mais solidárias e participativas”.

Essa crítica por mais participação social nas atividades dos museus, portanto, fez com que muitas instituições museológicas começassem a trabalhar suas narrativas ligadas aos desafios da sociedade, tornando-se atores da mudança social em favor de mais dignidade, inclusão, cidadania e participação comunitária. Sendo assim, o público passa a não mais ter um papel-chave nestes novos espaços, surgindo então uma nova ideia de criadores e *stakeholders*; a ideia de trabalho coletivo, com a finalidade não de exposições como produtos finais, mas como um processo contínuo (MOUTINHO, 2016).

Ainda neste contexto, a Museologia Social tem como base o respeito à diversidade cultural, à participação ativa da comunidade, ao diálogo, à horizontalidade dos processos e à visibilização das memórias. Ela também considera que tudo pode ser considerado patrimônio, ou seja, tudo o que uma comunidade, em um determinado território, elencar como significativo para a manutenção, preservação e aprimoramento do seu modo de vida. Logo, o que difere a Museologia Social do modo tradicional de museologia é o protagonismo da comunidade quanto ao levantamento, inventariação e administração de seu próprio patrimônio cultural (REDE DE MUSEOLOGIA SOCIAL CAMPINAS, s/d).

Seguindo esta tendência, no Brasil, a partir de 2003 são criadas políticas pioneiras no campo da museologia, cujos marcos são a Política Nacional de Museus (PNM) - criada em 2003 -, Estatuto de Museus, em 2009, e o Plano Nacional Setorial, em 2010. Em 2009 foi criado o Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), onde a

Museologia Social teve espaço através da coordenação de Museologia Social e Educação. Neste novo Instituto desenvolveu-se o Programa Pontos de Memória, programa que tinha como objetivo contribuir para o desenvolvimento de uma política pública de direito à memória (GOUVEIA; PEREIRA, 2016).

Deste modo, diante da contextualização e do conceito apresentados, a Museologia Social dialoga com o escopo do projeto a partir do momento que se assume a importância do protagonismo da comunidade de Queluz na construção de seu próprio espaço de memória. Ainda, a metodologia de cinco etapas<sup>16</sup> utilizada no Programa Pontos de Memória é utilizada como base para o desenvolvimento deste projeto, a saber: identificação do patrimônio integral, qualificação (participação em seminários, oficinas e debates), realização de inventário participativo e realização de ações museais para compartilhamento e difusão das memórias.

#### **4 METODOLOGIA**

Após inventário, diagnóstico e elaboração de plano de ações para o PDDT, foram escolhidas ações para serem transformadas em projetos. Dentre as três diretrizes elencadas para serem trabalhadas no município, a saber: revitalizar a infraestrutura turística, promover um fortalecimento institucional para a gestão do turismo e desenvolver a comunicação turística de Queluz, este projeto faz parte da última.

Em seguida à escolha da ação a ser trabalhada, foi escolhido o objetivo do projeto: implantar a Casa da Memória de Queluz. Foram realizados estudos de gabinete em documentos relativos a museus com foco na nova museologia, ou seja, a museologia focada na comunidade como participante do processo de levantamento do próprio patrimônio. Estes documentos serviram para identificar e apontar dentro do projeto os princípios que norteiam o desenvolvimento da metodologia usada para sensibilização da comunidade na construção de um acervo participativo.

Os principais documentos consultados para apontar a metodologia para execução foi a publicação Pontos de Memória: Metodologia e Práticas em Museologia

<sup>16</sup> A quinta é o reforço da rede de Pontos de Memória nas Teias Nacionais da Memória - encontros nacionais para debate das metodologias empregadas no Programa -, etapa não utilizada como base para o desenvolvimento deste projeto.

Social, do Instituto Brasileiro de Museus (Ibram) e da Organização dos Estados Ibero-americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI), de 2016, que documenta o processo de implantação de pontos de memórias em 12 localidades brasileiras. Também foi utilizado o Manual de Aplicação de Educação Patrimonial: Inventários Participativos do IPHAN (2016), cujo objetivo é ser uma ferramenta para estimular a comunidade a buscar a sua própria identificação e valorização de referências culturais.

Também foi realizado contato com consultorias em museologia, para averiguar se o mercado tem *know how* para execução de oficinas de sensibilização, formação de inventário participativo e desenvolvimento de projeto museológico para implantação de um museu comunitário. Vale ressaltar que entre as consultorias contactadas, a consultoria Trísceles confirmou a oferta deste tipo de serviço, a Expomus e a Mu(use)u apresentam no site esta oferta, contudo não retornaram a tentativa de contato. Para a metodologia de formulação do edital, foi selecionado um modelo que, majoritariamente, conseguisse atender de forma ampla todos os serviços requeridos e que tivesse semelhança com a realidade do projeto da Casa da Memória de Queluz.

Como metodologia para estimativa de custo foram analisados editais de contratação de consultoria em museologia, optando por iniciativas que apresentassem as seguintes características: necessidade de elaboração de documentação e projetos iniciais para implantação de museu, intervenção em edifício histórico, museu de pequeno porte e, tanto quanto possível, localizados em cidades do interior com uma população pequena.

## 5 EXECUÇÃO

O projeto deve ter a participação dos diversos atores locais, cada um com suas funções definidas, porém todos articulados e empenhados para executar, fiscalizar e avaliar as etapas. O órgão indicado aqui para ser responsável por coordenar o projeto é o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) do município, já que possui composição mista e “cuja função é apoiar a formulação e controlar a execução das políticas públicas setoriais” (ESPÍRITO SANTO, 2016, p.6). O COMTUR (infográfico a seguir) também é essencial para a promoção e estruturação do turismo municipal, fortalecendo a participação democrática e a implementação de políticas públicas para o setor.

Figura 2 - Composição oficial do COMTUR de Queluz



Fonte: elaborado por Daiane Uinnes Faustino (2019).

Segundo a Cartilha de Orientação para Criação e Funcionamento dos Conselhos Municipais de Turismo (2016) dentre algumas das competências do conselho está a de “sugerir e orientar à administração municipal ações relacionadas à criação e preservação dos pontos turísticos do município, principalmente em áreas

de interesse histórico, ambiental, cultural ou paisagístico”, “auxiliar na captação de recursos para os projetos, ações e programas relacionados às atividades turísticas” e a de “participar junto à administração municipal do planejamento do turismo municipal e acompanhar a execução das propostas” (p. 24).

Estas competências estão em consonância com as propostas deste projeto. Também é importante ressaltar que para o objetivo estabelecido no projeto, isto é, a implementação da Casa de Memória de Queluz, o conselho precisa estar articulado para realizar as ações estabelecidas. Como órgão coordenador, será responsabilidade do COMTUR colher a aprovação e realizar a divulgação do edital para contratação da equipe técnica para desenvolvimento das oficinas e o auxílio no desenvolvimento do inventário participativo e execução de projeto museológico.

## ETAPA 1: SENSIBILIZAÇÃO COMUNITÁRIA

Nesta fase é importante o COMTUR mapear os atores-chaves e convidá-los a participar de dois encontros, um para uma pré-apresentação da iniciativa, e o outro para aprovação do edital. O melhor é considerar personalidades do município que tenham ligação com o tema identidade - geralmente são moradores locais que se preocupam em difundir os saberes culturais<sup>17</sup>. Também sugere-se localizar líderes de grupos como os artesãos, agricultores, professores, religiosos, entre outros. Para este processo as seguintes perguntas ajudam a identificar esses atores:

- I. Quais são os grupos sociais presentes em Queluz?
- II. Quais são as nossas principais instituições?
- III. Quais são as referências culturais do município e quem lida diretamente com cada uma delas?

É importante que estes atores sejam diversos em gênero, faixa etária, posição social, grupo étnico, grau de escolaridade, enfim, quanto maior a diversidade, mais

<sup>17</sup> Durante as entrevistas para o Plano foi mencionado moradores que são personalidades no município por contarem histórias e por serem pesquisadores da identidade local.

ricos serão os encontros, e também mais complexa a articulação, pois estarão reunidos diferentes valores e pontos de vistas; porém, essa complexidade é essencial para que as memórias sejam instigadas e que a comunidade esteja representada em sua totalidade tanto quanto possível.

Além deste esforço para mapear os atores-chaves, a divulgação à comunidade em geral deve ser realizada através de todos os canais de comunicação disponíveis, isto é, redes sociais, site da prefeitura, rádio e distribuição de *flyers* em pontos estratégicos como comércios, escolas e igrejas, a fim de que a informação chegue a todos os interessados e o maior número possível de pessoas estejam cientes e sensibilizados a debater o assunto.

O objetivo do primeiro encontro é apresentar a iniciativa e averiguar o grau de interesse desses atores, solicitando que deixem por escrito ou por algum canal digital (como e-mail) seus comentários sobre o que acharam da proposta. Após o primeiro encontro, o COMTUR deverá analisar os comentários feitos, avaliar o entendimento da proposta e o grau de interesse. O segundo encontro será para a apresentação do edital de contratação da consultoria e, ao final, deverá ocorrer uma votação para aprovação da abertura do edital.

### 5.1.1 *Edital*

Será responsabilidade do poder público municipal de Queluz a elaboração do edital para contratação do serviço de consultoria para execução deste projeto. O modelo<sup>18</sup> indicado como referência é o edital divulgado pelo Ministério da Cultura, através do IPHAN, referente à 19ª Superintendência Regional em Teresina/PI.

O edital se enquadra na modalidade tomada de preço, pois é a que comporta a estimativa de custo para o projeto e abrange a contratação de serviços semelhantes aos necessários, principalmente com relação à fase de implantação inicial da Casa da Memória de Queluz. A metodologia participativa (por parte da consultoria) deve ser um item considerado quando da elaboração do edital.

18 . \_\_\_\_\_. Ministério da Cultura. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). **Tomada de Preços 07/2014**. O objeto desta licitação é a contratação de serviços técnicos especializados em museologia e museografia para elaboração de plano e projetos museológico e museográfico para Casa Grande Simplicio Sias, em Parnaíba/PI [...]. Disponível em: <[http://www.comprasnet.gov.br/ConsultaLicitacoes/download/download\\_editais\\_detalhe.asp?coduasg=343036&modprp=2&numprp=72014](http://www.comprasnet.gov.br/ConsultaLicitacoes/download/download_editais_detalhe.asp?coduasg=343036&modprp=2&numprp=72014)>. Acesso em: 12 nov. 2019.



Os principais itens de serviços apontados pelo modelo são: definição, de forma satisfatória, de todos os direcionamentos técnicos e conceituais para a futura implantação do museu em questão, em sintonia com os conceitos contemporâneos de museologia/museografia e elaboração de documentação técnica suficientemente completa compreendendo pesquisas, levantamentos, estudos, planos e projetos - museológico, museográfico, expográfico, de arquitetura e complementares. Com base nisto, foi elaborado um modelo de chamado/divulgação de edital para o projeto, conforme apresentado a seguir.



**Prefeitura Municipal de Queluz**  
**Estado de São Paulo**

**Tomada de Preço Nº (definir)**

Objeto: O objeto desta licitação é a contratação de serviços técnicos especializados em museologia e museografia para elaboração de plano e projetos museológico e museográfico para a implantação da Casa da Memória de Queluz dentro do Centro Cultural Malba Tahan em Queluz/SP, compreendendo estudos, pesquisas, diagnóstico, captação e formação de inventário, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas no edital e seus Anexos.

Edital a partir de: (definir)

Endereço: Praça Padre Francisco das Chagas Lima 272 | Centro, Queluz (SP)

Telefone: (definir)

Entrega da Proposta: (definir)

**Itens de Serviços**  
**Museologia / Museólogo**

Definir de forma satisfatória todos os direcionamentos técnicos e conceituais que respeitem e representem a identidade do cidadão queluzense bem como a cidade de Queluz para a futura implantação da Casa da Memória de Queluz, em sintonia com os conceitos contemporâneos de museologia/museografia e com os princípios da preservação da edificação histórica Centro Cultural Malba Tahan, onde será implantado o projeto. Elaboração de Documentação Técnica suficientemente completa compreendendo pesquisas, levantamentos, estudos, planos e projetos- museológico, museográfico, Tratamento

Quantidade: 1

Unidade de fornecimento: serviço

Outra, alternativa é o COMTUR se articular e contratar, por conta própria, sem o uso de edital, uma consultoria que consiga atender a demanda de serviço deste projeto. Caso optem por essa possibilidade, deve-se excluir das etapas as ações referentes ao edital e substituir por ações de pesquisa e contato com consultorias.

#### 5.1.2 Fases de Realização da Etapa 1

1. Abertura do edital para contratação da consultoria para pesquisa, coleta e curadoria do acervo e espaço do museu. Esta tem que apresentar *know how* de metodologia para formação de inventário participativo que trabalha com valorização da identidade local, construindo conhecimentos a partir de um amplo diálogo entre as pessoas, as instituições e as comunidades que detêm as referências culturais a serem inventariadas;
2. Avaliação, por parte do COMTUR, da consultoria que atende aos critérios estipulados no edital;
3. Contratação da consultoria que fará parte do projeto;
4. Definição, em conjunto com a consultoria, do tempo necessário para estudo e pesquisa da metodologia participativa adaptada à realidade local, para que a mesma possa apontar a melhor adaptação da metodologia para sensibilização dos atores, que deverão fazer uso dos parâmetros definidos pela Nova Museologia;
5. Planejamento das oficinas, seminários e encontros para debates. Desta forma, a primeira entrega, chamada de **Produto 1**, deverá ser um projeto de sensibilização usando oficinas participativas, seminários e debates;
6. Apresentação do Produto 1 pela consultoria ao COMTUR;
7. Convocação do grupo de atores pelo COMTUR para apresentação da consultoria e inscrição dos interessados em participar das ações do Produto 2.

A segunda entrega, **Produto 2**, tem por objetivo a qualificação do grupo de atores (de uma forma mais geral) através da execução do cronograma de seminários, oficinas e outras formas de debates que estimulem o grupo a desenvolver os seus conhecimentos sobre o tema e apontar opções de acervo que gostariam de

desenvolver. Essa é uma das principais fases do projeto, pois será justamente neste momento que o grupo precisará estar fortalecido e sensibilizado para iniciar um processo de autoconhecimento sobre a sua identidade. Serão realizados encontros para a discussão dos seguintes conceitos e ideias: patrimônio, museu (Museologia Social), memória e direito à memória, identidade, cultura e políticas culturais, cidadania, bem como as ações e os objetivos do projeto: instigar memórias. A seguir as fases para a elaboração e entrega do Produto 2.

1. Pesquisa, por parte do grupo de atores, de temas da cultura de Queluz (e assuntos da cultura geral) em livros, revistas, jornais, fotografias e internet. Visitar centros culturais, arquivos, bibliotecas, museus e instituições que trabalham com cultura;
2. Identificação dos bens culturais patrimoniais que o município, região e estado<sup>19</sup> possuem;
3. Conversa com atores que conhecem e produzem as referências culturais pesquisadas (mestres da cultura popular, parteiras, contadores de história, artesãos, cirandeiros, professores, estudiosos e pessoas que trabalham em instituições de cultura, entre outros).

O resultado do Produto 2 é um quadro de possibilidades de referências culturais que poderão ser inventariadas pelo grupo; referências culturais cujos enquadramentos estão nas categorias celebrações, saberes, formas de expressão, lugares e objetos.

<sup>19</sup> O foco de pesquisa são os bens culturais patrimoniais de Queluz, embora sugira-se a pesquisa mais abrangente sobre o perfil dos mesmos na região e no estado, para o conhecimento não ficar restrito só ao município, ou seja, entendendo estes dois elementos, Queluz terá um conhecimento mais claro de seus próprios bens culturais patrimoniais.

## ETAPA 2: INVENTÁRIO PARTICIPATIVO

Nesta etapa ocorre a formação do inventário participativo, no qual a comunidade irá identificar, selecionar e registrar as referências culturais mais significativas para manutenção das suas memórias e história social, sendo esta uma decisão coletiva e compartilhada, com intuito de gerar um processo contínuo de apropriação cultural (IBRAM, 2016, p. 39).

"Fazendo um inventário, é possível descobrir e documentar um repertório de referências culturais que constituem o patrimônio da comunidade, do território em que ela se insere e dos grupos que fazem parte dela" (IPHAN, 2016, p. 8).

A consultoria, munida de informações extraídas das oficinas, seminários, debates e de referências sobre a formação de inventário participativo<sup>20</sup>, irá desenvolver/selecionar um processo metodológico para o inventário participativo e discutir com o grupo a sua aplicação para o seu levantamento, orientando o grupo sobre os caminhos necessários para a formação do acervo; sempre numa construção dialógica do conhecimento acerca do seu patrimônio cultural. É de fundamental importância a criação de instrumentos de sondagem e pesquisa, como fichas de inventário, roteiros de entrevista e cadernos para anotação, assim como equipamentos de audiovisual.

<sup>20</sup> Algumas referências metodológicas que podem ser citadas como exemplo - e que estão presentes no documento Pontos de Memória: Metodologia e Práticas em Museologia Social - são os Pontos de Memória da Lomba do Pinheiro (Porto Alegre - RS), Terra Firme (Belém - PA) e Grande Bom Jardim (Fortaleza - CE).

Nesta etapa, o COMTUR também irá captar apoiadores e patrocinadores para custear a formação do acervo e será responsabilidade dos consultores e do grupo de atores se empenhar na realização do inventário participativo.

### 5.2.1 Fases de Realização da Etapa 2

1. Planejamento, onde será discutido a metodologia a ser adotada e executada pelo grupo;
2. Elaboração de estratégias;
3. Qualificação/formação do grupo (mais técnica, voltada à inventariação do acervo) e dos pesquisadores;
4. Pesquisa;
5. Registro da pesquisa e tratamento das fontes;
6. Inventariar (descrever, classificar e definir o que lhe discerne e afeta como patrimônio).

O inventário é composto por fichas que ajudam a organizar e sistematizar a coleta de informações. Alguns exemplos de fichas são: do Projeto, do Território (Denominação, Referências de Localização, Descrição, História e Dados Socioeconômicos), das Categorias (Lugares, Objetos, Celebrações, Forma de Expressão e Saberes), das Fontes Pesquisadas, do Relatório de Imagem e do Roteiro de Entrevista<sup>21</sup>.

Sendo assim, o **Produto 3** é composto do mapeamento das ferramentas e recursos necessários, da listagem das pessoas e lugares a serem contatados, do roteiro de entrevistas, da realização das atividades de campo que consistem em entrevistar pessoas e documentar (por meio de anotações, filmagens, desenhos e fotografias) e das fichas preenchidas que compõem o inventário.

<sup>21</sup> INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN). **Educação patrimonial: inventários participativos / manual de aplicação**. IPHAN. Brasília (DF): Ministério da Cultura, 2016, p. 1-136. Disponível em: <[http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/inventariodopatrimonio\\_15x21web.pdf](http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/inventariodopatrimonio_15x21web.pdf)>. Acesso em: 15 nov. 2019.

## ETAPA 3: AÇÕES MUSEAIS

O objetivo desta etapa é organizar, apresentar e divulgar - em uma escala menor - o trabalho realizado para os grupos que tiveram envolvimento no fornecimento de informações para o acervo. O material levantado durante a etapa anterior deve passar agora por um processo de curadoria; nesta fase é importante pensar como preservar os dados coletados, pois a opção de escolha para o armazenamento das informações irá determinar a sua preservação e disponibilidade futura. É fundamental ter cópias digitais para diminuir o risco de perda.

### *5.3.1 Fases de Realização da Etapa 3*

1. Discussão das formas de apresentação dos produtos resultantes para os grupos ou comunidades envolvidas e o envio de cópias dos inventários;
2. Exposições itinerantes produzidas com materiais de baixo custo;
3. Criação de *blogs* com os conteúdos, de maneira a democratizar e difundir a informação;
4. Atividades de educação patrimonial que visem mediar e promover o intercâmbio de experiências e dos resultados obtidos na realização dos inventários.

## ETAPA 4: PRODUTOS DE DIFUSÃO

Nesta etapa os principais objetivos são o de apropriação e divulgação dos acervos. Para isso, pensar em ações concretas de desenvolvimento de produtos de difusão, tais como: exposição, criação de catálogo em formato de mapa e multimídia, cartilha de apresentação do projeto ou outras possibilidades apontadas pela comunidade.

### 5.4.1 Exposição

Tem o objetivo de apresentar os elementos patrimoniais inventariados. Nela estão reproduzidos acervos imagéticos, cartografias produzidas pelos moradores, depoimentos orais, acervos impressos, como jornais, boletins, atas entre outros. O acervo passará pela curadoria da consultoria, sendo este o **Produto 4**. As narrativas textuais são elaboradas pela própria comunidade, sendo necessário a aplicação de uma oficina para produção textual e também para desenvolvimento do material de multimídia.

## ETAPA 5: CASA DA MEMÓRIA DE QUELUZ

As reuniões, ações museais e produtos de difusão podem ser realizados no espaço do Centro Cultural Malba Tahan, onde estas podem contribuir para fortalecer o edifício como um local de difusão da identidade e patrimônio cultural de Queluz. A implantação da Casa de Memória de Queluz terá seu início apoiado pela consultoria em parceria com o COMTUR, órgão responsável pela coordenação da criação de uma Associação de Amigos que fará a gestão do acervo e administração do espaço, a fim de manter e gerir todas as demandas da instituição; esta associação deve ser representada pela própria comunidade. Para melhor visualização do projeto como um

todo, o infográfico a seguir resume as etapas para a implantação da Casa de Memória de Queluz.

Figura 3 - Passo a passo de cada etapa do projeto



Fonte: elaborado por Daiane Uinnes Faustino (2019).



## 6 CRONOGRAMA

O cronograma de implantação da Casa de Memória de Queluz está estipulado num horizonte de três anos, com previsão de começo de implementação de ações em janeiro de 2020. Como a sensibilização comunitária e o inventário participativo são etapas mais demoradas em comparação às demais, sugere-se que sejam feitas separadamente nos dois primeiros anos. As demais etapas (60% do projeto) podem ser realizadas no último ano.

CRONOGRAMA (ANO 1)		MÊS											
ETAPAS	AÇÕES	jan	fev	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
		Sensibilização Comunitária	Mapeamento dos Atores-Chave	■									
Divulgação do 1º Encontro			■										
1º Encontro (Apresentação da Iniciativa)				■									
Divulgação do 2º Encontro					■								
Abertura do Edital						■							
2º Encontro (Aprovação de Edital)							■						
Avaliação e contratação da consultoria								■					
Entrega do Produto 1									■	■			
Apresentação da Consultoria à Comunidade e Inscrição de Participação											■	■	
Entrega do Produto 2													■

CRONOGRAMA (ANO 2)		MÊS											
ETAPAS	AÇÕES	jan	Fe	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
		Inventário Participativo	Captar Patrocinadores/Recursos	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Planejamento de Metodologia	■												
Elaboração de Estratégias				■	■								
Qualificação/formação do Grupo de Pesquisadores					■	■	■						
Pesquisa							■	■	■				
Registro da Pesquisa e Tratamento de Fontes										■			
Inventariar											■	■	
Entrega do Produto 3													■

CRONOGRAMA (ANO 3)		MÊS											
ETAPAS	AÇÕES	jan	Fe v	mar	abr	maio	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
		Ações Museais	Encontro para discutir apresentação do produto criado	■									
Exposições, blogs e educação patrimonial			■	■									
Produtos de Difusão	Desenvolvimento de Produtos de Difusão			■	■	■							
	Entrega do Produto 4						■	■					
	Oficinas de Produção Textual e Material Multimídia								■				
Implantação da Casa de Memória de Queluz	Criação da Associação de Amigos							■	■	■	■	■	■
	Restauração do Centro Cultural							■	■	■	■	■	■
	Criação da Casa de Memória de Queluz												■

## 7 ESTIMATIVA DE CUSTOS

Os editais de tomada de preço apresentam os valores médios em torno de R\$ 406.372,00. Na Casa da Memória de Araras - situada em um casarão histórico e localizada em município do interior de São Paulo -, de tamanho semelhante ao Centro Cultural de Queluz, houve um custo de implantação de R\$760.000,00; seu financiamento aconteceu através da Lei Rouanet e de parcerias com empresas locais (ARARAS, s/d). Já a implantação do Museu Casa Grande Simplicio Sia, na Paraíba - PI, teve um custo de R\$ 388.117,40 (BRASIL, 2014). O museu da Maré, que apresenta maior semelhança com o projeto no que diz respeito à sua formação (através do protagonismo da comunidade), recentemente conseguiu a sua sede através de doação do antigo proprietário do prédio onde o museu está localizado, contudo, houve a necessidade de arrecadação de R\$ 70.000,00 por parte do grupo coordenador, pois foi necessário arcar com os custos burocráticos da doação do espaço (AGÊNCIA BRASIL, 2019).

## 8 FONTES DE RECURSOS

Todo projeto a ser implementado tem um custo dos recursos a serem utilizados, principalmente em projetos de médio e longo prazo. Para cobrir estes custos, há a necessidade de fontes de financiamento, ou seja, fontes que pagarão os custos de implementação do projeto, e estas podem ser internas ou externas. A seguir são detalhadas algumas fontes de financiamento que podem ser utilizadas.

### 8.1 FUNDO MUNICIPAL DE TURISMO

Fundos Municipais de Turismo (FUMTUR) são “mecanismos que fornecem maior agilidade e autonomia na formulação e execução de ações” (ESPIRÍTO SANTO, 2016). Queluz, segundo a lei nº 264/99, possui um FUMTUR instituído e, de acordo com o parágrafo 2º, todos os recursos recebidos pelo município com finalidade expressa no *caput* da lei são encaminhados automaticamente ao FUMTUR, tanto os disponíveis como também os seus rendimentos. Ainda, este é vinculado integralmente ao COMTUR e cabe a ele a sua administração, conforme regimento interno. Conforme a Lei 754/17, que dispõe sobre a criação do COMTUR, o objetivo do FUMTUR é o de captar recursos a serem aplicados na implementação dos projetos e ações para as atividades turísticas. Portanto, o FUMTUR pode e deve ser uma fonte para custear os recursos necessários ao projeto.

### 8.2 FINANCIAMENTO COLETIVO (CROWDFUNDING)

*Crowdfunding* (ou financiamento pela multidão, em tradução livre) é uma modalidade recente de financiamento, onde várias pessoas, geralmente pela internet, podem investir dinheiro em um determinado negócio ou projeto; financiamento coletivo é outro nome pelo qual esta prática é conhecida. A ideia por trás do conceito é bem simples: a ideia de projeto é apresentada ao público, junto com a quantia necessária para a sua implementação e o período limite para a arrecadação do dinheiro (SOBRE ADMINISTRAÇÃO, 2011).

Esta modalidade de investimento pode ser usada em qualquer tipo de mercado (cultural, saúde, tecnologia etc) e, mesmo com baixo investimento, é uma forma da pessoa participar daquela empresa/projeto no futuro. Há muitos sites especializados em *crowdfunding*, mas a ideia pode ser adaptada e apresentada pelos responsáveis pelo projeto à comunidade de Queluz.

Sobre o financiamento através do crowdfunding, destaca-se o projeto do BNDES chamado Matchfunding BNDES+, em que, com um investimento de R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais) para o total do projeto que é usado para fomento da cultura e da valorização do patrimônio cultural.

Segundo o financiamento, à cada R\$1 doado, o BNDES aporta R\$2 com o máximo de R\$ 200 mil reais para cada projeto, onde para receber o recurso, o projeto precisa alcançar uma meta de arrecadação estipulada por quem arquitetar o projeto.

O BNDES ressalta também, que o apoio será feito à projetos que tiverem um apoio relevante do público em geral, e com o propósito de deixar um legado a patrimônios em geral, os escolhidos terão de captar recursos junto ao público geral por meio de campanhas de crowdfunding na internet.

### 8.3 LEI DOS MUNICÍPIOS DE INTERESSE TURÍSTICO

Queluz, em 2017, foi contemplada com o título de Município de Interesse Turístico (MIT), portanto parte do recurso advindo desta verba pode ser usado no projeto. Na lei nº 16.283, de 15 de julho de 2016<sup>22</sup>, consta que a as aplicações de recursos do Fundo depende da aprovação do Conselho de Orientação e Controle (COC), ao qual é incubido as atividades de planejamento, supervisão e controle da distribuição e utilização dos recursos financeiros do Fundo. Além disso, consta que os pleitos serão feitos ao COC através do COMTUR, onde a transferência de recursos será realizada por meio de convênios específicos. Sendo assim, este também é um recurso que pode ser utilizado para a execução do projeto.

<sup>22</sup> Que dispõe sobre o Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos e dá providências correlatas.

## 8.4 EDITAIS CCR

O grupo CCR é uma empresa de concessão de infraestrutura, transportes e serviços, e administração de rodovias no Brasil. Esta instituição está presente no território de Queluz através da rodovia Dutra que corta a cidade. Dentro da empresa, há um setor de fomento social e cultural chamado de Instituto CCR que a cada ano publica editais para angariar projetos culturais e de valorizações patrimoniais e tem como objetivo incentivar o desenvolvimento da cultura no país, apoiando projetos regionais.

Realiza-se um cadastro na instituição CCR, depois averigua-se à compatibilidade do projeto existente juntamente com o proposto pelo edital, depois de inserido, há uma análise por parte da CCR para o aceite da instituição na participação do edital. Como referência de projeto, em seu 4º edital de valorização cultural, foi-se pago o montante de até R\$ 300 mil aos vencedores, não sendo obrigatório que chegue esse valor, ainda que considerando ele o máximo, como por exemplo, a feira do livro de Resende foi um evento literário gratuito com atividades culturais para o público em diversos espaços, com a participação de mais de diversos escritores e muitas apresentações culturais.

## 9 INDICADORES DE MONITORAMENTO

O objetivo é apontar indicadores e estratégias que avaliem os resultados do projeto. São indicadores a percepção de que os diferentes grupos e diferentes gerações se conhecem e compreendem melhor uns aos outros, promovendo o respeito pela diferença e o reconhecimento da importância da pluralidade. Por ser um indicador de difícil mensuração, como estratégia para avaliação adotar a observância por parte dos órgãos institucionais de ocorrência na comunidade da diminuição ou aumento de práticas preconceituosas e ações de intolerância.

Outro indicador é a integração de diversos agentes da comunidade – sejam pais e familiares, mestres ou produtores de cultura – averiguar se tal integração está acontecendo, uma forma é mensurar se está acontecendo ações conjuntas entre esses diferentes grupos em prol da comunidade. Como exemplo de mudanças é

possível observar o aparecimento de novas formas que as pessoas encontraram para apresentar, representar e, do mesmo modo, (re) apresentar o município. Para isso, a aplicação de uma pesquisa como perguntas do tipo: quais os atrativos de Queluz? O que o visitante pode encontrar de lazer aqui? Pode contribuir para verificar se há uma melhor apropriação da identidade cultural. Ter um canal de escuta para o grupo realizar comentários quanto ao projeto, e, também, verificar o desejo de continuidade é outra estratégia de monitoramento.

## 10 RESULTADOS ESPERADOS

Levando em consideração o escopo deste projeto e as ações nele estabelecidas, espera-se gerar - com a finalização dos processos e etapas - três tipos de resultados em Queluz:

**1º) Conhecimento e valorização da memória local:** conforme citado no tópico da importância do projeto, o direito à memória é uma contribuição significativa para a integração de um indivíduo à sociedade, e muitas vezes o museu é uma ferramenta para esse fim. Espera-se então que a partir dos processos que levem à criação da Casa de Memória, a comunidade de Queluz possa redescobrir/rememorar o seu próprio patrimônio, perpetuá-lo através das gerações e passá-lo de forma clara e lúdica àqueles que visitam o município, tornando este - também - um atrativo turístico da localidade, embora no todo não possua apenas esta função.

**2º) Fortalecimento das tradições locais, da identidade e dos laços de pertencimento:** ao redescobrir/rememorar o patrimônio cultural local - seja material ou imaterial -, junto à ele (já que dele é próprio) vem à tona as inúmeras tradições e histórias, que fazem parte da memória de um lugar; estas tem estreito relacionamento com os laços de pertencimento: aquilo que faz uma pessoa sentir-se conectada a algo. Portanto, também se espera o fortalecimento destes itens na comunidade de Queluz.

**3º) Valorização do potencial turístico local:** após a sua criação, espera-se que a Casa da Memória de Queluz se torne um atrativo turístico da localidade, embora deva-se ressaltar - como apontado no primeiro resultado esperado - que ela não possui apenas esta função. Antes de tudo, ela deve ser um espaço de memória da comunidade; cumprindo esta função, a finalidade turística é um complemento.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. **Museu da Maré recebe a posse definitiva do espaço em que funciona.** Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-05/museu-da-mare-recebe-posse-definitiva-do-espaco-em-que-funciona>> Acesso em: 12 nov. 2019.

ARARAS. **Casa da Memória.** Disponível em: <[http://www.araras.sp.gov.br/turismo/pontos\\_turisticos/casa\\_da\\_memoria.php](http://www.araras.sp.gov.br/turismo/pontos_turisticos/casa_da_memoria.php)>. Acesso em: 12 nov. 2019.

AVELAR, Luciana Figueiredo. **Museus comunitários no Brasil: o Ponto de Memória Museu do Taquaril.** 2015. 122 f. Dissertação (Mestrado em Bens Culturais e Projetos Sociais) - Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil - CPDOC, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <[https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/13691/Disserta%C3%A7%C3%A3o\\_AVELAR%2C%20Luciana.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/13691/Disserta%C3%A7%C3%A3o_AVELAR%2C%20Luciana.pdf?sequence=1&isAllowed=y)>. Acesso em: 12 nov. 2019.

BNDES, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. **Matchfunding BNDES+ Patrimônio Cultural.** Disponível em: <<https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/onde-atuamos/cultura-e-economia-criativa/patrimonio-cultural-brasileiro/matchfunding-bndes-mais-patrimonio-cultural>> Acesso em: 26 nov. 2019.

CCR, Instituto. **O instituto.** Disponível em: <<http://www.institutoccr.com.br/instituto/o-instituto>> Acesso em: 30 nov. 2019.

CCR, Instituto. **4º Edital Instituto CCR de Projetos Culturais.** Disponível em: <<http://www.institutoccr.com.br/editais/107193-4o-edital-instituto-ccr-de-projetos-culturais>> Acesso em: 30 nov. 2019.

\_\_\_\_\_. Ministério da Cultura. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). **Tomada de Preços 07/2014.** O objeto desta licitação é a contratação de serviços técnicos especializados em museologia e museografia para elaboração de plano e projetos museológico e museográfico para Casa Grande Simplício Sias, em Parnaíba/PI [...]. Disponível em: <[http://www.comprasnet.gov.br/ConsultaLicitacoes/download/download\\_editais\\_detalle.asp?coduasg=343036&modprp=2&numprp=72014](http://www.comprasnet.gov.br/ConsultaLicitacoes/download/download_editais_detalle.asp?coduasg=343036&modprp=2&numprp=72014)>. Acesso em: 12 nov. 2019.

ESPÍRITO SANTO. Secretaria de Estado do Turismo do Espírito Santo. **Orientação para Criação e Funcionamento dos Conselhos Municipais de Turismo**. Anchieta (ES): Agência de Desenvolvimento do Turismo da Região da Costa e Imigração, 2016. Disponível em: <<http://regionalizacao.turismo.gov.br/images/conteudo/cartilhafinal.pdf>>. Acesso em: 12 nov. 2019.

GOUVEIA, Inês; PEREIRA, Marcelle. A Emergência da Museologia Social. **Políticas Culturais em Revista**, Salvador, v.9, n.2, p. 726-745, jun./ dez. 2016.

INTERNATIONAL COUNCIL OF MUSEUMS PORTUGAL (ICOM). **Definição: Museu**. Disponível em: <<http://icom-portugal.org/2015/03/19/definicao-museu/>>. Acesso em: 29 nov. 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS (Ibram). **Pontos de memória: metodologia e práticas em Museologia Social**. Instituto Brasileiro de Museus, Organização dos Estados Ibero-americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura. Brasília (DF): Phábrica, 2016.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN). **Educação patrimonial: inventários participativos / manual de aplicação**. IPHAN. Brasília (DF): Ministério da Cultura, 2016, p. 1-136. Disponível em: <[http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/inventariodopatrimonio\\_15x21web.pdf](http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/inventariodopatrimonio_15x21web.pdf)>. Acesso em: 15 nov. 2019.

JULIÃO, Leticia. Apontamentos para a história do museu. **Caderno de Diretrizes Museológicas**. Brasília: Ministério da Cultura/ Belo Horizonte (MG): Secretaria de Estado da Cultura, 2006, pp. 17-30.

MESA REDONDA DE SANTIAGO DO CHILE, 1972, Santiago. **Anais...** Chile: ICOM, 1972.

MOUTINHO, Mário Canova. From New museology to Sociomuseology. **24th General Conference of the International Council of Museums in 2016**. Milano: 2016.

QUELUZ. **Lei n. 264/99**, de 05 de agosto de 1999. Cria o FUMTUR - Fundo Municipal de Turismo e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.camaraqueluz.sp.gov.br/pdf/leis\\_municipais/lei-264-99---cria-o-fumtur---fundo-municipal-de-turismo-e-da-outras-providencias-634-1999-94438.pdf](http://www.camaraqueluz.sp.gov.br/pdf/leis_municipais/lei-264-99---cria-o-fumtur---fundo-municipal-de-turismo-e-da-outras-providencias-634-1999-94438.pdf)>. Acesso em: 15 nov. 2019.



\_\_\_\_\_. **Lei n. 754/17**, de 13 de fevereiro de 2017. Dispõe sobre a criação do COMTUR - Conselho Municipal de Turismo dá outras providências. Disponível em: <[http://camaraqueluz.sp.gov.br/pdf/leis\\_municipais/lei-754-2017---dispoe-sobre-a-criacao-do-comtur---conselho-municipal-de-turismo-da-outras-providencias-807-2017-86682.pdf](http://camaraqueluz.sp.gov.br/pdf/leis_municipais/lei-754-2017---dispoe-sobre-a-criacao-do-comtur---conselho-municipal-de-turismo-da-outras-providencias-807-2017-86682.pdf)>. Acesso em: 15 nov. 2019.

REDE DE MUSEOLOGIA SOCIAL CAMPINAS. **Conheça mais: Museologia Social**. Disponível em: <<https://memoriasocialcampinas.wordpress.com/conheca-mais-museologia-social/>>. Acesso em: 11 nov. 2019.

SÃO PAULO (Estado). **Lei n. 16.283**, de 15 de julho de 2016. Dispõe sobre o Fundo de Melhoria dos Municípios Turísticos e dá providências correlatas. Disponível em: <<https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei/2016/lei-16283-15.07.2016.html>>. Acesso em: 15 nov. 2019.

SOBRE ADMINISTRAÇÃO. **Crowdfunding, o que é e como funciona?** Disponível em: <<http://www.sobreadministracao.com/crowdfunding-o-que-e-e-como-funciona/>>. Acesso em: 16 nov. 2019.

## GLOSSÁRIO

**Patrimônio Cultural:** O patrimônio cultural forma-se a partir de referências culturais que estão muito presentes na história de um grupo e que foram transmitidas entre várias gerações. Ou seja, são referências que ligam as pessoas aos seus pais, aos seus avós e àqueles que viveram muito tempo antes delas. São as referências que se quer transmitir às próximas gerações. (IPHAN, 2016, p. 7).

**Referências Culturais:** são edificações e paisagens naturais. São também as artes, os ofícios, as formas de expressão e os modos de fazer. São as festas e os lugares a que a memória e a vida social atribuem sentido diferenciado: são as consideradas mais belas, são as mais lembradas, as mais queridas. São fatos, atividades e objetos que mobilizam as pessoas mais próximas e que reaproximam os que estão longe, para que se reviva o sentimento de participar e de pertencer a um grupo, de possuir um lugar. Em suma, referências são objetos, práticas e lugares apropriados pela cultura na construção de sentidos de identidade, são o que popularmente se chama de raiz de uma cultura. (IPHAN, 2016, p. 8).

**Inventário Participativo:** consiste no procedimento de relacionar, registrar e catalogar bens patrimoniais de caráter material e imaterial de forma participativa, ou seja, promovendo mecanismos capazes de considerar a opinião e a participação constante de um número significativo de pessoas e/ou grupos pertencentes à comunidade inventariada. (IBRAM, 2016, p. 41).



PROJETO INTERDISCIPLINAR DE TURISMO

# CAPACITAÇÃO EM MÍDIAS DIGITAIS E NOÇÕES DE EMPREENDEDORISMO



BRUNA MARQUES SOUZA HENRIQUE  
GUSTAVO CRUZ LUCENA RIBEIRO  
LETÍCIA TAVARES DE ANDRADE



Câmara Municipal  
Queluz



# SU MÁ RIO

## **03**      **INTRODUÇÃO**

USP no Vale do Paraíba, Queluz,  
Artesanato em Queluz e Diagnóstico do  
público alvo.

## **12**      **SOBRE O CURSO**

Objetivos, Justificativa, Resultados  
esperados, Benefícios, Indicadores de  
acompanhamento, Indicadores de  
desenvolvimento, Indicadores de  
performance, Indicadores de avaliação e  
Relação com outros projetos.

## **19**      **PLANO DE ENSINO**

Programa de aula, Avaliação,  
Encerramento, Cronograma do projeto e  
Orçamento.

## **39**      **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

# INTRODUÇÃO

## USP NO VALE DO PARAÍBA



Como estratégia de aproximação com outros municípios do estado, o Centro de Estudos de Turismo e Desenvolvimento Social estabeleceu uma parceria com a APRECESP (Associação das Prefeituras das Cidades Estância do Estado de São Paulo), e, com ela, deu-se início aos trabalhos com os municípios presentes no Vale do Paraíba. A intenção é que a universidade consiga acompanhar o município mesmo depois da entrega do Plano de Desenvolvimento de Turismo, observando o processo de desdobramento do trabalho entregue.

Assim, de 2016 até 2019, as cidades de São José do Barreiro, Bananal, Silveiras e Queluz puderam receber seus respectivos diagnósticos, Planos de Desenvolvimento de Turismo e projetos. Este processo deu-se por meio de pesquisas de gabinete, pesquisas de campo, oficinas, audiências públicas e outros encontros; todos com a finalidade de recolher informações e mobilizar a população a participar e se engajar no processo.

Este ano, 2019, é o último em que o Curso de Turismo estará presente no Vale do Paraíba e ao seu findar, o município de Queluz receberá os projetos elaborados pelos discentes do curso, sob orientação docente.

# INTRODUÇÃO

## QUELUZ



A cidade de Queluz faz tríplice fronteira entre os estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais; com uma área de 249 399 Km<sup>2</sup>, tem limite com nove municípios. No que diz respeito ao turismo, a Lei 699/2015 criou a Diretoria de Cultura Turismo e Comunicação Social (PREFEITURA DE QUELUZ, 2019), que está diretamente ligada ao Prefeito Laurindo Garcéz (PSDB). A cidade tem a oportunidade de se integrar a duas iniciativas turísticas que atravessam o município. Uma delas é o Caminhos da Corte, divulgado pela Associação Roteiros Caminhos da Corte (ARCCO), uma vez que há um expressivo fluxo de passagem de veículos por Queluz para se ter acesso ao referido roteiro.

Outra possibilidade de integração da cidade com o turismo é a de incluir seus meios de hospedagem, serviços alimentos e bebidas (A&B) e apoio para passeios na região da área rural nesse circuito turístico, já que a cidade se localiza entre a Serra da Mantiqueira e a Serra da Bocaina.

Durante as visitas feitas à Queluz, percebeu-se que o conhecimento de moradores de cidades vizinhas sobre Queluz, que realizam constantes idas e vindas para a cidade por diversos motivos, pode vir a ser uma demanda potencial para o turismo, intensificando a visitação e utilização dos equipamentos e serviços turísticos.

Atualmente, a cidade conta com um diagnóstico e um Plano de Desenvolvimento de Turismo, um Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), funcionários públicos, alguns segmentos da comunidade engajados no crescimento turístico municipal, além da instituição como Município de Interesse Turístico (MIT), com o direito de receber anualmente um recurso financeiro do Governo do Estado para realizar investimentos no turismo.

# INTRODUÇÃO

## ARTESANATO EM QUELUZ



Uma das atividades manuais mais marcantes de Queluz é o artesanato Taboa. Este é o artesanato considerado como marca da cidade, portanto, parte da sua identidade. Todavia, mesmo com essa relevância, o processo de compreensão histórica deste é dificultado pela carência de fatos registrados em websites, artigos ou outras fontes à disposição, prejudicando uma análise da sua trajetória até o presente.

Feito a partir de uma planta aquática, o artesanato Taboa é o processo manual que está mais alinhado com as tradições locais. Entretanto, a falta de identificação, incentivo e envolvimento da comunidade fazem com que essa produção perca espaço e visibilidade. Atualmente, há apenas um local em Queluz que produz e comercializa artesanato de Taboa, a Casa do Artesão; ademais, o local conta com somente três funcionários que conhecem a técnica e desenvolvem as peças. Um desses funcionários, Francisco, contou que, em 2010, foi oferecido um curso para que se aprendesse a técnica, mas, de todas as pessoas que participaram do curso, nenhuma seguiu com esse tipo de artesanato. Para ele, essa falta de estímulo vai acabar levando à extinção deste artesanato (informação verbal)[1].

As práticas de artesanato feitas por seu Francisco são mais arcaicas e demonstram uma metodologia mais vilanesca, que é ensinada de pessoa para pessoa na Casa do Artesão.

Outra linha de trabalhos manuais realizada e promovida em Queluz são os produtos da FeirArte. No ano de 2017, a Prefeitura de Queluz convidou alguns artesãos da cidade para participarem, como expositores, de uma Feira de Natal, que não obteve sucesso, embora duas artesãs tenham participado. Contudo, mesmo sem o sucesso esperado, uma delas decidiu investir na ideia.

[1] Entrevista concedida por \_\_\_\_\_, Francisco. Entrevista I. [out 2019]. Entrevistadores: Bruna Marques, Gustavo Lucena e Leticia Tavares. Queluz, 2019. 1 arquivo .m4a (31min07seg). A entrevista na íntegra é de posse dos entrevistadores.



# INTRODUÇÃO

## ARTESANATO EM QUELUZ

Essa artesã deu início a um processo de mobilização, convidando outras pessoas que realizavam trabalhos manuais para participar de futuras exposições. O grupo então, formado por sete artesãos, montou uma feira para o Dia das Mães, que foi realizada no mês de maio de 2018. Devido à adesão do público e das boas vendas realizadas, o grupo decidiu realizar uma segunda feira para o Dia dos Pais. Nesta segunda edição da feira, o público foi maior e, por essa audiência, mais expositores se uniram ao grupo.

Hoje o grupo é composto por 22 integrantes, que se dividem entre produtores de artesanato e de alimentos e bebidas. Observa-se no âmbito da produção manual a diversidade de produtos que são elaborados pelos artesãos, fazendo parte da lista: laços, cadernos, sabonetes, biscuit, tapetes, roupas, agendas, macarrão artesanal e doces, como segue:

**Quadro 1 – Divisão dos produtos dos membros da FeirArte**

Nº	Nome	Produto	Atelier
01	Nathalia	Doces caseiros	Sabor do Interior
02	Daniela	Biscuit	Danymassinha
03	Luciana	Saboiaria artesanal	Rústicos S. A.
04	Mônica	Laços e adereços para cabelo	Mania de Laço
05	Zenaide	Costura criativa	Ateliê da Zê
06	Maria e Caxi	Massas caseiras	Flor de Massas
07	Janecler	Bonecaria	Janeclér Bullé
08	Cláudia	Peças em MDF e decoupage	Ateliêr garden
09	Adriana	Costura criativa	Adriana Ateliêr
10	Marcele	Encadernação de cartonagem	Casa das artesãs
11	Fábio	Batata no cone	Borge's fries
12	Márcia	Tapetes em tear	Márcia tapetes
13	Cláudia Márcia	Açaí, pastel, cuscuz	Delícia da Márcia
14	Luana	Café da manhã colonial	Lanchonete do Lorenzo
15	Angelito	Biscuit	D'Angelo ateliêr
16	Maria Lara	Acessórios e adereços em EVA	Fabulosa
17	Shirley	Arte em cerâmica e gesso	Shirley's Arts
18	Ana Maria	Crochê	Ana Crochê

Fonte: FeirArte, 2018.

# INTRODUÇÃO

## ARTESANATO EM QUELUZ



Por meio de entrevistas pessoais e virtuais, pode-se observar o alinhamento de ideais entre os integrantes, que se manifesta pela compatibilidade de propostas para os eventos, proatividade na efetivação dos eventos e compartilhamento de laços tribais, que oferecem coerência ao desenvolvimento do grupo.

Em setembro de 2017, algumas das artesãs foram convidadas para realizarem uma entrevista para a TV Aparecida, que aconteceu no dia 08 do mesmo mês. Essa entrevista foi importante por ter sido transmitida por meio televisivo em escala regional, dando visibilidade para o evento FeirArte e para a cidade de Queluz.

Atualmente, FeirArte - Artes, Aromas e Sabores, embora identificada pelos membros como uma associação, não possui cadastro (CNPJ-Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica) ou registro formal enquanto grupo. Com relação à formalização individual dos participantes, apenas duas integrantes (Nathalia e Luciana) são Microempreendedores Individuais (MEI), sendo assim, os demais do grupo exercem suas atividades de maneira informal. No entanto, os artesãos já demonstraram interesse em mudar esse quadro e informaram que estão realizando pesquisas para encontrar o tipo de cadastro ideal para a formalização tanto individual quanto do grupo.

De maneira autônoma, o grupo encontrou duas formas de captar recursos para a realização das feiras: contribuição de R\$30,00 por expositor e doação de um produto. A contribuição em dinheiro é encaminhada para o pagamento dos entretenimentos e alimentos oferecidos durante os eventos - as feiras -, bem como taxas da prefeitura pela utilização do espaço - Alvará de Funcionamento - e divulgação de evento. Com os produtos doados, são formadas cestas que são rifadas durante a realização do evento.

# INTRODUÇÃO

## ARTESANATO EM QUELUZ



Para analisar a vantagem competitiva do grupo FeirArte, foi feito um estudo baseado em seus recursos, capacidades e competências. Dentre os recursos que a FeirArte possui, destacam-se:

- Organização dos integrantes no respectivo grupo;
- Diversidade de produtos;
- Perfil em redes sociais;
- Técnica de trabalho manual artesanal;
- Reputação da marca FeirArte.

Das capacidades que a FeirArte possui em relação aos recursos acima citados, destacam-se:

- Motivação e mobilização devido compartilhamento de ideologias e motivações;
- Aprimoramento e oferta de produtos artesanais diversificados;
- Divulgação da feira e dos produtos em redes sociais;
- Trabalhar com criatividade seguindo as diretrizes da técnica estabelecida;
- Utilizar a reputação para se promover em eventos da Prefeitura de Queluz e em cidades da região.

As competências que a FeirArte possui em consonância com os itens acima citados, destacam-se:

- O grupo apresenta um laço forte de relacionamento e compartilha de crenças e ideais que servem como motivação para seguir com a feira. Afirmam que sua motivação vem do amor pelo trabalho, portanto, há competência no que diz respeito à sua organização como feira a partir de seus objetivos compartilhados;

# INTRODUÇÃO

## ARTESANATO EM QUELUZ



- A composição é feita por várias pessoas e cada um tem a técnica para produzir diferentes tipos de artesanato. Ao mesmo tempo, cada um deles trabalha bem para aprimorar suas técnicas. Dessa forma, há competência entre o recurso e a capacidade;
- O recurso do perfil em redes sociais (Facebook e e-mail), no entanto, não há competência no que diz respeito à sua capacidade de divulgação de produtos de forma organizada e de divulgação dos eventos da FeirArte;
- O recurso de técnica de trabalho artesanal é bem exercido pelo grupo que realiza seus trabalhos com criatividade. Sendo assim, há competência neste quesito;
- O grupo consegue ter visibilidade em outras cidades da região, porém o nome FeirArte não é totalmente reconhecido por todos os moradores de Queluz. Este é um quesito de média competência.

Em relação aos pontos fortes, durante entrevistas com os artesãos, percebeu-se que um dos principais pontos é o associativismo entre os integrantes, que têm opinião unânime quanto ao desejo de aprimorar a FeirArte enquanto negócio, aumentando o retorno financeiro, trazendo mais visitantes para a cidade e consolidando o evento como uma marca de Queluz.

Os eventos da FeirArte recebem, além dos próprios moradores de Queluz, moradores de cidades vizinhas. Essa adesão deve-se à visibilidade adquirida pelo grupo pela: participação em eventos em hotéis da região; entrevista concedida à TV Aparecida; participação em eventos de cidades vizinhas; cartela de clientes particular dos artesãos.

# INTRODUÇÃO

## ARTESANATO EM QUELUZ



No que diz respeito aos pontos que precisam ser melhorados, após feita uma pesquisa em mídias virtuais, observou-se semelhança entre feiras que possuem o mesmo formato que a FeirArte. Esse fato torna mais importante a organização e desenvolvimento da publicidade do FeirArte de Queluz, salientando suas características mais fortes e únicas do grupo, que possuam um maior potencial atrativo e que mostrem os seus diferenciais.

Ao obter informações acerca do orçamento do grupo, percebeu-se determinadas doações feitas de maneira individual de alguns artesãos, sugerindo uma informalidade administrativa. Essas interferências impossibilitaram uma análise pura dos custos e ganhos reais da produção do evento.

A divulgação e elaboração do material promocional é feita via Facebook, carros de som, rádios locais, panfletos e mais recentemente, via Instagram. O grupo elaborou folders que são distribuídos para restaurantes, padarias e outros empreendimentos comerciais, que apresenta muitos elementos visuais, comprometendo, assim, a sua leitura. A página no Facebook não divulga os produtos, somente o evento.

Durante a última viagem de campo feita pelo grupo, nos dias 12 e 13 de outubro de 2019, foi realizado um levantamento sobre as percepções individuais dos artesãos sobre a FeirArte. Do questionário aplicado, puderam ser extraídas informações relevantes que serviram como base para entender quais são as necessidades, os pontos fortes e os pontos a serem melhorados do grupo. A partir da análise desses dados, formou-se a grade curricular do curso proposto neste projeto.

# ARTESÃOS DE QUELUZ

## RESULTADOS DAS ENTREVISTAS



43

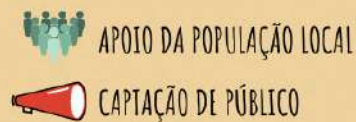
MÉDIA DE IDADE DOS ARTESÃOS



A UNIÃO E ORGANIZAÇÃO ENTRE OS GRUPOS SÃO OS PONTOS FORTES



### PONTOS DE MELHORIA



### ESCOLARIDADE

36,8% DOS ENTREVISTADOS TÊM O ENSINO MÉDIO COMPLETO



QUELUZ, UM PARAÍSO A SER DESCOBERTO.

# INTRODUÇÃO

## ARTESANATO EM QUELUZ



Através da análise de dados e produção do infográfico, o público-alvo foi estabelecido como: artesãos locais e membros da Feirarte. Igualmente, foi definido uma persona (descrição que representa o público a ser atingido) para os frequentadores do curso: perfil interiorano, nível de escolaridade com o ensino médio completo, média salarial de R\$1.500 mensais, com idade entre 40 e 50 anos, que moram ou trabalham em Queluz ou Resende e que tenham interesse em empreendedorismo e artesanato.

# SOBRE O CURSO

O programa aqui descrito compreende os aspectos acerca da atividade artesanal de Queluz, manifestada pelos trabalhos manuais realizados por cidadãos queluzenses. Com o intento de otimizar os processos de precificação, divulgação e gestão de materiais de cada artesão, este projeto contou com uma estudo prévio do público alvo, onde pôde-se observar a diversidade de produtores, organizações, qualidade de produtos, desejos, percepções, pontos de melhoria, além da falta de estabelecimento de uma marca única para os produtos que os relacione com a cidade.

Formado de acordo com o diagnóstico do público alvo, o curso abordará os temas: divulgação, precificação e estocagem. De caráter prático e dinâmico, o curso será oferecido para os artesãos da cidade, não havendo futuramente impeditivo de participação de queluzenses não envolvidos com a atividade ou de artesãos das cidades, entretanto, a primeira edição será oferecida prioritariamente para artesãos queluzenses.

## Objetivo geral

Capacitar a gestão do artesanato realizado por queluzenses, otimizando a divulgação dos produtos, sanando dúvidas sobre o valor econômico do produto e preparando os artesãos para administrarem a relação oferta X demanda.

## Objetivos específicos

- Fornecer aos artesãos capacitação para divulgação de produtos e eventos; precificação de produtos; gerenciamento de materiais e custos;
- Gerar maior estabilidade e visibilidade para o artesanato local;
- Incentivar a padronização das marcas de artesanato locais.





# **SOBRE O CURSO**

## **Objetivos específicos**

- Auxiliar na melhoria da gestão dos produtores individuais, de Casa do Artesão e do grupo FeirArte;
- Reestruturação do atual modelo de gestão da FeirArte;
- Incentivar a padronização das marcas de artesanato locais.

## **Justificativa**

Desde o início do trabalho com Queluz, os envolvidos com artesanato, principalmente os membros da FeirArte, estiveram presentes nas discussões e desenvolvimento deste trabalho. Ter o apoio dessas pessoas, que são parte da comunidade queluzense, vai de acordo com um aspecto presente no Plano Diretor de Turismo Municipal (PDTM), que diz respeito ao protagonismo dos moradores locais para que a identidade da cidade seja preservada e que os projetos evoluem de acordo com seus interesses.

Ademais, para a disciplina CRP0452-Gestão Estratégica de Organizações no Turismo cursada pelos autores do projeto em 2018 e que propunha um diagnóstico de um empreendimento queluzense, desenvolveu-se um planejamento estratégico para a FeirArte, fazendo análises tanto internas quanto externas, com o consentimento e ajuda dos membros. Com isso, pode-se, mais uma vez, evidenciar o interesse deles em aprimorar o desenvolvimento do grupo e estarem presentes nesse processo de desenvolvimento turístico e tomada de decisões.

O artesanato Taboa é mais antigo que a FeirArte e é o tipo de artesanato reconhecido localmente, considerado como representativo da cidade e produzido na Casa do Artesão.

## **SOBRE O CURSO**

Contudo, os dados e/ou informações históricas sobre ele são quase inexistentes, presentes mais na memória daqueles poucos artesãos que o produzem. Dessa forma, estruturar a divulgação da Casa do Artesão e levar os objetos produzidos até outros espaços de exibição, como faz a FeirArte, permite a salvaguarda da história, tradição e técnicas desse tipo de artesanato, além de possibilitar uma maior visibilidade, podendo atrair novos queluzenses interessados em participar dessa criação.

A FeirArte possui a iniciativa de desenvolver exposições e eventos, enquanto que a Casa do Artesão conta com sua rica história em trabalhar com o Taboa reconhecido como símbolo da cidade. Notou-se, assim, que ambos atores fazem parte do mesmo segmento, mas não estão integrados.

Diante disso, propõe-se um módulo do curso voltado para melhoria do sistema de divulgação do artesanato, estruturando a gestão de materiais, padronizando o método de precificação e capacitando individualmente os artesãos para a promoção do seu produto e continuidade da sua atividade.

### **Resultados esperados**

Com a realização do curso, espera-se que as turmas certificadas tenham a possibilidade de estruturarem seus métodos de divulgação, precificação e gestão de materiais. Com o alcance do público alvo, espera-se que haja um maior fluxo de visitantes na Casa do Artesão, maior fluxo de visitantes nos eventos da FeirArte, reconhecimento e valorização do artesanato pela população queluzense, estabelecimento de uma identidade visual para esses produtos e maior visibilidade regional para o artesanato produzido em Queluz. Por fim, espera-se também que este curso provoque o início do processo de padronização de marca do artesanato queluzense.



# **SOBRE O CURSO**

## **Benefícios**

A Casa do Artesão atualmente é o local que concentra as peças do artesanato Taboa e é, ao mesmo tempo, o espaço de encontro dos responsáveis para a criação dessa arte. Hoje em dia existem poucas pessoas que criam essas peças e, caso elas decidam parar de fazê-lo, a identidade local correria um grande perigo de ser apagada. De forma geral, os interlocutores do artesanato não estão integrados, não havendo participação de todos nos eventos e/ou de comunicação efetiva entre os mesmo.

Um ponto em comum entre os grupos de artesanato em questão é o sentimento de desamparo sentido pelos turistas que vão à Queluz. Eles deparam-se com a dificuldade de organização da FeirArte e de estruturação da Casa do Artesão (não existe um horário de funcionamento estabelecido e nem um local fixo para compra) e por isso podem deixar a cidade sem levar qualquer lembrança e sem notarem a existência desses criadores de artesanato. O pleno funcionamento do projeto poderia ocasionar a melhoria da economia local, pois pode levar à diversidade do fluxo financeiro e gerar novos empregos, e maior atratividade de turistas com a consolidação do artesanato como um atrativo.

Ocorrendo a aplicação, desenvolvimento e conclusão do projeto como o planejado neste documento, os benefícios esperados em consequência do curso serão:

- Identificação da comunidade com o artesanato produzido em Queluz;
- Maior movimentação na Casa do Artesão;
- Atração de interessados em dar continuidade às práticas do Taboa;
- Aumento do fluxo de turistas;
- Aumento da participação da comunidade e de turistas nos eventos da FeirArte;





# SOBRE O CURSO

- Estabelecimento de marca para o artesanato de Queluz;
- Melhora da articulação entre os artesãos;
- Aumento do lucro dos artesãos;
- Maior visibilidade regional para o artesanato queluzense.

## **Indicadores de acompanhamento**

Devido a natureza deste projeto e às especificidades do curso, os indicadores proposto são: indicadores de desenvolvimento, indicadores de performance e indicadores de avaliação.

## **Indicadores de desenvolvimento**

O principal indicador de desenvolvimento do projeto serão os feedbacks recolhidos ao final de cada aula, que possuirão caráter verbal, objetivo e rápido. Com base nesses retornos, a dinâmica do curso poderá ser alterada, objetivando um melhor aproveitamento do conteúdo para o aluno.

## **Indicadores de performance**

O primeiro indicador de performance é o número de participantes em relação ao número de participantes estimados. Para realização do curso, estabeleceu-se o número mínimo de alunos em 10 pessoas e o máximo, 15. O segundo indicador é referente a frequência dos alunos inscritos. Para este indicador, especialmente, será feito um paralelo entre as opiniões descritas nos feedbacks e o número de presenças do aluno.

## **Indicadores de avaliação**

O primeiro indicador de avaliação do curso será a relação entre a proposta completa do curso (11 semanas de aula) e o quanto do curso foi possível concluir, pode haver disparidades entre esses parâme-

# SOBRE O CURSO

tros no caso de baixa adesão no período de inscrição ou ausências expressivas nas aulas. O segundo indicador é referente aos resultados das avaliações aplicadas ao final de cada competência apresentada e se eles são correspondentes ao que espera-se que os alunos absorvam. O terceiro indicador é relacionado aos desdobramentos do curso e ao quanto eles correspondem aos resultados esperados.

## Relação com outros projetos

Este projeto, que propõe a reestruturação do artesanato da cidade por meio de cursos técnico e de capacitação gerencial vai ao encontro com os outros quatro projetos destinados para a cidade de Queluz e criados pelos estudantes que também estão cursando a disciplina CRP 0464-Projeto Interdisciplinar de Turismo.

O primeiro projeto relacionado ao tema produtos turísticos pretende trabalhar com a revitalização da área ribeira ao rio Paraíba do Sul. Como medida de revitalização do rio, o grupo está desenvolvendo um projeto de criação de um parque linear na área próxima às águas, além de um calendário de eventos para o próprio parque. Tanto o rio quanto o artesanato são elementos que estão no imaginário da população local quando pensam sobre a própria cidade. Dessa maneira, é possível dizer que ambos os grupos visam áreas importantes, mas que encontram-se desassistidas, isto é, que precisam se reestruturar e, com isso, desenvolver a identidade da cidade em cima desses elementos que são representativos e importantes para quem ali vive, para, assim, aumentar a visibilidade de Queluz

O segundo projeto é sobre a gestão do turismo; pretende revitalizar o COMTUR e fortalecer o poder público por meio de maiores trocas com a população e interessados. Além disso, propõe-se à criação de con-



## SOBRE O CURSO

teúdo para o website do órgão e reestruturação da Secretaria de Turismo visando diretores individuais para as áreas de: relacionamento com turista, eventos e manutenção dos equipamentos. O artesanato deve ser incluído nas pautas de turismo, e com o curso, os educandos terão maiores direcionamentos para suas reais necessidades, acarretando uma maior proximidade com o órgão.

O terceiro projeto com a temática de comunicação e marketing objetiva a reestruturação do atual website da cidade voltado ao turismo, com a adição de uma página exclusiva sobre o tema para atrair novos visitantes. Os projetos relacionam-se, pois com a reestruturação do artesanato, há a pretensão de atrair novos consumidores e marcar o artesanato local como atrativo turístico.

O quarto e último projeto é destinado ao patrimônio cultural local, abordando a Museologia Social. Há o interesse em dialogar com os moradores locais para criar debates, seminários e oficinas com o objetivo final para escolha de um acervo participativo. O Taboa é uma técnica local que está sujeita ao desaparecimento por conta do baixo número de artistas que a produzem. Sendo assim, a proposta administrativa de restaurá-lo, alia-se com a ideia deste projeto em garantir que haja um acervo protegido com o que é culturalmente histórico e produzido em Queluz.



# PLANO DE ENSINO E PROGRAMA DE AULA

A proposta de Curso de Marketing e Gestão pretende expor conteúdos que circundam o dia a dia dos comerciantes de artesanato e trabalhos manuais de Queluz. De acordo com o diagnóstico feito pelo grupo, das informações recolhidas em entrevistas e das demandas dos próprios artesãos, foi elaborado um mini curso que aborda os temas divulgação, precificação e estocagem.

O curso terá duração de 30 horas, contando com um encontro semanal e disponibilização de material em plataforma online. Os encontros terão duração de três horas cada, totalizando 10 semanas, 10 encontros e 30 horas de curso. Os professores contratados receberão pelo serviço correspondente a seis horas relógio, duas horas dedicadas ao planejamento da aula, três horas de aula presencial e uma hora para esclarecimento de dúvidas (online).

**Quadro 2 – Síntese do Curso de Marketing e Gestão**

COMPETÊNCIA	DURAÇÃO	CONTEÚDO	RESULTADO
Divulgação	3 horas	Facebook e Instagram	Reestruturação das contas de Facebook e Instagram
Divulgação	3 horas	Marca e selo FeirArte	Reestruturação da marca e aplicabilidade do selo
Divulgação	3 horas	Divulgação de eventos	Definição de nova estratégia para divulgação do evento
Divulgação	3 horas	Meios de divulgação do trabalho - LinkedIn	Criação de conta no LinkedIn para a FeirArte
Divulgação	3 horas	Fotografia	Fornecer noções básicas sobre fotografia
Precificação	3 horas	Custo do material e mão de obra	Cálculo do investimento dos artesãos em seus produtos
Precificação	3 horas	Precificação	Cálculo do preço de venda e margem de lucro de cada artesão
Precificação	3 horas	Análise de investimento	Alterações de fornecedores e de preços de produtos
Estocagem	3 horas	Gestão de material	Definição do fluxo mínimo e máximo de estoque
Estocagem	3 horas	Compra via internet	Obtenção de matéria prima pelo melhor custo benefício
Estocagem	3 horas	<i>e-commerce</i>	Canal de vendas via internet unificado

Fonte: Elaborado pelos autores deste trabalho (2019).

# AULA 1



**Tema:** Facebook e Instagram

**Objetivo:** Auxiliar os alunos na compreensão e utilização de recursos das plataformas digitais Facebook e Instagram, utilizando suas interfaces tanto em dispositivo desktop quanto em móvel.

**Atividades:** Apresentação dos participantes (20min); apresentação da grade do curso e da primeira aula (10min); aula sobre Facebook (35min); atividade de inserção (15min); análise da atividade por outro participante (10min); aula sobre Instagram (50min); atividade de publicação (15min); análise pelo colega (10min); feedback (20min).

**Metodologia de aula:** Aula de demonstração do uso das mídias digitais Facebook e Instagram para fins promocionais; aula prática para experimentação da utilização dessas mídias; breve feedback do professor e dos alunos sobre a aula.

**Perfil do(s) professor(es):** Especialização em Marketing Digital; conhecimento e domínio do uso das mídias digitais; experiência em lecionar sobre os assuntos para pessoas com baixo ou nenhum conhecimento sobre eles.

**Materiais necessários:** Computadores com acesso à internet e Wi-Fi para acesso à internet via celular.

**Tipo de sala:** Laboratório com computadores individuais para todos os alunos e cadeiras móveis.



# AULA 2



**Tema:** Marca e selo do artesão e/ou organização

**Objetivo:** Compreender os aspectos subjetivos das marcas dos participantes e auxiliar os alunos na compreensão de plataformas de digitais que podem ser usadas para criação de marca e selo.

**Atividades:** Apresentação dos participantes (15min); apresentação do conteúdo da segunda aula (10min); aula sobre logotipo, slogan e arte (45min); atividade de criação (30min); análise da atividade por outro participante (15min); feedback (20min); demonstração de plataformas digitais para publicidade e propaganda (20min); digitalização do material produzido pelos alunos (20min); feedback (5min).

**Metodologia de aula:** Aula expositiva com exemplos e breve análise de marcas famosas; atividade prática de aspecto lúdico; aula prática para reprodução do material produzido para mídias digitais e registro fotográfico das produções; breve feedback do professor e dos alunos sobre a aula.

**Perfil do(s) professor(es):** Especialização em Marketing Digital; conhecimento e domínio dos temas branding e marca; experiência em lecionar sobre os assuntos para pessoas com baixo ou nenhum conhecimento sobre.

**Materiais necessários:** Cartolinas, canetinhas coloridas, folhas sulfite, cola, glitter, tinta guache, computadores com acesso à internet e Wi-Fi para acesso à internet via celular.

**Tipo de sala:** Laboratório com computadores individuais para todos os alunos e cadeiras móveis.

# AULA 3



**Tema:** Divulgação de eventos

**Objetivo:** Incentivar os alunos a pensar nas linguagens de eventos, divulgação e comunicação de forma integrada, desenvolvendo cronogramas para melhor organização.

**Atividades:** Apresentação dos participantes (10min); apresentação do conteúdo da terceira aula (10min); aula sobre linguagem do evento e instrumentos de comunicação e divulgação (45min); atividade de suposta divulgação de evento (30min); apresentação da proposta (25min); feedback sobre a atividade (15min); aula sobre cronograma de divulgação (20min); atividade de definição de cronograma (15min); feedback (10min).

**Metodologia de aula:** Demonstração do conteúdo por meio de pequenos estudos de casos (utilização das páginas do Facebook e perfis do Instagram de outros artesãos e/ou organizações ligadas ao artesanato para análise e discussão dos conceitos e ideias ligados à divulgação de eventos); aula prática para experimentação da criação de um evento no Facebook e no Instagram; breve feedback do professor e dos alunos sobre a aula.

**Perfil do(s) professor(es):** Especialização em Eventos; conhecimento e domínio sobre marketing; experiência em lecionar sobre os assuntos para pessoas com baixo ou nenhum conhecimento sobre eles.

**Materiais necessários:** Computadores com acesso à internet e Wi-Fi para acesso à internet via celular.

**Tipo de sala:** Laboratório com computadores individuais para todos os alunos e cadeiras móveis.

# AULA 4



**Tema:** Meios de divulgação do trabalho

**Objetivo:** Auxiliar os alunos na compreensão do processo de posicionamento de produtos no mercado, plataformas de divulgação de currículo profissional e estratégia de melhoria de divulgação (benchmarking).

**Atividades:** Apresentação dos participantes (10min); apresentação do conteúdo da quarta aula (10min); aula sobre posicionamento de produtos no mercado (40min); atividade de criação de página no LinkedIn (30min); aula sobre benchmarking (25min); atividade de benchmarking (20min); análise da atividade por outro participante (15min); feedback (20min); demonstração de plataformas digitais para publicidade e propaganda (20min); feedback (10min).

**Metodologia de aula:** Aula expositiva sobre posicionamento no mercado de trabalhos manuais; aula prática sobre a plataforma digital LinkedIn (conhecida como a rede social dos negócios) que permite o contato tanto com o público quanto com futuros parceiros institucionais e criação de página para cada participante; aula expositiva com exemplos sobre benchmarking, atividade sobre benchmarking, na qual cada participante irá aplicar o conceito na sua página no LinkedIn; análise das páginas por outro participante; breve aula expositiva sobre outras plataformas digitais para divulgação de produtos; breve feedback do professor e dos alunos sobre a aula.

**Perfil do(s) professor(es):** Especialização em Marketing Digital; conhecimento e domínio do uso das mídias digitais; experiência em lecionar sobre os assuntos para pessoas com baixo ou nenhum conhecimento sobre eles. Materiais necessários: Computadores com acesso à internet, projetor e Wi-Fi para acesso à internet via celular.

**Tipo de sala:** Laboratório com computadores individuais para todos os alunos e cadeiras móveis.

# AULA 5



**Tema:** Custo do material e mão de obra

**Objetivo:** Auxiliar os alunos a compreender o cálculo de custo de produção e de mão de obra.

**Atividades:** Apresentação dos participantes (10min); apresentação do conteúdo da quinta aula (10min); aula sobre custo de produção (40min); resolução de case (35min); feedback dos cases (10min); aula sobre cálculo de mão de obra (25min); dinâmica sobre qual a mão de obra de cada participante e quanto cada um acha que vale o minuto do seu trabalho (30min); feedback (10min); lição de casa para cada participante calcular o preço de um dos seus produtos (10min).

**Metodologia de aula:** Aula expositiva para demonstração de cálculos e explicação dos conceitos; aula prática para resolução de um case sobre o custo de produção de um determinado produto, aplicando os conceitos e ensinamentos adquiridos.

**Perfil do(s) professor(es):** Especialização em venda ou gestão de Artesanato; experiência em lecionar sobre os assuntos para pessoas com baixo ou nenhum conhecimento sobre eles.

**Materiais necessários:** Folhas sulfite, canetas e lousa. Tipo de sala: Laboratório com cadeiras móveis, mesas e projetor.

**Tipo de sala:** Laboratório com computadores individuais para todos os alunos e cadeiras móveis.

# AULA 6



**Tema:** Precificação

**Objetivo:** Auxiliar os alunos na atividade de precificar seus produtos, utilizando parâmetros de custo de oportunidade e custo de produção. Atividades: Apresentação dos participantes (10min); apresentação do conteúdo da sexta aula (10min); aula sobre custo de oportunidade (30min); resolução de case (30min); feedback dos cases (10min); exposição da lição de casa e feedback imediato (45min); atividade de acréscimo do custo de oportunidade ao valor obtido na lição de casa (15min); atividade de atribuição de preços aos produtos de cada participantes (20min); feedback (10min).

**Metodologia de aula:** Aula expositiva para demonstração de cálculos e explicação dos conceitos; resolução de case em grupos de 2 ou 3 integrantes; apresentação individual da lição de casa pedida na última aula e retorno imediato do professor; aula prática para somatização dos valores obtidos na lição de casa e do custo de oportunidade; atividade individual, na qual cada participante irá atribuir preços aos seus produtos e breve feedback do professor e dos alunos sobre a aula.

**Perfil do(s) professor(es):** Especialização em venda ou gestão de Artesanato; experiência em lecionar sobre os assuntos para pessoas com baixo ou nenhum conhecimento sobre eles.

**Materiais necessários:** Projetor, folhas sulfite e canetas.

**Tipo de sala:** Laboratório com computadores individuais para todos os alunos e cadeiras móveis.

# AULA 7



**Tema:** Análise de investimento

**Objetivo:** Apresentar aos alunos o conceito e cálculo de Valor Presente Líquido (VPL) e de Return On Investment (ROI).

**Atividades:** Apresentação dos participantes (10min); apresentação do conteúdo da sétima aula (10min); aula sobre VPL (30min); resolução de exercícios, sob supervisão do professor (25min); exposição dos resultados e respectivas explicações por metade da turma (20min); aula sobre cálculo de ROI (30min); divisão da turma em grupos de 3 pessoas para resolução de exercícios, sob supervisão do professor (25min); exposição dos resultados e respectivas explicações pela metade da turma que não se manifestou no primeiro momento - (20min); feedback (10min).

**Metodologia de aula:** Aula expositiva com exemplos e divisão da turma em grupos de dois ou três integrantes para resolução de exercícios; apresentação de resultados de metade da turma; aula expositiva sobre cálculo de ROI com exemplos e divisão da turma em grupos de dois ou três integrantes para resolução de exercícios; apresentação de resultados pela metade dos participantes que não se apresentou no primeiro momento; breve feedback do professor e dos alunos sobre a aula.

**Perfil do(s) professor(es):** Especialização em Finanças; experiência em lecionar sobre os assuntos para pessoas com baixo ou nenhum conhecimento sobre eles.

**Materiais necessários:** Projetor, lousa, canetões, folhas sulfite e canetas.

**Tipo de sala:** Laboratório com computadores individuais para todos os alunos e cadeiras móveis.

# AULA 8



**Tema:** Gestão de material

**Objetivo:** Auxiliar os alunos na compreensão de métodos de administração, inventário e estabelecimento de controle sobre o estoque.

**Atividades:** Apresentação dos participantes (10min); apresentação do conteúdo da oitava aula (10min); aula sobre capacidade de estoque (30min); atividade individual para que cada artesão relacione a capacidade do seu estoque com a quantidade de produtos em alto e baixo fluxo de produção (30min); exposição do resultado da atividade (30min); aula sobre inventário e controle de estoque (30min); resolução de exercícios em grupos de três pessoas (20min); feedback (15min); lição de casa referente ao inventário e controle de estoque de cada artesão (5min).

**Metodologia de aula:** Aula expositiva com exemplos e resolução de exercícios com auxílio do professor; apresentação dos resultados; aula expositiva sobre inventário e controle de estoque; divisão da turma em grupos de 2 ou 3 integrantes para resolução de case; breve feedback do professor e dos alunos sobre a aula.

**Perfil do(s) professor(es):** Especialização em logística, estocagem ou almoxarifado; experiência prática comprovada em almoxarife ou estocagem; experiência em lecionar sobre os assuntos para pessoas com baixo ou nenhum conhecimento sobre eles.

**Materiais necessários:** Projetor, lousa, canetões, folhas sulfite e canetas.

**Tipo de sala:** Laboratório com computadores individuais para todos os alunos e cadeiras móveis.

# AULA 9



**Tema:** Compras via internet

**Objetivo:** Auxiliar os alunos na busca por materiais com melhor custo benefício para suas produções, melhores formas de pagamento e medidas de segurança.

**Atividades:** Apresentação dos participantes (10min); apresentação do conteúdo da nona aula (10min); aula sobre segurança em compras pela internet (20min); aula sobre custo benefício de compras por atacado, frete e qualidade de material (40min); atividade individual para que cada artesão faça buscas online por melhores preços de matéria prima para seus produtos (30min); análise da atividade por outro participante (15min); feedback coletivo e apontamentos do professor (30min); aula sobre pagamentos via dispositivos móveis, com explicação sobre as funções básicas e padrões de aplicativos de agências bancárias (20min); feedback (5min).

**Metodologia de aula:** Aula expositiva com exemplos; atividade individual de imersão em conteúdo; análise da atividade por outro participante e feedback do professor; aula prática sobre pagamento via dispositivos móveis; breve feedback do professor e dos alunos sobre a aula.

**Perfil do(s) professor(es):** Especialização em e-commerce; experiência prática comprovada em compras via internet; experiência em lecionar sobre os assuntos para pessoas com baixo ou nenhum conhecimento sobre eles.

**Materiais necessários:** Projetor, lousa e canetões. Tipo de sala: Laboratório com computadores individuais para todos os alunos e cadeiras móveis.

**Tipo de sala:** Laboratório com computadores individuais para todos os alunos e cadeiras móveis.



# AULA 10



**Tema:** E-commerce

**Objetivo:** Auxiliar os alunos na comercialização online de seus produtos, melhores plataformas para divulgação (de acordo com público alvo) e estratégias de vendas.

**Atividades:** Apresentação dos participantes (10min); apresentação do conteúdo da décima aula (10min); aula sobre plataformas digitais onde pode-se comercializar produtos do público alvo do curso (30min); aula sobre estratégias básicas de venda no e-commerce (30min); atividade em grupos de dois e três integrantes, onde cada grupo venderá um produto X (determinado pelo professor) e deverá propor uma linha estratégica de vendas online (20min); exposição dos resultados da atividade e feedback imediato do professor (35min); atividade individual, na qual cada artesão pensará em plataformas e estratégias para comercialização do seu produto (25min); análise dos resultados da atividade por outro participante (10min); feedback (10min).

**Metodologia de aula:** Aula expositiva com exemplos; atividade prática em grupos de dois e três integrantes de imersão em conteúdo; apresentação dos resultados da atividade; feedback do professor; atividade individual; análise da atividade por outro participante; breve feedback do professor e dos alunos sobre a aula.

**Perfil do(s) professor(es):** Especialização em e-commerce; experiência prática comprovada em vendas via internet; experiência em lecionar sobre os assuntos para pessoas com baixo ou nenhum conhecimento sobre eles.

**Materiais necessários:** Projetor, lousa, canetões, folhas sulfite, cartolina, canetinhas e canetas. Tipo de sala: Laboratório com computadores individuais para todos os alunos e cadeiras móveis.

# AULA 10



**Tipo de sala:** Laboratório com computadores individuais para todos os alunos e cadeiras móveis.

# AULA 11



**Tema:** Fotografia

**Objetivo:** Transmitir aos alunos conhecimentos básicos e técnicos sobre a arte da fotografia a fim de potencializar o uso das imagens para inseri-las em redes sociais e impactar positivamente o público.

**Atividades:** Apresentação dos participantes (10min); apresentação do conteúdo da décima primeira aula (10min); aula sobre composição visual (30min); aula sobre enquadramento (30min); atividade em grupos de dois e três integrantes, onde cada grupo utilizará um celular com recurso de câmera para tirar fotos alinhando o conteúdo teórico com a prática de tirar fotos (20min); aula sobre iluminação e flash (30min); atividade com a mesma proposta de tirar fotografias levando em consideração sombras e luzes (10min), exposição dos resultados da atividade e feedback imediato do professor (35min); análise dos resultados da atividade por outro participante (10min); feedback (10min).

**Metodologia de aula:** Aula expositiva com exemplos; atividade prática em grupos de dois e três integrantes de imersão em conteúdo; apresentação dos resultados da atividade; feedback do professor; atividade individual; análise da atividade por outro participante; breve feedback do professor e dos alunos sobre a aula.

**Perfil do(s) professor(es):** Especialização em fotografia; experiência prática comprovada no ensino deste conteúdo; experiência em lecionar sobre o assunto para pessoas iniciantes ou com conhecimento limitado. Experiência em fotografia publicitária é um adicional.

**Materiais necessários:** Projetor, lousa, canetões, folhas sulfite, cartolina, canetinhas, canetas e celulares individuais que possuam a função de câmera.

# AULA 11



**Tipo de sala:** Laboratório com computadores individuais para todos os alunos e cadeiras móveis.

# AVALIAÇÃO

A avaliação dos alunos será feita com base na participação nos feedbacks demandados ao final de cada aula, empenho nas atividades desenvolvidas em sala, entrega dos exercícios feitos em casa e frequência. Ao encerramento de cada tópico principal (divulgação, precificação e estocagem), serão criadas três avaliações online. Os alunos deverão preencher estes exames fora do horário de aula e as respostas não serão divulgadas.

Ao final de cada aula, haverá atividades para os alunos retomarem o conteúdo visto no dia, podendo assim, praticar os ensinamentos para sanarem eventuais dúvidas. Durante o curso também serão solicitados exercícios para entrega na aula seguinte. A avaliação desses tópicos será feita pela participação empreendida no desenvolvimento da atividade e não pelo desempenho de respostas corretas do aluno.

Para recebimento do certificado, o aluno deverá obter, no mínimo, 80% de frequência. Esta porcentagem garante que, mesmo que o aluno tenha 20% de faltas, ele terá assistido pelo menos 1 aula dos três principais temas que dividem a grade.

No encerramento do curso, os alunos serão instruídos a avaliarem o seu aprendizado e a estrutura das aulas para que haja uma análise dessas informações a fim de que sirvam para eventuais melhorias/adaptações em aplicações futuras.

# ENCERRAM- ENTO

A cerimônia de encerramento deverá ocorrer em até duas semanas após o término de aulas e o último dia deverá ser escolhido mediante as necessidades e disponibilidade dos educandos e do órgão financiador. Prevê-se que o evento ocorra em um sábado e que conte com a presença de pelo menos um membro responsável da organização financiadora, do poder público local e da empresa prestadora do serviço. Neste evento, os alunos receberão um certificado de conclusão do curso de 30 horas sobre mídias digitais e noções de empreendedorismo nas datas vigentes da situação.

O certificado deverá conter a assinaturas dos membros competentes da organização financiadora e da prestadora do serviço, o nome completo do aluno, a carga horária do curso e a data vigente. Para ter o direito de receber o certificado, o aluno deverá ter comparecido, como já dito anteriormente, a, no mínimo, 80% das aulas ministradas. Este documento ratifica o empenho, participação e atesta credibilidade de que os alunos que estudaram os temas propostos dominam minimamente tais assuntos. O local, horário da cerimônia e código de vestimenta serão definidos pela entidade financiadora.

# CRONOGRAMA DO PROJETO

O cronograma proposto compreende o período de procura por recursos humanos e aquisição de material para realização do curso, bem como da sua divulgação, trâmites de contratação, inscrição de alunos, decorrer das aulas e certificação dos alunos. A primeira linha do cronograma representa as semanas compreendidas por este projeto e a primeira coluna representa as atividades desenvolvidas durante o projeto.

**Quadro 3 – Cronograma do projeto**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Procura por professores	■	■	■															
Escolha dos professores		■	■	■														
Contratação		■	■	■	■													
Divulgação do curso	■	■	■	■	■	■	■											
Montagem do laboratório					■	■	■											
Compra dos materiais					■	■	■											
Período de inscrição					■	■	■	■	■									
Início das aulas								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Tema - Divulgação								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Tema - Precificação												■	■	■	■	■	■	■
Tema - Estocagem															■	■	■	■
Certificação																		■

Fonte: Elaborado pelos autores deste trabalho (2019).

# ORÇAMENTO

Visando o interesse de possíveis investidores neste projeto, e nas possibilidades de priorização de projetos por ordem financeira por parte da prefeitura, foi realizado um orçamento desta proposta abordando os custos de materiais, equipamentos, hora de trabalho dos professores e de outros funcionários que venham a ser requeridos para a aplicabilidade do projeto. As fontes utilizadas para basear este orçamento foram: Centro Paulo Souza (CPS); Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE); site da loja Kalunga; site da loja Madeira Madeira.

A primeira tabela apresentada refere-se à contratação dos recursos humanos necessários para o desenvolvimento deste projeto. O valor da hora de trabalho dos professores foi definida com base no material de transparência no CPS, com a ressalva de que os professores deverão ter mais de oito anos de experiência. O valor da hora de trabalho do vigia e do auxiliar foi baseado na tabela salarial do Sindicato de Empregados em Empresas de Vigilância, Segurança e Similares de São Paulo (SEEVISSP) do ano de 2018.

**Tabela 1 – Custos de recursos humanos**

Área	Hora	Horas de trabalho	Total
Professor de divulgação	R\$136,00 (hora relógio)	6 horas	R\$816,00
Professor de divulgação			R\$816,00
Professor de divulgação			R\$816,00
Professor de divulgação			R\$816,00
Professor de precificação	R\$136,00 (hora relógio)		R\$816,00
Professor de precificação			R\$816,00
Professor de precificação			R\$816,00
Professor de estocagem	R\$136,00 (hora relógio)		R\$816,00
Professor de estocagem			R\$816,00
Professor de estocagem			R\$816,00
Técnico de apoio	R\$ 15,00 (hora relógio)	30 horas	R\$450,00
Segurança	R\$10,00 (hora relógio)	30 horas	R\$ 300,00
<b>Total</b>			<b>R\$8.910,00</b>

Fonte: Elaborado pelos autores deste trabalho (2019).



# ORÇAMENTO

Já a segunda tabela diz respeito à compra dos materiais de papelaria, mobiliário e eletrônicos necessários para a viabilização das atividades práticas do curso.

**Tabela 2 – Materiais necessários**

Material	Valor unitário	Quantidade	Total
Caneta esferográfica	-	50	R\$33,60
Pincel de quadro branco	-	4	R\$19,90
Quadro branco	-	1	R\$159,90
Tinta guache (6)	R\$3,00	4	R\$12,00
Sulfite (100 folhas)	R\$5,40	2	R\$10,80
Cartolina (10 folhas)	R\$7,20	2	R\$14,40
Fita crepe	-	2	R\$17,70
Glitter	-	6	R\$5,00
Caneta pincel	-	10	R\$16,90
Cola bastão	R\$2,99	15	R\$44,85
Água mineral (fardo)	R\$17,69	4	R\$70,76
Copo descartável (100)	R\$6,70	2	R\$13,40
Cartazes de divulgação	R\$0,40	20	R\$8,00
<b>Total</b>			<b>R\$426,68</b>

Fonte: Elaborado pelos autores deste trabalho (2019).

Segundo as tabelas elaboradas, a somatização de todos os recursos orçados é de R\$426,68. Considerando a possibilidade de contratação de uma empresa para prestação desse serviço, calculou-se um acréscimo de 20% no valor total, correspondente à comissão da empresa prestadora do serviço. Neste caso, o valor final a ser pago pelo contratante seria de R\$11.203,88. É importante destacar que em Queluz há oferta de espaços com alguns dos itens mencionados na tabela de materiais necessários, como a Escola Municipal Capitão José Carlos de Oliveira e o Centro de Referência de Assistência Social (CRAS) localizado na Antiga Estação.

# REFERÊNCIAS

# BIBLIOGRÁFICAS

\_\_\_\_\_, Francisco. **Entrevista I.** [out 2019]. Entrevistadores: Bruna Marques, Gustavo Lucena e Leticia Tavares. Queluz, 2019. 1 arquivo .m4a (31min07seg). A entrevista na íntegra é de posse dos entrevistadores.

CENTRO PAULA SOUZA. Reajuste de Salários - Lei Complementar 1.317/2018. 2018. Disponível em <<http://www.portal.cps.sp.gov.br/crh/npp/tabelas/tabelas.html>>. Acesso em 07 de nov. de 2019.

FALCÃO, Ciro. **O que é Benchmarking e qual a sua importância para o Marketing Digital.** 2019. Disponível em: <<https://rockcontent.com/blog/benchmarking/>>. Acesso em 17 out. 2019.

GOMES, Franklin. **Você sabe qual é a diferença entre marca e branding?** 2017. Disponível em: <<https://www.fgmarcas.com.br/voce-sabe-qual-e-a-diferenca-entre-marca-e-branding/>>. Acesso em 15 out. 2019.

KALUNGA. **Papelaria, materiais de escritório e informática.** 2019. Disponível em <<https://www.kalunga.com.br/>>. Acesso em 07 de nov. 2019.

SOLHA, K. *et al.* **Plano de Desenvolvimento Turístico Municipal de Queluz.** 2019. Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

PREFEITURA DE QUELUZ. Acervo de Leis (2019). Lei nº 699 de 2015. Disponível em: <<http://queluz.sp.gov.br/acervo-de-leis/>>. Acesso em 15 set. 2019.

SEEVISSP. **Tabela de Cargos e Salários 2018.** 2018. Disponível em: <<http://seevissp.org.br/wp-content/uploads/2018/01/Tabela-Salarial-2018.pdf>>. Acesso em 15 out. 2019.



# PARQUE DA CIDADE

Gerando conexões

Produzido por:

Amanda Kitagawa Martins

Bárbara Capelin

Carlos Otávio

Célestin Barre



Projeto Interdisciplinar de Turismo

Queluz

**Parque da Cidade - Gerando Conexões**

Amanda Kitagawa Martins  
Barbara Capelin  
Carlos Otávio Pereira  
Célestin Barre

Orientação: Reinaldo de Sá Teles

Escola de Comunicações e Artes  
Universidade de São Paulo  
2019

# Projeto Interdisciplinar do Turismo - Ficha técnica

Programa: Produtos Turísticos Queluz

Projeto: Parque Da Cidade - Gerando Conexões

Prioridade: Alta importância

## Objetivo

Planejar a proposta e implementação de um Parque Linear no entorno do Rio Paraíba levando em consideração os impactos positivos que pode acarretar para seus habitantes, turistas e a cidade como um todo. Apresentar a reestruturação arquitetônica como uma proposta de cidadania e conexão com a cidade.

## Justificativa

O projeto se faz necessário para que ocorra uma melhor utilização do espaço público e acesso a história da cidade, a fim de ser utilizado pelos moradores em suas horas de lazer, contando com equipamentos para todas as faixas etárias. De acordo com pesquisas *in loco*, atualmente os moradores não usufruem do seu tempo de lazer e não há incentivo de equipamentos para tal. A região entorno do rio é a mais movimentada, porém ainda pouco planejada. Por isso trazemos o planejamento feito por meio da arquitetura e conceitos turísticos a fim de analisar a condição urbanística da cidade e encontrar formas indiretas de diferenciais e de trazer maior conexão entre todos que utilizam do espaço.

## Resultados Esperados

Com tal planejamento, haverá a melhoria da segurança local, o maior sentimento de pertencimento da população e a colaboração para melhor e maior distribuição do fluxo de visitantes na cidade, transformando-a de um local de passagem para um atrativo turístico. O projeto visa também consolidar turisticamente a cidade, tornando agora o rio e seu entorno o novo cartão postal, assim como visa movimentar a economia local no entorno por meio de seus empreendimentos.

## Fatores de sucesso

Para que o projeto seja bem sucedido, será necessária uma comunicação alinhada e em conjunto com a secretaria do turismo, meio ambiente e obras. Ademais, contamos com o engajamento dos empreendedores e das empresas privadas para colaboração da manutenção do espaço.

## Fatores de insucesso - restrições

Consideramos limitantes para a viabilização do projeto fatores como a cidade deixar ser um município de interesse turístico, a falta de engajamento do setor público e privado e a falta de fornecedora de serviços para construção de tais propostas.

## Exclusões específicas

O projeto não consta com a realização prática dos equipamentos indicados no trabalho, nem cotações e prospecção das fornecedoras dos serviços.

## Benefícios

• Envolvimento de diversos setores para um bem comum: a construção do parque • Utilização e apropriação do espaço com fins culturais e contemplativos, cujas opções são bastante limitadas em Queluz • Conectar a área rural e a urbana na região central da cidade • Melhoria na qualidade dos serviços oferecidos • Geração de emprego • Aumento do fluxo turístico • Atração de turistas em baixa temporada (fora do período de eventos)

## Beneficiários

• Comunidade local de todas faixas etárias  
• Trade • Turistas • Prefeitura

## Descrição das atividades - entregas principais e suas durações

O projeto está separado em sete diferentes equipamentos principais que se complementam para a criação do complexo parque linear, sendo elas a Ponte (construção de uma ponte voltada apenas para pedestres), o Playground (reestruturação do espaço de lazer para crianças), o Espaço de exercícios (reestruturação do espaço de lazer para adultos), Pista de corrida (construção dentro do parque para atividades de corrida), Deck (construção para usufruto da família e grupos, contato com apresentações e espaços de contemplação) e Totens (placas informativas fazendo a interligação entre os equipamentos e expondo informações úteis sobre a cidade).

## Duração

Ponte para pedestres (3 anos), Playground (3 meses), Espaço de exercícios (3 meses), Pista de corrida (7 meses), Deck (1 ano), totens (7 meses) -> Duração total: 3 anos e 1 mês

## Responsável - Implementação

• Prefeitura de Queluz • Diretoria de Cultura, Turismo e comunicação social • Secretaria de obras • Arquitetos e engenheiros para viabilizar o projeto

## Responsável - Operação

• Prefeitura de Queluz • Diretoria de Cultura, Turismo e comunicação social • Secretaria de obras • Arquitetos e engenheiros do projeto

## Responsável - Manutenção

• Prefeitura • Moradores de Queluz • Trade • COMTUR

## Custo e fonte de financiamento

Parte do valor do MIT e verbas da prefeitura.

## Custo e fonte de financiamento

Parte do valor do MIT e verbas da prefeitura.

## Custo e fonte de financiamento

Acordos com o trade para manutenção básica dos equipamentos

## Indicadores de acompanhamento

A gestão pública será a principal monitora de acompanhamento assim como a comunidade.

## Relações com outros projetos

• Gestão do turismo • Comunicação e marketing • Artesanato e empreendedorismo • Patrimônio Cultural

# Sumário

1. Apresentação  
2. Introdução

3. Projeto  
Ponte  
Playground  
Espaços de exercícios  
Pista de corrida  
Deck  
Totens

4. Calendário de eventos

5. Cronograma

6. Controle financeiro

7. Influências esperadas e desdobramentos

8. Responsáveis

9. Considerações finais

10. Referências

Durante as visitas técnicas para a elaboração do Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico (PMDT) do município de Queluz, foi possível observar a necessidade do sentimento de pertencimento dos moradores com a cidade. Segundo Milton Santos:

O território não é apenas o resultado da superposição de um conjunto de sistemas naturais e um conjunto de sistemas de coisas criadas pelo homem. O território é o chão e mais a população, isto é, uma identidade, o fato e só sentimento de pertencer aquilo que nos pertence. O território é a base dos trabalhos, da residência, das trocas materiais e espirituais e da vida, sobre os quais ele influi. (Santos, 2015, p.96).

Este projeto procura trabalhar com informações que possam ser subsídio para a construção de um espaço de lazer na cidade complementado na identidade cultural de Queluz. O trabalho é uma atividade que procura desenvolver competências adquiridas ao longo do curso de Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, portanto, é desejável trabalhar os domínios comunicativos que os destinos devem ter com seu público regular e/ou com a demanda turística. O chamado circuito do Vale-Histórico — uma nomenclatura criada no contexto da regionalização do turismo no Estado de São Paulo é uma região que abriga grandes destinos no estado de São Paulo, como, por exemplo a Aparecida do Norte, mas outras cidades acabam por ficar à margem desse circuito. Queluz por ser um destino ainda em vias de se consolidar no panorama turístico da região, acaba sendo umas das cidades a margem.

A possibilidade de trabalhar com a paisagem da cidade nos possibilita a tentativa de retirada do estigma do não lugar de lazer, como considerado no Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico, alegando que o município não possui lugar de lazer para passar o final de semana, justificando assim a saída dos moradores para regiões vizinhas.

Observando o potencial do rio que cruza Queluz e partindo de uma intervenção na praça central da cidade, é perceptível que o rio e o seu entorno poderiam ser mais organizado e valorizado. Por isso, com a análise dos dados coletados nas oficinas e a leitura do PMDT o grupo organizou-se para elaboração do projeto do parque linear, pois se acredita que o rio possa valorizar a paisagem do parque junto com o resgate da importância do mesmo para a formação da cidade.

Este projeto, portanto, para estar alinhado tanto a um desejo próprio da comunidade e do trade, o poder público deve ser o mediador entre os dois agentes.

Queluz está localizada na região do Vale do Paraíba, sendo cortada pelo rio Paraíba do Sul que ao longo de seu curso passa pelo centro da cidade, o trecho que corta a região central foi pensada para elaboração do parque linear de Queluz. O projeto busca conectar a área urbana com as áreas ambientais propondo uma nova forma de valorização do rio.

Percebemos que as margens do rio Paraíba do Sul ao longo da malha urbana está intensamente ocupada, fator que o próprio Plano Diretor Municipal (PDM) de 2012 apresenta e coloca como proposta a necessidade de recomposição da mata ciliar e de um projeto integrado de paisagismo capaz de incorporar a beleza natural do rio ao conjunto arquitetônico do município. Queluz apresenta áreas de lazer em seu território espalhadas por toda a malha urbana, sendo a maior parte constituída de praças públicas, além de uma quadra e um Conjunto Esportivo Municipal.

De acordo com o PDM, as praças mais utilizadas são o calçadão, em frente à Prefeitura Municipal e a Praça Marechal Floriano. Todas as praças públicas apresentam-se bem conservadas e possuem equipamentos como bancos, mesas, mas são deficientes em lixeiras públicas. Entretanto, a partir das visitas de campo e entrevistas realizadas com os moradores observou-se que os equipamentos de lazer são insuficientes e não atende a toda população, pois além das praças a cidade não conta com mais espaços estruturados para lazer. Segundo o plano o município está inserido no circuito turístico chamado de Vale Histórico, assim como as cidades de Arapeí, Areias, Bananal, São José do Barreiro e Silveiras. No entanto, não foram identificadas políticas públicas que utilizem essa condição como instrumento de potencialização da atividade turística no município.

O projeto observou a necessidade da população em possuir um espaço de lazer e que pudesse interagir com a natureza possibilitando um local onde os moradores possam praticar caminhadas, contemplação do rio e espaços para crianças, adultos e idosos. Visto que a maior parte das áreas ditas de lazer se restringem a praças sem nenhuma atividade, o grupo apresentará também uma possibilidade dentro do projeto de criar uma agenda de eventos para tornar o espaço movimentado e criar um sentimento de pertencimento.

# Projeto

Os Parques Lineares são obras estruturadoras de programas ambientais em áreas urbanas, sendo muito utilizados como instrumentos de planejamento, buscando conciliar tanto os aspectos urbanos e ambientais como as exigências da legislação e a realidade existente. Eles se constituem de áreas lineares destinadas tanto à conservação como à preservação dos recursos naturais, tendo como principal característica a capacidade de interligar fragmentos de vegetação e outros elementos encontrados em uma paisagem, assim como os corredores ecológicos. Neste tipo de parque têm-se a participação humana, estabelecendo uma área de encontro, lazer e cultura. Conforme Scalise (2002), os serviços oferecidos pelos parques lineares tendem a variar de acordo com o local, a época e a sociedade em que se inserem. O projeto “Parque da cidade gerando conexões” tende a ser pensado como resposta às necessidades específicas e ao modo de vida da população buscando a coletividade e o bem-estar dos moradores de Queluz. Estes parques podem minimizar os impactos a partir de uma nova maneira de ver a ocupação das laterais de rios: um espaço onde a água é uma aliada de destaque na solução integrada com os aspectos ambientais, sociais, econômicos e culturais.

Little (1990 apud Friedrich, 2007) classifica os parques lineares em cinco categorias amplas:

- Parque linear criado como parte de programas de recuperação ambiental, normalmente ao longo de rios e lagos;
- Parque linear inserido como espaço recreacional, geralmente ao longo de corredores naturais de longas distâncias, tais como canais, trilhas ou estradas abandonadas;
- Parque linear concebido como corredor natural ecologicamente significativo, ao longo de rios ou linhas de cumeada, que pode facilitar a migração de espécies, estudos da natureza e caminhadas;
- Parque linear arquitetado como rota cênica ou histórica, ao longo de estradas, rodovias, rios e lagos;
- Rede de parques, baseada em conformações naturais, como vales ou pela união de parques lineares com outros espaços abertos, compondo estruturas verdes alternativas.

A elaboração do projeto buscou-se referências que possibilitasse o uso do espaço recreacional e de convivência ao longo do rio Paraíba do Sul. Friedrich (2007) afirma que para a criação dos parques, é exigida a inserção dessa proposta dentro de uma política pública a nível governamental, articulada com a iniciativa privada. Para facilitar a implantação desses espaços, a autora sugere sua regulamentação na legislação municipal e o planejamento prévio, quando ainda não são necessários altos custos com desapropriações.

As leis Municipais que regem a cidade de Queluz apresenta obrigações que o Município deve cumprir para o melhoramento da cidade. Segundo a política Municipal de Meio Ambiente, no **art.30** capítulo XII o município deve promover a revitalização e o paisagismo do Rio Paraíba do Sul ao longo da malha urbana. No **Art. 64** – A Zona Central (ZC) compreende o núcleo de ocupação inicial do município, os principais equipamentos públicos e institucionais, expressivo contingente de habitações unifamiliares, a maior concentração de serviços e comércio, e, por sua disposição em relação aos eixos de acesso, está sujeita a impactos originados pelo tráfego viário, os quais convém minimizar em seu capítulo IV - o Município deve promover a requalificação dos espaços e equipamentos públicos. Os dois artigos nos apresentam argumentos para a implementação do parque linear, que possuem como proposta seguir as leis municipais.

De acordo com Santos e Pivello (1997 apud Friedrich, 2007), os atores envolvidos com a implantação e gestão dos parques lineares podem ser identificados e agrupados em: institucional (poder público/governo); comunitário (usuários, residentes e associações) e; técnico-científico (especialistas diversos). Barbosa (2010) alerta que as políticas públicas devem incorporar ações de educação ambiental já durante a implantação do parque, uma vez que a população é a maior responsável pela degradação da área e deposição inadequada de resíduos.

Para Little (1995 apud Barbosa, 2010), a implantação de um parque linear pode estar alicerçada em três tipos de gestão:

A primeira é realizada exclusivamente pelo governo, sendo este proprietário das terras e que mantém a sua gestão, sendo necessária a criação de um departamento específico para a gestão dessas áreas.

O segundo tipo é menos comum e é aquele no qual a gestão é mantida por ONGs ou empresas particulares.

A terceira abordagem seria uma parceria público-privada, sendo a forma mais recomendada devido às seguintes razões: existência de autoridade dada pela aliança governamental; ausência de limites geográficos gerados pelas jurisdições; decisões tomadas sem grandes pressões políticas e; maior facilidade de obter donativos.

Seguindo essas referências o Projeto “Parque da Cidade gerando conexões” tem como objetivo utilizar o espaço como forma de resgate da identidade de Queluz. Segundo Milton Santos:



# Projeto

O território não é apenas o resultado da superposição de um conjunto de sistemas naturais e um conjunto de sistemas de coisas criadas pelo homem. O território é o chão e mais a população, isto é, uma identidade, o fato e o sentimento de pertencer aquilo que nos pertence (...). Quando se fala de território deve-se, pois, de logo, entender que se está falando em território usado, utilizado por uma dada população. (SANTOS, 2015, p.96.)

Através das pesquisas aplicadas, percebeu-se que Queluz carecia de uma identidade e de uma marca que pudesse ser competitiva na região do vale do Paraíba. Percebendo também a importância do rio para formação da cidade, o projeto conta com elementos que possam relacionar a cidade com a área verde ao longo do rio, que apesar de estarem no mesmo local, o centro, não se conversam. De um lado do rio encontra-se fundos de quiosques, hotel, casas e escolas, Já o outro lado é inutilizado, servindo apenas como local de passagem para o trem.

Foi pensado em utilizar os espaços que não tiveram modificações ao longo do tempo, pois os empreendedores e o poder público não consideram os valores ambientais, funcionais e paisagísticos encontrados nas margens dos cursos d'água e buscam eliminá-los ou desconectá-los do tecido urbano (BRASIL, 2004), situação que ocorreu em um dos lados do rio. Guimarães (2011) adiciona que, de um modo geral, a implantação dos parques lineares confere uma unidade à paisagem tanto em termos visuais quanto no âmbito da acessibilidade uma vez que conecta espaços antes fragmentados e isolados no contexto urbano. Os espaços verdes e arborizados, a presença da água como elemento estruturador, associados aos caminhos voltados aos pedestres e ciclistas garantem a continuidade e a democratização dos espaços de convívio. O projeto acredita que os parques lineares se constituem em lugares onde existem maiores possibilidades de encontro e troca entre pessoas, pressupondo acessibilidade e legitimação social.

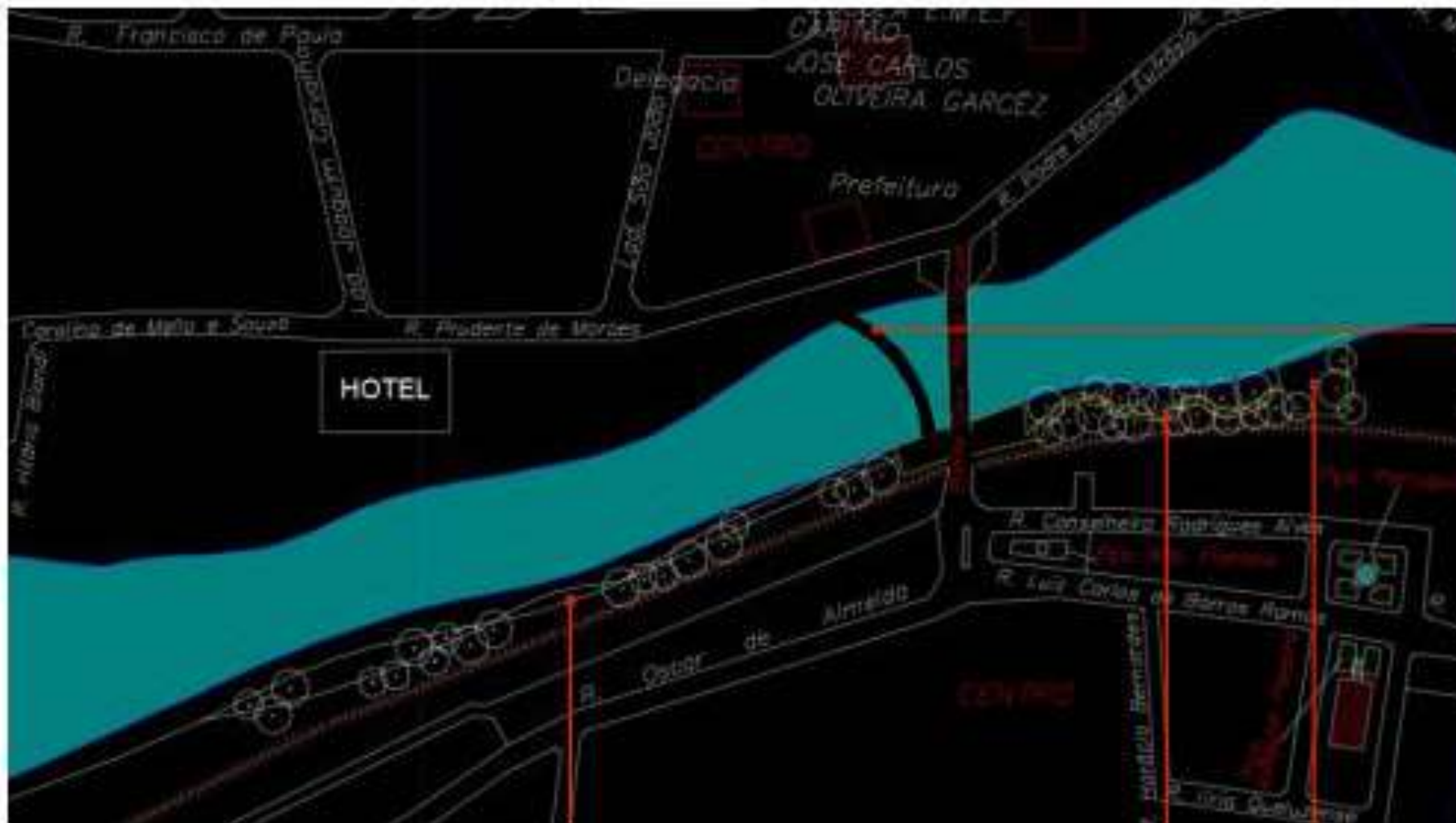
Cada ponto do espaço torna-se então importante, e efetiva ou potencialmente, pois suas importâncias decorrem de suas próprias virtualidades, naturais ou sociais preexistentes, que podem ser modificadas para atender uma demanda existente. Segundo (Santos, 2015) o espaço deve ser considerado como um conjunto indissociável, de que participam, de um lado, certo arranjo de objetos geográficos, objetos naturais e objetos sociais, e, de outro, a vida que preenche e os anima, ou seja, a sociedade em movimento.

Com a proposta de trazer entretenimento e espaço de convívio, o Parque da Cidade pretende implementar em sua estrutura elementos para atender ao máximo as expectativas da população. Frischenbruder e Pellegrino (2006 apud Friedrich, 2007) focam que, além dos serviços oferecidos de lazer ativo e contemplativo e da circulação não-motorizada, as áreas verdes urbanas contínuas podem abarcar ações culturais, de educação ambiental e de cidadania. Com isso em mente, o projeto contará com uma segunda ponte para segurança do usuário, deixando a ponte já existente para passagens de automóveis, playground, espaços para exercícios com equipamentos apropriados, pista de caminhada, deck para realizações de eventos e espalhados ao longo do parque totens informativos que contam a história da cidade de Queluz. Devemos considerar que segundo CONAMA (2006), a implantação de equipamentos públicos dependerá de projeto técnico aprovado pela autoridade ambiental competente, o qual poderá propor: cicloviárias; acesso e travessia aos corpos d'água; mirantes; equipamentos de segurança, lazer, cultura e esporte; trilhas ecoturísticas; pequenos parques de lazer, excluídos parques temáticos ou similares; rampas de lançamento de barcos e pequenos ancoradouros.

É necessário pensar também na garantia e frequência do uso do parque, o projeto apresenta suporte com eventos periódicos, feiras e eventuais benefícios econômicos, de forma a assegurar a sustentabilidade da proposta; a multifuncionalidade do parque, abrangendo o lazer, a pesquisa, a educação e a cultura e; a conexão com outros espaços livres, formando uma infraestrutura verde que potencializará os benefícios inerentes às áreas verdes e a manutenção da biodiversidade.

O parque linear é uma oportunidade que as cidades têm de reestruturar sua concepção a partir de novos paradigmas. A recuperação através deste instrumento estabelece uma nova lógica de valoração econômica para a cidade por meio da restauração dos seus bens ambientais e humanos. O desenvolvimento sustentável das cidades é um problema recente que o Poder Público deve equacionar. A conservação ambiental só pode ocorrer mediante os planos e planejamento de uso adequado para cada região. A simples demarcação de Área de Preservação Permanente não garante que aquele local vá cumprir sua função de preservação e proteção do ecossistema. Sabemos que a capacidade de fiscalização do meio ambiente é limitada, portanto, devemos lembrar que o artigo 225 da Constituição Federal de 1988 impôs não só ao Poder Público, mas também “à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações”.

# O Projeto Parque da Cidade



Planta original por  
Dalia Kitagawa  
Markuz.

Imagens em  
perspectiva apenas  
referências.

## Objetivo

A implementação do deck tem o intuito de apresentar uma área inovadora de lazer, onde possa ocorrer apresentações, celebrações festivas, paradas para estudos do meio aos estudantes, assim como um espaço de pesca. O deck foi inspirado pelos depoimentos extremamente positivos de moradores de Mairiporã a respeito do parque linear criado lá, já que seu relatos ressaltam principalmente a oportunidade de picnics e lazer em família.

## Planejamento

Aproveitando os “patamares” já existentes do lado esquerdo da ponte, criaremos decks com bancos. Buscando criar uma praça em que as pessoas podem se reunir e pescar. Ademais, também colocaremos um muro verde, separando a praça do trilho do trem, gerando um espaço seguro.

## Prazos e Custos

**Prazo:** Média duração

**Custo Aquisitivo:** Aproximadamente R\$3.000

**Demais custos:** Médio custo para manutenção

**Responsável:** Prefeitura de Queluz fica responsável pela compra dos novos equipamentos. Também ficam responsáveis pela manutenção do espaço, porém sugere-se campanha de adoção do espaço por empresas/comércios locais, para reduzir o custo da prefeitura e fomentar o sentimento de pertencimento da cidade para com os espaços públicos.

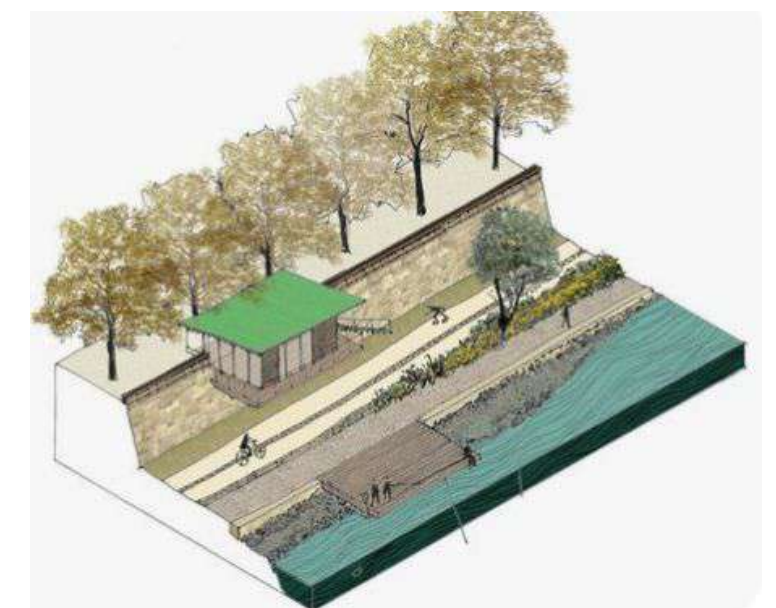
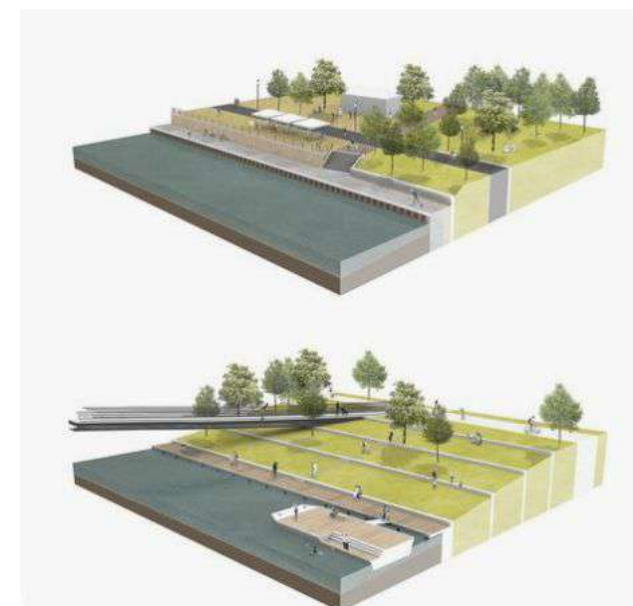
## Ficha técnica

- 2 Bancos
- 2 estruturas de nivelções
- 1 deck
- 4 pontos de iluminação

## Especificações

- Deck com metragem quadrada aproximada de 25m<sup>2</sup>

- A Prefeitura deve garantir que a empresa contratada para a instalação do Deck e para a nivelção do terreno seja de confiança, e trabalhe dentro das normas da ABNT, assegurando a funcionalidade e segurança do espaço, além de fornecer o laudo técnico de um engenheiro.



imagens ilustrativas

# Ponte para pedestres

## Objetivo

A construção da ponte se faz necessária para que haja um espaço de passagem para pedestres mais seguro, tornando a ponte já existente apenas para transporte de veículos. Ademais, a ponte passará a ser um equipamento contemplativo, onde as pessoas podem analisar o Rio e seu ambiente, além de um mero espaço de descanso. A ponte contará com a instalação de um dos totens explicativos, abordando a história do rio e de todas as construções e reconstruções da ponte principal.

## Planejamento

A ponte será alocada ao lado da ponte de veículos, já que já ocorre um fluxo de passagem nessa região do rio. Para manter a identidade visual da cidade, seu design foi planejado para ser mais circular, trazendo a ideia de fluidez do mar e ao mesmo tempo lembrar a estrutura do arco da ponte de veículos. O espaço também fará uma ligação direta com a região do Deck, onde ocorrerão apresentações, eventos, e será reconhecido como espaço de lazer familiar. Assim, o pedestre não precisará atravessar o trilho do rio e nem terá dificuldades para circular ao redor, incentivando inclusive sua ida ao espaço verde.

Após a sua instalação, a frequência e custos de manutenção da ponte se faz mínima.

É necessário que a Ponte seja avaliada, planejada e construída com o auxílio de profissionais que trabalham na área (arquitetura e engenharia por exemplo) para realizar uma obra com operação e custos tangíveis a realidade de Queluz.

## Prazos e Custos

**Prazo:** Longa duração - 3 anos

**Custo Aquisitivo:** Aproximadamente R\$334.902,64

**Demais custos:** Médio

**Responsável:** A Prefeitura de Queluz fica responsável pela contratação de uma consultoria para realizar os estudos e aplicação da ponte, tal empresa deve ser escolhida por meio de consórcio. Sua manutenção também será de responsabilidade da prefeitura e da empresa escolhida para o serviço, entretanto, haverá informativos ao longo da ponte para os habitantes e turistas utilizarem o espaço com responsabilidade.

## Ficha técnica

A ponte contará com:

- 5 Bancos
- 5 Lixos
- 1 Observatório
- 1 Tótem
- 6 Pontos de iluminação

## Especificações

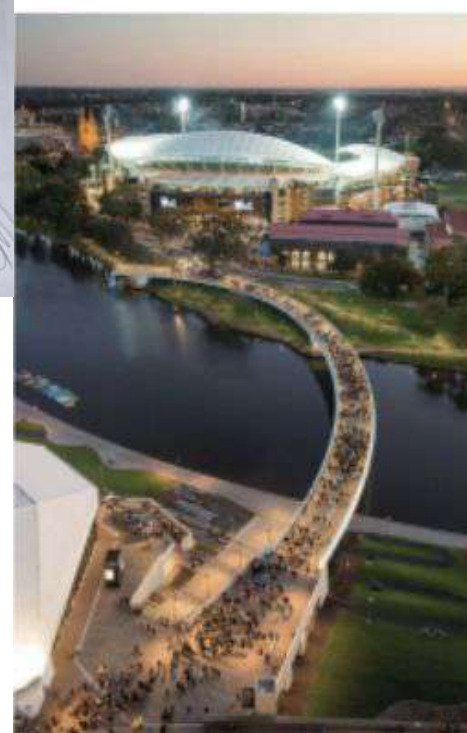
- A ponte contará com aproximadamente 24m de comprimento e 3 metros de largura, apresentando-se com uma estrutura mista de concreto armado e vigas metálicas.

- Nesse valor já está inserido o custo de serviços preliminares e complementares, terraplenagem, infraestrutura, mesoestrutura e superestrutura.

-A Prefeitura deve garantir que a empresa contratada para a instalação da ponte seja de confiança, e trabalhe dentro das normas da ABNT, assegurando a segurança da ponte, além de fornecer o laudo técnico de um engenheiro.



imagem ilustrativa



## Objetivo

Espaço de lazer para a família, incentivo do uso de equipamentos públicos para divertimento saudável. O brincar é uma atividade que estimula aprendizado, que cria uma zona de desenvolvimento na criança e é fundamental na formação social da mesma. Partindo dessa importante premissa, e visando que o Parque da Cidade atraia um público de ambiente familiar e seguro, é fundamental que haja um espaço dedicado para o público infantil. Hoje o equipamento já existe, mas é necessário sua manutenção e questionar se está sendo utilizado da melhor maneira possível.

## Planejamento

O Parque da Cidade pretende mudar a configuração hoje existente dos equipamentos, colocando o Playground na estrutura de parque a ser construída do lado oposto do rio. Afastando assim à área infantil da região dos bares, e trazendo para perto de um espaço mais aberto, sem muros, e próximo de outros equipamentos que seus responsáveis podem usufruir (como os bancos, palco, espaço de exercícios, etc.). Não há lógica em separarmos esses equipamentos, e assim podemos fornecer uma estrutura completa e integrada para a família. É fundamental também que sejam reparados as partes danificadas do Playground, bem como sua placa de identificação e regras.

O espaço deve ser estimulado para uso ao eliminar horário de funcionamento e ficar em uma área aberta, sem portões trancados como ocorre hoje. Deve ocorrer a manutenção constante do equipamento além de eventos voltado para o público infantil para atrair o público familiar ao parque, para crianças de 0 a 12 anos.

É necessário que o Playground atual seja avaliado por profissionais de competência técnica em avaliar suas condições de segurança e usabilidade, dado o nítido desgaste e más condições do equipamento.

## Prazos e Custos

Prazo: Curta duração

Custo Aquisitivo: Aproximadamente R\$4.300,00

Demais custos: Baixo - Realocação da estrutura já existente\*

Responsável: Prefeitura de Queluz fica responsável pela compra dos novos equipamentos. Também ficam responsáveis pela manutenção do espaço, porém sugere-se campanha de adoção do espaço por empresas/comércios locais, para reduzir o custo da prefeitura e fomentar o sentimento de pertencimento da cidade para com os espaços públicos.

\*O custo aquisitivo passa a ser nulo se houver possibilidade de manutenção e reforma do equipamento já existente. E os demais custos passam a ser baixos, visando os pontos de manutenção previamente comentados.

## Ficha técnica

Playground atual: Unidade única integrada, composta por:

- 2 cadeiras de balanço (1 quebrada, 1 em más condições)
- 3 torres de base
- 1 escada regular
- 2 escadas lúdicas
- 1 escorregador
- 1 jogo da velha lúdico interativo

Playground mínimo sugerido (caso necessário a compra de um novo)

- 1 Escorregador
- 1 Gangorra (2 Pranchas)
- 1 Balanço (2 cadeiras)
- 1 Carrossel giratório

## Especificações

- Para a mudança da localidade do Playground, o novo piso deve ter uma boa absorção de impacto, deve ser o piso emborrachado, caixa de areia ou até mesmo o terreno com grama.

-A Prefeitura deve garantir que a empresa contratada para a instalação do playground seja de confiança, e trabalhe dentro das normas da ABNT, assegurando a funcionalidade do playground, além de fornecer o laudo técnico de um engenheiro.



fotografias dos autores

## Objetivo

O Censo IBGE de 2010 apontava mais de 1.700 pessoas acima de 50 anos na cidade de Queluz, e esse espaço é importante para que todos os públicos da cidade possam se sentir atendidos pelo Parque da Cidade. Os estudos mostraram que as academias ao ar livre contribuem de forma significativa para a melhoria da qualidade de vida da população idosa, visto que conta com aparelhos adequados, não tem limites nos horários de funcionamento e não tem custo financeiro para os usuários.

Apesar do foco na terceira idade, atualmente podemos notar que a maioria da população num geral dispõe de pouco tempo para cuidar da sua saúde e do seu lazer, e as academias ao ar livre têm surgido como uma opção acessível e próxima de suas residências, incentivando a prática do esporte e movimento corporal que possuem inúmeros benefícios.

## Planejamento

Hoje o espaço de exercícios também fica ao lado dos bares. Como proposto anteriormente, os equipamentos devem ficar concentrados em uma mesma célula de atividades no parque, para integração das atividades familiar. A proposta é apenas a realocação dos equipamentos, junto com sua reforma e manutenção, pois alguns apresentam sinais já severos de desgaste.

Seu uso deve ser estimulado através de eventos que convidem, em especial, o público da terceira idade.

## Prazos e Custos

**Prazo:** Curta duração

**Custo Aquisitivo:**

Aparelhos: Nulo

Placa orientativa: R\$ 1.000,00

**Demais custos:** Baixo - Reforma e realocação da estrutura já existente.

**Responsável:** Prefeitura de Queluz fica responsável pela manutenção do espaço. Sugere-se campanha de adoção do espaço por empresas/comércios locais, para reduzir o custo da prefeitura e fomentar o sentimento de pertencimento da cidade para com os espaços públicos.

## Ficha técnica

- 2 simuladores individuais de Caminhada
- 2 simuladores individuais de 'Esqui'
- 2 aparelhos individuais de Rotação Dupla Diagonal
- 2 aparelhos individuais de Rotação Vertical
- 2 aparelhos individuais de Pressão de Pernas
- 2 aparelhos individuais de Surf Duplo
- 2 cadeiras individuais de Pedalada

## Especificações

Apesar de ser um espaço livre para exercícios, a preocupação com os exercícios serem executados da forma correta é fundamental. Por isso as placas orientativas são um cuidado especial com a população que planeja frequentar o Parque da Cidade.



fotografia dos autores



imagem ilustrativa

## Objetivo

Visando uma proposta ambiental, e novamente incentivando a prática esportiva em conjunto a qualidade de vida e a revitalização do centro da cidade, é necessário olharmos para a trilha já existente no local. É um caminho delimitado entre os trilhos do trem e o Rio Paraíba do Sul, porém sem nenhum tipo de manutenção, cuidados com o entorno, ou mesmo sinalização e indicação de sua existência, o que o torna apenas um trajeto, onde poderia haver uma valorização do espaço para a comunidade.

## Planejamento

O trajeto cimentado que hoje percorre quase 200 metros de trajeto em um trajeto à céu aberto não demonstra qualquer intenção de ser mais do que isso e dispensa um grande potencial. O caminho contém diversas árvores, e suas laterais constantemente servem para momentos de convivência dos moradores e atividades como a pesca. Assim o plano é que essa área entre no radar da Prefeitura para manutenção e melhoria constante do espaço, que inclui:

- Corte da grama e limpeza dos canteiros
- Projeto de jardinagem e paisagismo para os canteiros
- Conserto dos buracos, rachaduras e grandes desníveis do trajeto asfaltado
- Instalação de bancos ao longo do trajeto
- Sinalização da trilha
- Melhoria da iluminação ao longo do percurso

## Prazos e Custos

**Prazo:** Curta duração

**Custo Aquisitivo:** Aproximadamente R\$2.380,00

**Demais custos:** Baixo, constante - Manutenção

**Responsável:** Prefeitura de Queluz fica responsável pela compra dos novos equipamentos. Também ficam responsáveis pela manutenção do espaço, porém sugere-se campanha de adoção do espaço por empresas/comércios locais, para reduzir o custo da prefeitura e fomentar o sentimento de pertencimento da cidade para com os espaços públicos.

## Ficha Técnica

- 3 bancos ao longo do trajeto da trilha
- Placa de sinalização no início da trilha
- Placa de sinalização no final da trilha
- Plantação de novas árvores da flora regional



fotografias autores

## Especificações

- Placa de início da trilha deve conter aviso de perigo e atenção para com os trilhos do trem, e o declínio dos canteiros que levam ao rio.

- O trajeto deve também ser atendido pelo policiamento regular municipal.

## Objetivo

A cidade hoje não conta com nenhum suporte educativo à sua história ou seus marcos, e o Parque da Cidade constitui um espaço de oportunidade para que esse conteúdo seja disponibilizado publicamente. Esse tipo de informação possibilita que o turista e/ou morador melhore seu conhecimento ou desperte o interesse em pesquisar sobre o patrimônio cultural/natural do município, fundamental para a construção da identidade de Queluz.

## Planejamento

Serão 4 totens informativos espalhados pelo Parque da Cidade, para trazer ao público geral informações sobre 4 temas relevantes, cada um deles localizado em pontos específicos do parque:

- 1 Totem sobre a História e fundação de Queluz

Localizado próximo aos equipamentos do Playground e Academia ao ar livre.

- 1 Totem sobre a Ponte da Queluz

Localizado à 1 metro da entrada da ponte, sentido de quem está entrando na cidade.

- 1 Totem sobre o Rio Paraíba do Sul

Localizado na trilha de caminhada, em um espaço com vista aberta para o rio.

- 1 Totem sobre o Vale do Paraíba

Localizado no deck que será construído.

## Prazos e Custos

**Prazo:** Curta duração

**Custo Aquisitivo:** R\$ 144,00 uma estrutura simple de madeira alta e papel com os textos, mas variável de acordo com o planejamento e orçamento feito pelo município

**Demais custos:** Não há

**Responsável:** Prefeitura de Queluz. Sugere-se campanha de adoção do equipamento por empresas/comércios locais.

É importante pensar que essa informação, além de estar disponível, precisa chamar o público. Totens meramente informativos raramente estimulam curiosidade e leitura, enquanto totens interpretativos conseguiram atingir e atrair mais público.

Por interpretativo podemos entender uma informação que não esteja apenas estática, mas que tenha interatividade/participação, ou até mesmo de forma lúdica.

Plataformas interativas com esse tipo de informação podem se apresentar de diversas formas, por exemplo ao ter uma plataforma com um jogo de montar o mapa do Vale do Paraíba, com as peças contendo as informações, ou até mesmo uma plataforma informativa com a imagem do rio e pequenas portinhas, que quando abertas contém informações sobre o rio, e quem sabe até a possibilidade de totens digitais.

Parece uma ação simples, mas que aumenta significativamente o engajamento a esse tipo de informação.

Lembrando que o município deve organizar a criação, cotação e implementação desses equipamentos como melhor servir e for decidido, constando aqui apenas orientações gerais e tendência para beneficiar o plano e objetivos da cidade.

### História e Fundação de Queluz

- História
- Geografia
- Imagens antigas

### Ponte de Queluz

- História
- Importância
- Imagem

### Rio Paraíba do Sul

- Mapa
- Características geográficas
- Importância

### Vale do Paraíba

- Localização e geografia
- Cidades que compõem a região
- História e Economia da região
- Mapa



# Calendário de Eventos

Além de toda a estrutura física do parque, entendemos que é necessário ofertar à população uma agenda cultural, com o propósito de atrair cada vez mais movimento para o centro da cidade, e fomentar a revitalização da região. Essa agenda então funciona como um estímulo indispensável para trazer diferentes públicos ao Parque, e assim progressivamente se estabelecer uma nova identidade no local, de um ambiente familiar, diverso, seguro, atrativo à turistas, e de relevância para a qualidade de vida dos moradores de Queluz.

Evento é qualquer acontecimento que desperta interesse especial, capaz de atrair público e de mobilizar meios de comunicação. Engloba espetáculos, exposições, competições, etc. É uma importante ferramenta para desenvolver e divulgar um destino já que a atividade é utilizada por muitos municípios para a estabilização econômica, além da amenização da sazonalidade. São muitas as cidades interioranas que investem nessa segmentação visando atrair visitantes, gerando assim lucros, e incrementos para a economia da cidade, além de projetar a imagem do destino para outras regiões.

Hoje a existência e divulgação de um calendário cultural é presente em demais cidades do Vale do Paraíba. Um bom exemplo é a cidade de Taubaté, que apresenta um calendário de eventos cultural da sua cidade no site da prefeitura, e é replicado em diversos sites de eventos e calendários do Vale do Paraíba.

Outro aspecto relevante em relação aos eventos é a sua necessidade de infraestrutura adequada, seja básica (como saneamento), de apoio (transporte, segurança pública, hospitais) ou turística (hospedagem, restaurantes, sinalização, etc.). A realização de eventos em um município pode estimular então, a melhoria desses serviços urbanos e, conseqüentemente, trazer a melhoria da qualidade de vida de seus habitantes.

O calendário do Parque deve contar com eventos fixos e também com contínuos incrementos que a prefeitura identifique como relevante para a população. Importante citar que a agenda do Parque Queluz é complementar aos eventos realizados em outras localidades da cidade, tão importantes quanto para estimular o crescimento da cidade.

As atividades e eventos do Parque devem ocorrer através de parcerias público-privado, que devem passar a acontecer organicamente, se tornando um local central e movimentado da cidade, passará a atrair e estimular novos comércios. Mas a preocupação deve existir também em relação à participação da população (urbana e rural) nesse crescimento, como trazer a venda de produtos orgânicos em feiras do parque, ou até mesmo potencializar o comércio de artesanato com novos participantes.

## Sugestões de Calendários e Atividades

### AGENDA FIXA DO PARQUE QUELUZ

#### Todos os Domingos:

##### Feirinha da Praça

Além das atividades e serviços no Parque e ao redor, todos os domingos recebemos vendedores de artesanatos e produtos orgânicos, para incentivar o comércio local.

#### No primeiro sábado do mês:

##### Vida no Parque

Todo sábado uma atividade diferente para divertir e entreter os visitantes do parque. Atrações musicais, aulas de exercícios físicos, exibição de filmes, oficinas, e apresentações.

#### Na última quinta do mês:

##### Parque da Melhor Idade

16hs - Dedicado para o encontro da terceira idade local, promovendo o incentivo à atividade física, em um espaço de amizade e informação.

#### Feriados e Datas Comemorativas:

##### Comemore com Queluz

Não vamos ficar de fora das datas festivas. Acompanhe nosso calendário mensal e não perca nossos eventos especiais.

### CALENDÁRIO FESTIVO

#### JANEIRO

11 - Parque nas Férias

#### FEVEREIRO

02 - Bloco de Carnaval

#### MARÇO

04 - Aniversário da Cidade  
08 - Dia da Mulher

#### ABRIL

18 - Domingo das Artes

#### MAIO

10 - Parque da Família

#### JUNHO

12 - Dia dos Namorados  
20 e 27 - Festa Junina

#### JULHO

11 - Parque nas Férias

#### AGOSTO

09 - Parque da Família

#### SETEMBRO

07 - Dia da Independência

#### OUTUBRO

12 - Dia das Crianças

#### NOVEMBRO

15 - Proclamação da República

#### DEZEMBRO

Todos os finais de semana -  
Natal na Praça



JÁ É NATAL !!

Venha celebrar com a gente e ver todas as noites a árvore de Natal de Queluz acender!

- Iluminação especial - Coral de natal aos domingos -  
- Carrinhos de comida - E muito mais na Praça ..

imagens ilustrativas

# Cronograma

Atividades		Ano: 2019				
Etapas Prévia	Dias	Ago	Set	Out	Nov	Dez
<b>Parte teórica</b>						
Pesquisa bibliográfica	80					
Prospecção de possibilidades	40					
Alinhamento com arquiteta	100					
Banca avaliadora	1					
<b>Atividades presenciais Queluz</b>						
Visita técnica	2					
Entrevista com a comunidade	2					

O cronograma é dividido em duas etapas, a prévia, já realizada pelo grupo do trabalho, e a dos produtos, que são de responsabilidade da prefeitura de Queluz. Para a etapa Produtos, a primeira atividade a ser realizada é a contratação de um grupo para realizar a estrutura do parque e trazer mais informações para sua viabilidade. Após a realização do desenho, medidas e dados para o parque, tal cronograma pode acabar sendo alterado.

Nossa equipe dividiu o cronograma por produtos, para que a prefeitura possa ter maior flexibilidade para organizar tais instalações e ver quanto tempo cada equipamento pode demorar, com cada quadrado representando um mês. Pensando de uma maneira estratégica, inserimos também nessa ordem para que ocorra uma entrega de produto a cada semestre, a fim de incentivar a população e dar uma boa visibilidade para a prefeitura, trazendo a imagem de agilidade e comprometimento com o projeto.

Previsão total aproximada: 3 anos e 7 meses		2020		2021		2022		2023	
Etapas Produtos	Dias	1 Sem. 2020	2 Sem. 2020	1 Sem. 2021	2 Sem. 2021	1 Sem. 2022	2 Sem. 2022	1 Sem. 2023	2 Sem. 2023
<b>Parque linear - Estruturação macro</b>									
Prospecção e contratação para time responsável pela estruturação	90								
Estruturação do desenho do parque com o time responsável	150								
<b>Ponte</b>									
Planejamento prefeitura + Análise de viabilidade	75								
Consórcio	210								
Execução	547								
<b>Playground</b>									
Planejamento prefeitura	15								
Análise dos equipamentos	5								
Execução	60								
<b>Espaços de exercícios</b>									
Planejamento prefeitura	20								
Análise dos equipamentos	5								
Execução	60								
<b>Pista de corrida</b>									
Planejamento prefeitura	60								
Estudo de mercado - contratação de fornecedores	70								
Execução	110								
<b>Deck</b>									
Planejamento prefeitura + Análise de viabilidade	65								
Consórcio	50								
Execução deck + nivelamento do gramado	243								
<b>Totens</b>									
Planejamento prefeitura	45								
Estudo de mercado - contratação da fornecedora	60								
Execução	180								

O planejamento da prefeitura refere-se a entender e tomar as devidas medidas para viabilizar cada produto (como por exemplo, contratação de empresa terceirizada, inserção de placas de obra, etc), a partir do projeto idealizado pelo time contratado.

Vale ressaltar que a contagem dos dias foi feita sem distinção de dias úteis, feriados e finais de semana, portanto a quantidade requerida pode variar, apesar de pouco.

A fim de tornar o cronograma mais viável possível, foi-se estudado alguns casos e tomado como referência o tempo requerido de construções parecidas em outras cidades, como por exemplo Itaperuna, Rio Niterói e Água Boa.

# Controle Financeiro

Planilha financeira - Orçamento Parque da Cidade			Cenário			
Ponte			Real		Pessimista	Otimista
Equipamentos	Descrição	Quantidade	Valor unitário	Valor total	Valor total	Valor total
Ponte	Aproximadamente 24m de comprimento e 3 metros de largura, apresentando-se com uma estrutura mista de concreto armado e vigas metálicas.	1	R\$334.902,64	R\$ 334.902,64	R\$ 368.392,90	R\$ 301.412,38
Binóculo de observação	Binóculos 25x100 que operam por moeda. Modelo: C25X100	1	R\$ 1.800,00	R\$ 1.800,00	R\$ 1.980,00	R\$ 1.620,00
Bancos	Banco modelo Tamanduá - estrutura em ferro fundido	5	R\$ 655,00	R\$ 3.275,00	R\$ 3.602,50	R\$ 2.947,50
Lixo	Lixeira Para Pátios E Parques Redonda Em Tela De Moeda Branca - Altura total Lixeira:1,24mt/Altura da lixeira: 42cm/Largura: 35cm Código do produto: 360BRANCA	5	R\$ 148,79	R\$ 743,95	R\$ 818,35	R\$ 669,56
Ponto de iluminação	Poste de luz duplo metal e vidro 380 X 154 Femarte 613	3	R\$ 1.368,91	R\$ 4.106,73	R\$ 4.517,40	R\$ 3.696,06
			<b>Custo total</b>	<b>R\$ 344.828,32</b>	<b>R\$ 379.311,15</b>	<b>R\$ 310.345,49</b>
Playground			Real		Pessimista	Otimista
Equipamentos	Descrição	Quantidade	Valor unitário	Valor total	Valor total	Valor total
Playground Casinha	Casa de Tarzan com 1,8m2 de assoalho com cobertura em Telhas Onduline. Contém: 01 escorregador em madeira de lei (Cedro alagoano), 01 gangorra, 01 escada fixa, 02 balanços de tábua, 01 vai-vem para 04 crianças, 01 trapézio, 01 par de argola, 01 balanço de pneu deitado e 01 balanço para bebê tipo cadeirinha. Medidas: Altura total: 2,50 m/ Altura do assoalho: 1,60 m/ Área recomendada: 4,50 x 6,50 m	1	R\$ 4.300,00	R\$ 4.300,00	R\$ 4.730,00	R\$ 3.870,00
			<b>Custo total</b>	<b>R\$ 4.300,00</b>	<b>R\$ 4.730,00</b>	<b>R\$ 3.870,00</b>
Espaço de exercícios			Real		Pessimista	Otimista
Equipamentos	Descrição	Quantidade	Valor unitário	Valor total	Valor total	Valor total
Placa Orientativa	Placa de tubo de aço carbono de no mínimo 3' x 1,50; 2' x 1,50 mm, Chapa de aço carbono de no mínimo 0,90 mm; 4,75 mm. Película protetiva de resina de poliéster termo-endurecível colorido com sistema de deposição de pó eletrostático, solda mig, parafusos zincados e arruelas fixadoras, orifícios para a fixação do equipamento de no mínimo 37 cm abaixo do concreto; Tampão embutido externo em metal de 3'. Adesivada frente e verso e a logo da empresa. Medidas: Altura: 3181 mm/ Frente: 2182 mm/ Lateral: 107 mm/ Área: 8,81 m² /Peso: 42 Kg	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.100,00	R\$ 900,00
			<b>Custo total</b>	<b>R\$ 1.000,00</b>	<b>R\$ 1.100,00</b>	<b>R\$ 900,00</b>
Trilha de Caminhada e Corrida			Real		Pessimista	Otimista
Equipamentos	Descrição	Quantidade	Valor unitário	Valor total	Valor total	Valor total
Placa Quilometragem	Placa de tubo de aço carbono, Chapa de aço carbono. Película protetiva de resina de poliéster termo-endurecível colorido com sistema de deposição de pó eletrostático, solda mig, parafusos zincados e arruelas fixadoras, orifícios para a fixação do equipamento. Tampão embutido externo e adesivada frente e verso. Medidas: Altura: 1442 mm, Frente: 484 mm, Lateral: 63,5 mm, Peso: 9,5 Kg	2	R\$ 200,00	R\$ 400,00	R\$ 440,00	R\$ 360,00
Bancos	Fabricado com tubos de aço carbono de no mínimo 1 1/2 x 1,50 mm; 3/4 x 1,20 mm; 1 1/2 x 0,9 mm. Chapas de aço carbono de no mínimo 3 mm; 2 mm. Metalão de no mínimo 30 mm x 50 mm x 2 mm. Utiliza-se tratamento de superfície a base de fosfato; película protetiva de resina de poliéster termo-endurecível colorido com sistema de deposição de pó eletrostático, solda mig. Chumbador parabout de no mínimo 3/8' x 2 1/2' e acabamentos em plástico injetado e/ou emborrachado. Tampão de plástico de 1 1/2'. Altura: 490 mm/ Frente: 1568 mm/ Lateral: 340 mm/ Área: 8,35 m²/ Peso: 14 Kg	2	R\$ 490,00	R\$ 980,00	R\$ 1.078,00	R\$ 882,00
Placa Orientativa	Placa de tubo de aço carbono de no mínimo 3' x 1,50; 2' x 1,50 mm, Chapa de aço carbono de no mínimo 0,90 mm; 4,75 mm. Película protetiva de resina de poliéster termo-endurecível colorido com sistema de deposição de pó eletrostático, solda mig, parafusos zincados e arruelas fixadoras, orifícios para a fixação do equipamento de no mínimo 37 cm abaixo do concreto; Tampão embutido externo em metal de 3'. Adesivada frente e verso e a logo da empresa. Medidas: Altura: 3181 mm/ Frente: 2182 mm/ Lateral: 107 mm/ Área: 8,81 m² /Peso: 42 Kg	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 1.100,00	R\$ 900,00
			<b>Custo total</b>	<b>R\$ 2.380,00</b>	<b>R\$ 2.618,00</b>	<b>R\$ 2.142,00</b>
Deck			Real		Pessimista	Otimista
Equipamentos	Descrição	Quantidade	Valor unitário	Valor total	Valor total	Valor total
Deck	Deck de madeira com metragem quadrada aproximada de 25m²	25	R\$ 120,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.300,00	R\$ 2.700,00
Bancos	Banco modelo Tamanduá - estrutura em ferro fundido	2	R\$ 655,00	R\$ 1.310,00	R\$ 1.441,00	R\$ 1.179,00
Ponto de iluminação	Poste de luz duplo metal e vidro 380 X 154 Femarte 613	2	R\$ 1.368,91	R\$ 2.737,82	R\$ 3.011,60	R\$ 2.464,04
Nivelações	Nivelamento de 2 níveis no gramado, valor considerando mão de obra e maquinário	2	R\$ 470,00	R\$ 940,00	R\$ 1.034,00	R\$ 846,00
			<b>Custo total</b>	<b>R\$ 7.987,82</b>	<b>R\$ 8.786,60</b>	<b>R\$ 7.189,04</b>
Totens			Real		Pessimista	Otimista
Equipamentos	Descrição	Quantidade	Valor unitário	Valor total	Valor total	Valor total
Totens	Totem de 0,3mx0,6m com placas de PVC com adesivo comum	4	R\$ 40,00	R\$ 160,00	R\$ 176,00	R\$ 144,00
			<b>Custo final total</b>	<b>R\$ 360.656,14</b>	<b>R\$ 396.721,75</b>	<b>R\$ 324.590,53</b>

O controle financeiro foi realizado a partir da cotação dos equipamentos. A planilha apresenta o cenário real, com valores encontrados a partir de pesquisa de mercado, e o cenário pessimista e otimista que poderão encontrar. Ela também está dividida a partir dos itens necessários para cada conjunto de equipamentos, a fim de facilitar a visualização do que cada conjunto irá requerer e seu custo total.

Colocamos uma taxa fixa de 10% para o cenário pessimista e otimista, portanto o cenário otimista considera que a prefeitura conseguirá efetuar a compra de tais mão de obras e produtos por 10% a menos que o valor cotado como real, e 10% a mais do valor cotado como real para o cenário pessimista.

Vale observar que mesmo o cenário atual pode constar com algumas variações de valores, já que alguns dos valores foram coletados não especificando a localização das fornecedoras e/ou tomando como base valores de metragens aproximadas. Ademais, a possibilidade de ajuda do setor privado voltado ao turismo para manutenção ou aquisição dos equipamentos se torna uma possibilidade factível para redução do custo do projeto.

No fim da planilha, é possível observar o custo total final nos três cenários, levando em consideração o valor do parque linear como um todo. Apesar de ser um valor total significativo, 95% do valor total equivale ao custo da Ponte, equipamento de maior complexidade, mas que trará retorno positivo a longo prazo para a visibilidade da cidade e prefeitura, além de trazer maior benefício para seus moradores e turistas.

Com a criação do parque espera-se tornar um vetor recreativo para as populações urbanas, palco natural em meio urbano, propício a manifestações culturais de conservação da natureza, educação ambiental, que possam ser lugares repousantes, com contribuição para o escape de tensões do cotidiano. Mas deve ser previsto serviços de manutenção periódicos, como qualquer outro equipamento público de lazer, participação da população, pois o parque deve ter o máximo de aceitação à acessibilidade ao parque, de modo que consolide sua utilização pela população.

Apesar de todos os aspectos positivos proporcionados pela presença de um parque linear, é esperado que haja uma política pública governamental articulada com a iniciativa privada. Como alternativa mais adequada a regulamentação na legislação municipal e o planejamento antecipados reduzem os custos da implantação, que, para isto, envolve adequação da infraestrutura, drenagem, saneamento ambiental e segurança.

O projeto do Parque da Cidade: Gerando conexões traz grande complexidade e uma força tarefa que vai além das mãos da secretaria que envolve turismo. O projeto visa realizar uma modificação social, cultural, turística e arquitetônica do espaço. Portanto, para que tal seja viabilizado e implementado com sucesso será necessária uma força tarefa entre o setor público, privado e com a comunidade, além do máximo alinhamento possível de comunicação entre todos os envolvidos.

No quesito do setor público, a prefeitura da cidade deverá contar principalmente com a Secretaria de Cultura e Turismo como principal alicerce, que também administrará e terá como suporte a participação da secretaria de obras, da Secretaria de Assistência e Promoção Social, da Secretaria de Meio Ambiente e Agricultura e da Secretaria de Saúde, já que o projeto envolve assuntos interligados a eles.

O setor privado, por intermédio do COMTUR, irá colaborar a partir de formas de financiamento para ajudar a alavancar o espaço e/ou manter a sua manutenção, já que a melhor arquitetura do espaço e o aumento da movimentação ao redor do seu empreendimento irá beneficiá-lo e aumentará suas chances de negócios.

Quanto a comunidade, contaremos com a colaboração para o bom uso do espaço público e sua manutenção, e também com a sua compreensão no período em que os locais estiverem em obras.

A partir disso e levando em consideração a necessidade de um grupo menor e seletivo para a organização e viabilidade do projeto, foi-se planejado uma equipe diversificada para atender as tarefas demandadas, sendo: 2 arquitetos(as) e/ou urbanista e 1 engenheiro(a) para a viabilidade física do projeto, 1 turismólogo(a) para a viabilidade conceitual do projeto, um representante do COMTUR de Queluz para fazer a ponte com os representantes do trade turístico, e a secretaria de turismo, para fazer a ponte com as outras secretarias e com a cidade como um todo. É necessária parceria intensa entre os representantes dessa equipe para que a mesma consiga fazer com que o grande diferencial do Parque da Cidade alavanque Queluz como um destino turístico.

# Considerações finais

O parque linear expõe-se como espaço aberto, livre e recreativo, trazendo a aproximação da natureza e o homem através do uso do espaço para atividades de lazer, cultura e bem-estar. O projeto está diretamente ligado a situação atual diagnosticada no município, carente de lazer para os próprios moradores, em que, a população local e por consequência os visitantes devem ser o ponto central de qualquer planejamento, pois eles se servem daquela área e não raro essas pessoas se tornam os principais colaboradores conservacionistas, em outras palavras, são os melhores zeladores e cuidadores do parque. O foco foi utilizar o espaço do rio que ainda não foi habitado para a criação do parque linear levando em consideração os impactos positivos que podem acarretar para seus habitantes, turistas e a cidade como um todo. O parque linear trás uma proposta de resgate de memória e uma importância para o rio criando oportunidade de transmitir a autenticidade, criar pontos de interesse e enriquecer a composição urbana do destino turístico.

Acredita-se que os parques públicos, de modo geral, sempre estão relacionados com algo prazeroso, com diversas opções de uso e atividades, bem como promotor de relações sociais. Os parques são verdadeiros centros sociais abertos, propícios para relações horizontais e verticais em um mundo cada vez mais individualista. Tem a função de ser um elemento estruturador da paisagem urbana, destinando-se ao lazer da população, pensando em estruturar o parque com elementos que fiquem à disposição como a pista de caminhada, equipamentos para ginástica ao ar livre, playground para as crianças, áreas de descanso, leitura e contemplação.