

**Instrução Operacional**  
**CAMPANHAS DE CONSCIENTIZAÇÃO**

**CAMPANHAS DE CONSCIENTIZAÇÃO**

**SUMÁRIO**

	Página
INTRODUÇÃO	3
1. ÁREA DE ATUAÇÃO	4
2. DOCUMENTOS A SEREM APRESENTADOS AO BNB	4
3. RECOMENDAÇÕES TÉCNICAS	5
4. LIMITES FINANCEIROS	6
5. AVALIAÇÃO DE RESULTADOS	6
6. SUPERVISÃO	6

**CRITÉRIOS DE ELEGIBILIDADE PARA CAMPANHAS DE CONSCIENTIZAÇÃO****INTRODUÇÃO**

O PRODETUR/NE-II foi concebido com base nos resultados do PRODETUR/NE – I, detectados a partir de uma série de avaliações promovidas pelo BID nos pólos da amostra representativa do Programa (Costa das Dunas/RN, Costa dos Coqueirais/SE e Costa do Descobrimento/BA), visando assegurar que os futuros investimentos no setor promoverão o crescimento do turismo de forma sustentável e responsável a longo prazo. Dentre as avaliações realizadas, destaca-se a **avaliação das condições sócio-culturais das populações dos municípios beneficiados**, em decorrência dos investimentos realizados pelo PRODETUR/NE-I. Com base em entrevistas com segmentos da sociedade civil e dados indiretos coletados de trabalhos de avaliação já realizados, foi possível identificar o perfil dos principais problemas que afligem estas populações e em que medida estas foram beneficiadas com as obras realizadas.

As entrevistas e avaliação realizadas culminaram com a preparação de um relatório, datado de janeiro/2001, que levou à criação de uma série de novos mecanismos e à introdução de novos conceitos para a operacionalização do PRODETUR/NE-II.

As campanhas de conscientização se inserem como uma das ações a serem empreendidas para promover o crescimento do turismo de forma sustentável.

A presente Instrução Operacional tem a finalidade de esclarecer os termos e as condições que regerão as atividades do subcomponente **Campanhas de Conscientização**, integrante do Componente **2. Planejamento Estratégico, Treinamento e Infra-estrutura para o Crescimento Turístico**, do Programa de Desenvolvimento Turístico na Região do Nordeste-Segunda Etapa - PRODETUR/NE II. Tais atividades serão voltadas para os municípios contemplados nos Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) dos Estados participantes do Programa.

Neste documento serão prestados esclarecimentos quanto aos:

1. Temas a serem abordados
2. Documentos a serem apresentados ao BNB
3. Recomendações Técnicas
4. Limites Financeiros
5. Avaliação de Resultados
6. Supervisão

## 1. TEMAS A SEREM ABORDADOS

Tendo sempre como meta a sustentabilidade da atividade turística, a elaboração e implementação das campanhas informativas e educativas específicas para os Pólos Turísticos, podem abranger os seguintes temas, dentre outros:

- Importância da indústria turística como promotora do desenvolvimento sustentável;
- Desenvolvimento de uma cultura de hospitalidade;
- Importância da capacitação profissional e empresarial para o turismo;
- Promoção da limpeza pública;
- Importância da preservação do meio ambiente e do patrimônio histórico;
- Importância da valorização da cultura local;
- Combate aos impactos negativos do turismo (violência, prostituição, drogas, degradação ambiental, ocupações irregulares, especulação imobiliária etc);

## 2. DOCUMENTOS A SEREM APRESENTADOS AO BNB

### a) Termo de Referência, compreendendo os seguintes itens:

- Contextualização sobre a problemática que se quer reverter a partir das campanhas de conscientização;
- Apresentação do Objetivo Geral e Objetivos Específicos;
- Identificação do perfil do público-alvo das campanhas;
- Definição da abrangência territorial (município, distrito, bairro onde serão realizadas as campanhas);
- Definição da temática, do conteúdo e da forma de abordagem, em função das problemáticas identificadas e do público-alvo;
- Estimativa global dos custos para execução das campanhas;
- Estimativa de prazo para a execução das campanhas;
- Sistemática de avaliação de resultados, com indicadores;
- Sistemática de supervisão.

**NOTA:** O objetivo desta primeira etapa consiste em desenvolver um Termo de Referência que envolva todas as ações necessárias para a elaboração das campanhas de conscientização, com vistas a posterior contratação de uma consultoria especializada para a elaboração do Projeto Executivo. O TR deverá ser submetido à aprovação do BNB, previamente ao lançamento do edital para licitação das campanhas.

**b) Projetos Executivos das Campanhas de Conscientização para cada Pólo Turístico.**

**NOTA 1:** O Projeto Executivo deverá conter todo o detalhamento necessário para a execução das campanhas de conscientização (temas, conteúdo, forma de abordagem, mídia a ser veiculada, público-alvo, material informativo, custo detalhado, prazos etc).

**NOTA 2:** Atenção especial deverá ser dada ao tipo de mídia adotada para a veiculação das campanhas, visando à otimização dos recursos financeiros disponíveis.

**3. RECOMENDAÇÕES TÉCNICAS**

- a) Sugere-se que, caso os temas das campanhas de conscientização inseridos nos PDITS tenham sido elaborados há mais de um ano, seja feita uma atualização das informações, que poderá ser viabilizada através de consulta ao Conselho de Turismo do Pólo;
- b) A elaboração do Plano de Trabalho será articulada e coordenada de forma a evitar superposição de ações, uma vez que há programas de conscientização previstos em outros subcomponentes do Programa (Saneamento, Transporte, Recuperação e Proteção Ambiental), bem como em outros programas executados pelos Órgãos Executores. Sendo assim, recomenda-se que a elaboração do Plano de Trabalho se dê em estreita articulação entre as diversas áreas da UEE, com a participação dos Órgãos Executores Estaduais.
- c) Há que se considerar também que existem políticas setoriais específicas, previstas em lei.

**Exemplo:**

- As campanhas de conscientização relacionadas ao meio ambiente devem ser articuladas de forma participativa, através da Comissão Estadual Interinstitucional de Educação Ambiental, em respeito ao que determina a Lei nº 9.795, de 27/04/1999, regulamentada pelo Decreto nº 4.281, de 25/06/2002.
- d) As campanhas de conscientização podem dar suporte a algumas ações específicas, como os projetos de:
    - Capacitação Profissional e Empresarial;
    - Fortalecimento da Capacidade Municipal para a Gestão do Turismo, do Patrimônio Natural e Cultural;

- e) Um esforço deve ser empreendido no sentido de verificar a integração entre as campanhas de conscientização e os planos e projetos concluídos, em elaboração ou em andamento, nos municípios.

**Exemplos:**

- Não se pode preparar campanhas de conscientização para não se jogar lixo nas ruas se não há cestos de lixo implantados, previstos em projeto, ou em implantação.
- Uma campanha de combate às drogas, prostituição e violência deve estar articulada com um Plano de Segurança, realizado pela respectiva secretaria.

#### **4. LIMITES FINANCEIROS**

Os limites financeiros previstos na matriz do contrato 1392-OC/BR correspondem a 1,3% do valor contratado. Os recursos do financiamento serão destinados ao desenho e à implantação (da concepção ao alcance do público-alvo) de campanhas educativas e informativas relativas ao desenvolvimento turístico para divulgação ao público em geral (população residente e turistas).

#### **5. AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS**

A avaliação de resultados se dará através da verificação da evolução dos indicadores relacionados com os temas abordados pelas campanhas de conscientização.

É importante também avaliar a percepção do turista, o que poderá ser obtido através da incorporação ao questionário das pesquisas turísticas de perguntas relacionadas aos temas abordados pelas campanhas de conscientização.

#### **6. SUPERVISÃO**

Apresentar planejamento da supervisão contemplando os mecanismos e recursos (humanos e físicos) que serão utilizados para acompanhamento das atividades e para garantir a coleta de informações-base para a avaliação dos resultados das campanhas.