

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS

ESCOLA POLITÉCNICA E DE ARTES

CURSO DE DESIGN

LUANNA GABRIELLY DOS SANTOS NEVES

**CULTURA EM MOVIMENTO: ESTRATÉGIAS DE DESIGN PARA PROMOVER A  
ARTE EM CIDADES DO INTERIOR**

Goiânia

2024

LUANNA GABRIELLY DOS SANTOS NEVES

**CULTURA EM MOVIMENTO: ESTRATÉGIAS DE DESIGN PARA PROMOVER A  
ARTE EM CIDADES DO INTERIOR**

Monografia e Projeto apresentados ao Curso de Design da Escola Politécnica e de Artes da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, para a obtenção do grau de Bacharel em Design.

**Orientador: Prof. Genilda Alexandria**

Goiânia

2024

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço ao meu pai, Marco Antônio, e à minha mãe, Suelene, por todo o apoio e esforços dia após dia em todos os momentos da minha vida. Ao Sérgio Ferreira e aos professores do curso de Design da PUC Goiás que desde o início contribuíram de forma significativa na construção do meu conhecimento. Em especial, a Prof. Genilda Alexandria, que além de minha orientadora, sempre foi um grande apoio durante todo o período da graduação. Por fim, agradeço aos meus colegas e amigos que compartilharam comigo diversos momentos durante o percurso da vida acadêmica e pessoal.

“...Com a roupa encharcada e a alma repleta de chão, todo artista tem de ir aonde o povo está, se foi assim, assim será...”

- Milton Nascimento, Fernando Brant, Roupas Novas

## RESUMO

“Cultura em movimento: estratégias para promover a arte em cidades do interior” explora a criação de uma iniciativa que promove o acesso à cultura em cidades do interior do estado de Goiás. O projeto se estrutura como um ônibus itinerante que percorre diferentes localidades, oferecendo uma programação que inclui diversos tipos de expressões artísticas e culturais. O foco principal do estudo foi compreender as dinâmicas culturais e sociais dessas comunidades, destacando a importância de atividades que valorizem a criatividade e a expressão artística como ferramentas de transformação social. O estudo abordou aspectos como o impacto das atividades culturais na saúde mental, a origem de espaços que promovem a arte, a investigação sobre a população de uma cidade de Goiás e as formas de engajamento com as tradições locais, além de estratégias de design para a identidade visual do projeto. A partir dessas análises, o projeto visa criar um espaço inclusivo e acessível que fortaleça a identidade cultural, promova conhecimento e o sentimento de pertencimento entre os participantes.

## **ABSTRACT**

“Culture in motion: strategies to promote art in interior cities” explores the creation of an initiative that promotes access to culture in cities in the interior of the state of Goiás. The project is structured like an itinerant bus that travels to different locations, offering a program that includes different types of artistic and cultural activities. The main focus of the study was to understand the cultural and social dynamics of these communities, highlighting the importance of activities that value creativity and artistic expression as tools for social transformation. The study addressed aspects such as the impact of cultural activities on mental health, the origin of spaces that promote art, research into the population of a city in Goiás and forms of engagement with local traditions, as well as design strategies for visual identity of the project. Based on these analyses, the project aims to create an inclusive and accessible space that strengthens culture, promotes knowledge and a sense of belonging among participants.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Museu particular do naturalista Ferrante Imperato, em Nápoles.....	13
Figura 2 - Exposição temporária no Centro Cultural Oscar Niemeyer.....	16
Figura 3 - Museus por estado .....	17
Figura 4 - Gráficos da pesquisa "Hábitos Culturais" .....	18
Figura 5 - Localização de Crixás no mapa .....	20
Figura 6 - Fachada do Espaço Cultural Ursulino Leão.....	21
Figura 7 - Parede do Espaço Cultural Ursulino Leão .....	22
Figura 8 - Biblioteca dentro do Espaço Cultural Ursulino Leão .....	23
Figura 9 - Foliões se apresentando .....	26
Figura 10 - Cavaleiros Cristões (azul) e Mouros (vermelho) de Crixás.....	27
Figura 11 - Detalhes da vestimenta dos cavaleiros e seus cavalos.....	28
Figura 12- Mascarados .....	29
Figura 13 - Missão e visão .....	32
Figura 14 - Arquétipo.....	33
Figura 15 - Tom de voz.....	34
Figura 16 - Museu sentimentos da terra .....	36
Figura 17 - Caminhão de histórias .....	37
Figura 18 - Ciência móvel FIOCRUZ.....	38
Figura 19 - Ciência móvel PUCRS .....	39
Figura 20 - Vagão Panorâmico - Trem da Vale .....	41
Figura 21 - Tabela comparativa.....	42
Figura 22 - Pontos positivos e negativos .....	42
Figura 23 - Pesquisa realizada com moradores de Crixás .....	43
Figura 24 - Rascunho das atividades .....	60
Figura 25 – Parte interna do folder de informações.....	65
Figura 26 - Parte externa do folder de informações.....	65
Figura 27 - Mockup folder.....	66
Figura 28 - Painel de referências .....	66
Figura 29 - Rascunhos do desenvolvimento da logo.....	67
Figura 30 – Resultado da logo.....	67
Figura 31 - Versão sem tagline .....	68
Figura 32 - Versão em preto e branco .....	68
Figura 33 - Paleta de cores .....	69
Figura 34 - Tipografia .....	70
Figura 35 - Ilustrações .....	71
Figura 36 - Aplicações em produtos .....	72
Figura 37 - Manual de marca.....	73
Figura 38 - Anotação sobre a estrutura e equipamentos.....	84
Figura 39 - Rascunho da parte interna do ônibus .....	84
Figura 40 - Montagem tridimensional do interior do ônibus.....	85
Figura 41 - Montagem tridimensional da noite do cinema .....	85
Figura 42 - Montagem tridimensional da feira e show de talentos .....	86
Figura 43 - Montagem tridimensional das oficinas.....	87

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
1.1	Objetivo geral.....	10
1.2	Objetivos específicos.....	11
1.3	Justificativa.....	11
<b>2</b>	<b>MUSEUS .....</b>	<b>12</b>
2.1	O que são museus? .....	12
2.2	Dos gabinetes de curiosidade aos dias de hoje.....	12
2.3	Museus no Brasil.....	16
2.4	Benefícios das atividades culturais.....	17
<b>3</b>	<b>ESTUDO DE CASO: CRIXÁS.....</b>	<b>19</b>
3.1	Crixás e sua história .....	19
3.2	Folia do Divino Espírito Santo .....	24
3.3	Cavalhadas.....	26
<b>4</b>	<b>PROJETO.....</b>	<b>30</b>
4.1	Naming .....	31
4.2	Definição de Propósito e Arquétipo .....	31
4.3	Tom de Voz .....	33
4.4	Apresentação da metodologia .....	34
4.5	Pesquisa de similares .....	35
4.5.1	Museu sentimentos da terra .....	35
4.5.2	Caminhão de histórias - A casa que anda, que mistérios tem Clarice?.....	36
4.5.3	Ciência móvel - Museu da Vida Fiocruz.....	37
4.5.4	Museu Itinerante: Museu de ciência e tecnologia: PUCRS.....	38
4.5.5	Projeto sentidos urbanos: patrimônio e cidadania .....	39

4.5.6	Programa de educação patrimonial: Trem da Vale .....	40
4.6	Pesquisa de campo com moradores de Crixás .....	43
<b>5</b>	<b>TOKA: ARTE QUE VIAJA, CULTURA QUE CONECTA .....</b>	<b>60</b>
5.1	Descrição do projeto .....	60
5.1.1	Oficina de instrumentos de percussão .....	61
5.1.2	Oficinas de arte .....	61
5.1.3	Cinema ao ar livre .....	62
5.1.4	Feira de produtores e artistas locais .....	62
5.1.5	Show de talentos .....	62
5.1.6	Mural Coletivo .....	63
5.2	Proposta de acesso na cidade .....	63
5.3	Financiamento .....	64
5.4	Funcionamento e processo de inscrição .....	64
5.5	Identidade Visual .....	66
5.5.1	Logo .....	66
5.5.2	Versões .....	68
5.5.3	Paleta de Cores .....	69
5.5.4	Tipografia .....	70
5.5.5	Ilustrações .....	70
5.5.6	Aplicações .....	71
5.5.7	Manual: Utilização da marca .....	73
5.1	Estrutura e equipamentos .....	83
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>88</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>89</b>

## **1 INTRODUÇÃO**

Os projetos de design são capazes transformar realidades, impactando diretamente as comunidades e fortalecendo suas identidades culturais. No entanto, para que isso aconteça, é essencial compreender as necessidades do público-alvo, garantindo que as soluções apresentadas estejam conectadas com seus contextos e realidades. Sendo assim, o design não se limita apenas à criação estética, pois torna-se um agente de transformação social e inclusão

A motivação para o desenvolvimento deste projeto nasceu de uma identificação pessoal com o tema. Tendo vivido durante muito anos em Crixás, uma cidade do estado de Goiás, vivenciei de perto a escassez de programações artísticas ofertadas na região. Isso, despertou o desejo de desenvolver um projeto que promovesse a valorização artísticas e cultural, oferecendo novas oportunidades de conhecimento e expressão para essas localidades, que muitas vezes possui um acesso limitado a essas experiências.

Este trabalho apresenta o desenvolvimento de um projeto cultural itinerante, que oferece oficinas, apresentações e atividades artísticas em cidades do interior. A ideia central é utilizar o design como um elemento unificador, composto por valores de inclusão e criatividade em uma identidade visual forte, uma comunicação acessível e uma experiência única para as comunidades atendidas.

A metodologia utilizada incluiu a pesquisa de similares e estudos de caso com o público-alvo, na intenção de entender melhor seus desejos e opiniões. A partir disso, foi possível estruturar as atividades e criar uma identidade visual que traduzisse a essência do projeto, representando visualmente os objetivos.

O resultado é um projeto que busca levar, além de entretenimento, um impacto significativo para as comunidades atendidas, criando oportunidades de expressão, conhecimento e conexão. Assim, este trabalho reforça o papel do design não apenas como uma solução visual, mas como um meio de transformar relações sociais e culturais.

### **1.1 Objetivo geral**

Este trabalho tem como objetivo estudar formas eficazes de fomentar a disseminação da arte para a comunidade de cidades interioranas, do Estado de Goiás.

## **1.2 Objetivos específicos**

- Desenvolver uma pesquisa bibliográfica sobre exposições e mostras culturais itinerantes;
- Estudar história, cultura e tradições da cidade de Crixás visando entender melhor o público do projeto;
- Levantar exemplos de atividades e eventos voltados para arte que estimulem a participação da população;
- Estudar teorias, conceitos e métodos do design para projetos efêmeros e itinerantes;

## **1.3 Justificativa**

A pesquisa proposta visa analisar estratégias destinadas a promover o acesso a manifestações artísticas e culturais para os moradores de cidades pequenas, tendo como motivação inicial a minha percepção, já que durante 18 anos morei em uma cidade com escassos recursos culturais e ao me mudar para uma cidade maior, senti uma significativa diferença em relação ao acesso à arte.

Segundo uma pesquisa divulgada em dezembro de 2023 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), somente 29,3% dos municípios brasileiros possuem museus<sup>1</sup>. Esta disparidade vivida, suscita a importância de compreender o motivo dessa discrepância e estudar soluções eficazes para promover uma democratização efetiva do acesso cultural, independentemente do local de residência.

A relevância desse estudo é evidenciada pelos benefícios proporcionados pela arte no desenvolvimento pessoal e social, capaz de estimular a criatividade e socialização, proporcionar entretenimento, ajudar na saúde mental e qualidade de vida dos indivíduos. Ademais, a existência de museu em um local também é importante do ponto de vista turístico, educacional e econômico, podendo preservar e promover a história, cultura e arte de uma região.

---

<sup>1</sup> Disponível em: <https://valor.globo.com/brasil/noticia/2023/12/01/ibge-so-30percent-dos-municipios-tem-museus-numero-de-teatros-e-cinemas-e-ainda-menor.ghtml> Acesso em: 12 abr, 2024.

## 2 MUSEUS

### 2.1 O que são museus?

Segundo o Estatuto de Museus (Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009) o termo "museu" é utilizado para designar: "Instituições sem fins lucrativos que conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valores históricos, artísticos, científicos, técnicos, ou de qualquer outra natureza cultural, aberta ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento" (IBRAM, 2009)

"Museu" de acordo com o Blog com Ciência do Museu WEG de ciência e tecnologia é de origem grega - *mouseion* - que significa "templo das musas", que durante a mitologia grega eram as "filhas da memória". Esses espaços eram instituições de estudo e templos religiosos. Com o passar do tempo, eles evoluíram e se tornaram instituições dedicadas à preservação e exibição de objetos de valor cultural e histórico.

Por meio de suas pesquisas Gaspar, (1993, p.6), define a palavra museu:

O termo museu vem do latim "museum" que por sua vez se origina do grego "mouseion", denominação, na antiga Grécia, do templo ou santuário das musas. Segundo a mitologia grega havia nove musas que presidiam as chamadas artes liberais: história, música, comédia, tragédia, dança, elegia, poesia lírica, astronomia e a poesia épica e a eloquência. O termo estava mais ligado ao clima ou à atmosfera do local do que às suas características físicas. Era sobretudo um lugar de inspiração onde a mente podia se desligar da realidade cotidiana. (GASPAR, 1993, p.12)

Em sua tese de doutorado, Gaspar (1993) afirma que o "Museu de Alexandria" é a primeira instituição que se tem registro que leva essa denominação, mas além de algumas finalidades parecidas com os museus que conhecemos nos dias de hoje, como a guarda de algumas espécies de objetos, o local também possuía uma biblioteca e um parque botânico e zoológico. Séculos depois o termo museu volta a ser utilizado, sendo associado a coleções.

### 2.2 Dos gabinetes de curiosidade aos dias de hoje

Ademais, durante o período do Renascimento surgiram na Europa os chamados "gabinetes de curiosidades" - ou *wunderkammer* - que tiveram um papel fundamental no desenvolvimento da ciência moderna, mesmo não exercendo um

papel 'científico'. Neles, eram armazenados e exibidos uma variedade de objetos e artefatos coletados ao longo da vida, como livros, fósseis, animais empalhados, quadros, esculturas, entre outros. O lugar era destinado ao estudo e ao exercício intelectual, não era um espaço aberto ao público, o acesso era apenas por convite pessoal de seu dono. (ARTE REF, 2024)

Figura 1 - Museu particular do naturalista Ferrante Imperato, em Nápoles



Fonte: Disponível em <https://medium.com/museus-e-museologia/os-gabinetes-de-curiosidade-e-o-renascimento-d85eb3f34ff3> acesso em 4 de abr., 2024

Os gabinetes de curiosidade muitas vezes eram divididos em quatro categorias, *Naturalia*, que seriam produtos da natureza e criaturas raras que pareciam monstros, *Artificialia* que eram os objetos artificiais criados por humanos, incluindo antiguidades e arte, *Exotica* sendo objetos exóticos, animais e plantas coletados de lugares distantes e o *Scientifica* que eram habilidades do homem, incluindo relógios e instrumentos científicos. Neles havia uma mistura de fatos e ficção, onde muitas vezes

as plantas e animais conservados eram costurados para fazer criaturas fantásticas. (ARCHDAILY, 2022)

Sendo assim, os Gabinetes são antecessores aos museus, mas podemos observar que com os museus modernos há uma maior disseminação de conhecimento e apreciação cultural, sendo mais acessível e democrático, já que antes eram locais restritos e mais elitizados. Além disso, hoje em dia é muito comum exposições itinerantes e temporárias, ou seja, algumas delas se deslocam de cidade para alcançar ainda mais gente.

Por muito tempo o museu foi considerado somente como um lugar para guardar coisa velha e antiga, um espaço "engessado", mas hoje nota-se que ele é um espaço destinado a ensinar, aprender, sentir e experimentar. Pode ser usado para a disseminação de múltiplos conhecimentos, de partilha, de problematização, desconstrução e valorização. É uma instituição viva e dinâmica que mexe com a memória e imaginação das pessoas, fonte de conhecimento e inspiração.

“Os museus são casas que guardam e apresentam sonhos, sentimentos, pensamentos e intuições que ganham corpo através de imagens, cores, sons e formas. Os museus são pontes, portas e janelas que ligam e desligam mundos, tempos, culturas e pessoas diferentes” (IBRAM, 2010)

Museus também são responsáveis por preservar a história e a cultura da humanidade. É um lugar de aprender e valorizar a nossa história. Por muitos anos, resguarda objetos importantes que foram inventados, descobertos e utilizados pelo homem. Não pode ser visto apenas como um espaço onde são montadas exposições para serem visitadas, mas também um ambiente de pesquisa e difusão de conhecimento.

Isso está proposto nos princípios fundamentais dos museus pela lei federal nº 11.904 de 14 de janeiro de 2009:

I – a valorização da dignidade humana; II – a promoção da cidadania; III – o cumprimento da função social; IV – a valorização e preservação do patrimônio cultural e ambiental; V – a universalidade do acesso, o respeito e a valorização à diversidade cultural; VI – o intercâmbio institucional (BRASIL, 2009, p.1).

De acordo com a pesquisa “Narrativas para o futuro dos museus”, feita pelo Oi Futuro em parceria com a Consumoteca, disponível no site da Oi Futuro<sup>2</sup> o “museu é um lugar para se visitar uma vez só”, isso é o que dizem os 50% das 600 pessoas entrevistadas. Além disso, somente 32% acham que é uma experiência que desperta vontade de repetir. Com isso, pode-se notar que exposições temporárias podem ser uma maneira de quebrar a monotonia, o que irá atrair ainda mais visitantes.

Como disse Bauman (2007), um sociólogo e filósofo polonês, vivemos em um tempo em que tudo parece fluido e efêmero, tempos líquidos que são marcados pelo fluxo constante de informações e mudanças rápidas. Podemos associar isso com as galerias e centros culturais, que acabam chamando mais atenção do público, justamente por possuírem exposições provisórias, que representam um importante veículo de dinamização dos museus, sendo mais surpreendentes e interessantes.

Existem diversos locais onde esse tipo de atividade pode ser ofertado, atualmente muitos bares, pequenos ateliês e coletivos, galerias, feiras de arte, entre outros, tem em sua programação a divulgação de trabalhos artísticos através de pequenas exposições exibidas por um período limitado. Isso desempenha um papel fundamental na promoção da cultura e na democratização do acesso à arte. Além disso, proporciona o reconhecimento de diversos artistas, sejam eles já conhecidos ou não, além de ser uma oportunidade para estar em contato com o público, estimulando a reflexão e o debate sobre as artes.

---

<sup>2</sup> Disponível em: <https://oifuturo.org.br/pesquisa-museus-2019/>

Figura 2 - Exposição temporária no Centro Cultural Oscar Niemeyer



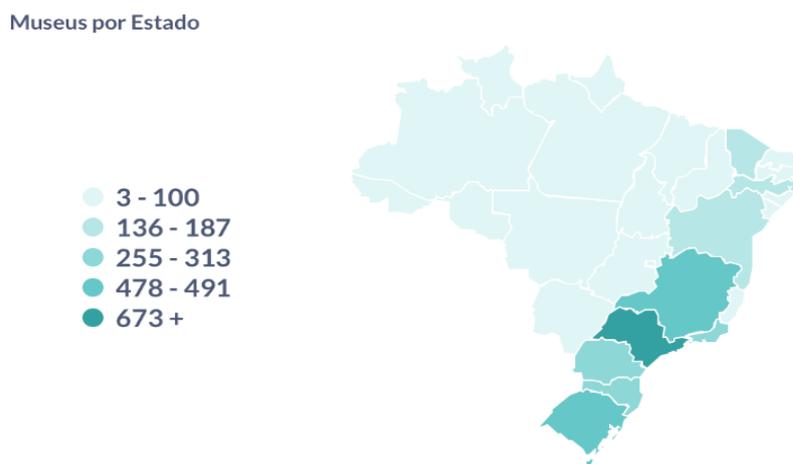
Fonte: fotografia da autora

### 2.3 Museus no Brasil

O Cadastro Nacional de Museus (CNM), um instrumento do Sistema Brasileiro de Museus que tem por objetivo contribuir com o diagnóstico do setor museológico e com o planejamento de ações e de políticas públicas de cultura, desde a sua criação

em 2006, já mapeou mais de 3.700 instituições museológicas em todo o país. A partir de 2015, ainda foi adotado a plataforma Museusbr, com páginas eletrônicas para os museus, onde é divulgado eventos, além do mapeamento e a atualização das informações sobre os museus.

Figura 3 - Museus por estado



Fonte: disponível em <https://cadastro.museus.gov.br/painel-analitico/>  
acesso em 30 de mai., 2024

De acordo com o Sistema de Informações e Indicadores Culturais divulgado em dezembro de 2019 pelo IBGE, 43,8% das pessoas de até 14 anos que foram entrevistadas, viviam em municípios sem cinema e 35,9% em municípios sem museu. Portanto, nota-se que nem todas as pessoas têm acesso a esse tipo de atividade.

Para aqueles que vivem em cidades pequenas e áreas rurais as oportunidades culturais são limitadas, existem poucos incentivos, faltam investimentos e infraestrutura, o que acarreta a ausência de espaços artísticos. Essa falta de acesso pode gerar alguns pontos negativos, como a limitação de enriquecimento cultural e educacional para os moradores e até mesmo afetar negativamente o desenvolvimento econômico local. Para que esse tema seja ainda mais relevante e falado, é importante que as pessoas reconheçam o valor cultural que essas atividades proporcionam.

## 2.4 Benefícios das atividades culturais

Segundo uma pesquisa feita em setembro de 2023, intitulada “Hábitos Culturais” que foi realizada pela Fundação Itaú em parceria com o Datafolha, 54% dos

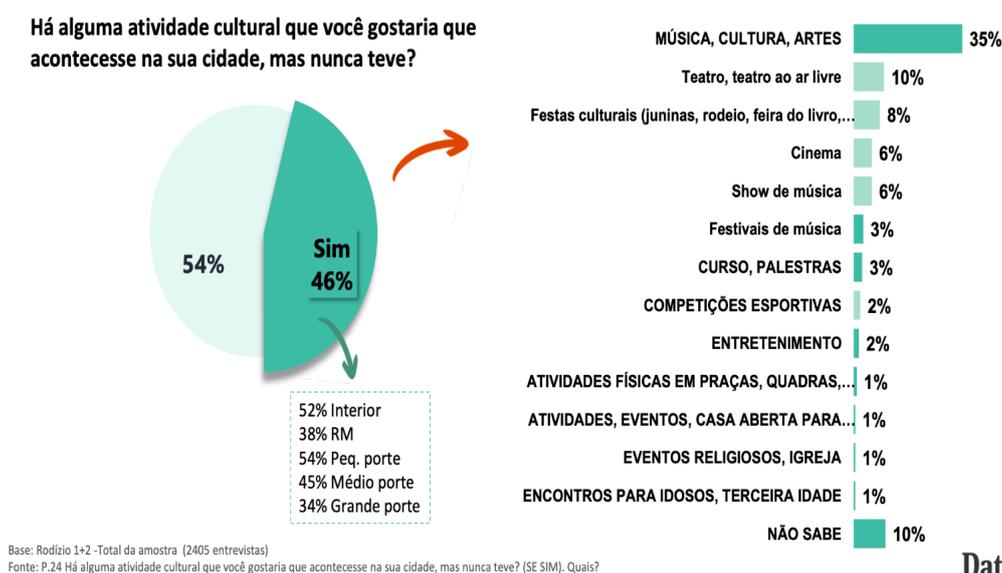
2.405 entrevistados afirmam que as atividades culturais melhoram o bem-estar. Ademais, para 61% das pessoas ouvidas, os programas culturais reduzem o estresse e a sensação de tristeza e solidão. Sendo assim, podemos traçar uma relação entre os hábitos culturais e a saúde mental.

Muitas vezes acabamos deixando de lado o tempo livre e de descontração em busca de uma maior produtividade em campos de nossa vida, como trabalho e estudos. Mas, além de nos fazerem bem mentalmente, as atividades culturais ainda são capazes de melhorar a nossa comunicação interpessoal, reunindo e conectando pessoas com os mesmos interesses. Além disso, nos ajudam a desconectar de preocupações cotidianas.

A arte não altera apenas o humor imediato dos indivíduos, mas objetiva sentimentos e outras potencialidades humanas. Ela é capaz de provocar alterações no psiquismo dos sujeitos [...] a arte encontra-se em condição de síntese entre o biológico e o cultural, contendo em si o conjunto das características humanas mais complexas, construído ao longo da história por meio do trabalho e da atividade. (BARROCO; SUPERTI, 2014, p. 23)

Além disso, na pesquisa "Hábitos Culturais", 46% dos entrevistados também relatam que sentem falta de atividades culturais em suas cidades, principalmente os moradores do interior e municípios menores. Sendo música, cultura e arte as atividades mais mencionadas.

Figura 4 - Gráficos da pesquisa "Hábitos Culturais"



Datafolha

Fonte: disponível em <https://www.fundacaoitau.org.br/observatorio/habitos-culturais-2023---4-edicao>  
 acesso em 02 de jun, 2024.

### 3 ESTUDO DE CASO: CRIXÁS

Para compreender melhor o público-alvo do projeto a cidade de Crixás foi escolhida para ajudar no estudo. A escolha da cidade como estudo de caso foi motivada, em parte, pela minha conexão pessoal com o local, o que permite uma análise mais contextualizada e sensível às necessidades da comunidade.

#### 3.1 Crixás e sua história

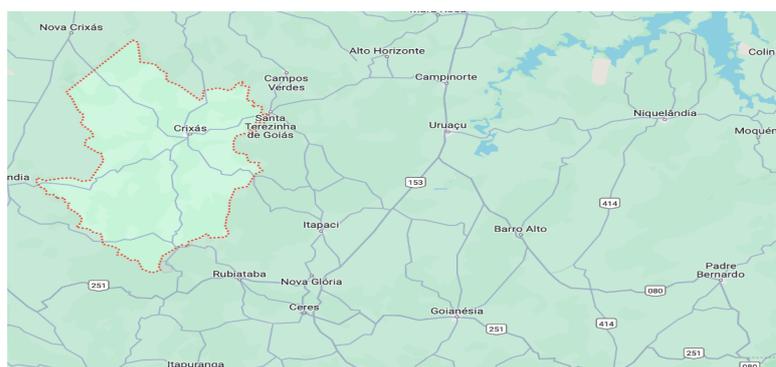
A cidade de Crixás, típica cidade do interior brasileiro, fica localizada no estado de Goiás. De acordo com o último censo do IBGE realizado no ano de 2022, a cidade possui em torno de 17.000 habitantes, com uma densidade demográfica de 3,65 habitantes/km<sup>2</sup>, numa área territorial de 4.673,039 km<sup>2</sup>. A região era habitada por duas nações indígenas: Kirirás e os Curuchás, cujo nome da cidade é derivado desses povos, que viviam às margens do Rio Vermelho.

EU EXISTIA...  
e... poucos sabiam;  
que aqui viviam  
eram os nativos  
Os Kirirás que:  
gordos, sadios, vadios,  
quase nus,  
comendo as caças,  
do rio dos peixes,  
do mato os frutos;  
tirando raízes,  
fazendo remédios;  
fazendo feitiços,  
adorando o Sol,  
adorando a Lua,  
seguindo o Pajé,  
o chefe da tribo;  
dormindo na esteira, formando fileiras,  
fazendo o tacape,  
fazendo os seus arcos, fazendo suas flechas, quebrando cocos,  
tirando o óleo;  
do Urucum tirando a tinta

pra se enfeitar,  
das aves as penas,  
para se vestir pra se cobrir!... Inocentes coitados  
viviam felizes,  
nem imaginavam  
que uma nova história estava por vir! Era o ciclo do ouro,  
A febre do ouro,  
essa cor amarela,  
esse metal precioso,  
de tanto valor...  
Eram os Bandeirantes  
que vinham chegando,  
se embrenhado  
e desbravando,  
com muita fé... [...]  
(OLIVEIRA, 2001, p. 39, 40)

Sobre a fundação do povoado, existem duas versões históricas. Na primeira, é dito que em 1726 ocorreu a colonização com a passagem da bandeira chefiada por Bartolomeu Bueno, filho do Anhanguera, quando ali se descobriram ricas minas de ouro. Manoel Rodrigues Tomás, companheiro de Bartolomeu, teria fundado o povoado, denominado como Nossa Senhora da Conceição, mais tarde Crixás. Na segunda versão, o sertanista Domingos Pires teria instituído a povoação em 1734. Primeiro era um arraial, depois tornou-se paróquia e permaneceu assim por quase dois séculos. Ademais, ainda foi sede da vila de Pilar de Goiás, para depois, pela Lei Estadual nº 850, de 30 de outubro de 1953, tornar-se o Município de Crixás, instalado oficialmente em 1º de janeiro de 1954.

Figura 5 - Localização de Crixás no mapa



Fonte: Google Maps

Sendo um dos municípios de maior produção de ouro da América do Sul, que segundo a Revista Minérios, possui uma das 200 maiores grandes minas do Brasil, a sua economia local se baseia na extração de minérios e na agropecuária. Em 2021, de acordo com dados do IBGE, o PIB per capita era de R\$40.809,95. Na comparação com outros municípios do estado, ficava nas posições 79 de 246 entre os municípios do estado de Goiás.

A unidade Serra Grande, pertencente à mineradora Anglo Gold Ashanti é a atividade econômica de maior peso na cidade, empregando muitos habitantes e trazendo trabalhadores de fora da cidade. Além disso, a empresa é responsável pelo mantimento de uma das escolas da cidade, gerenciada pelo Sesi Goiás. Era patrocinadora da Escola Talentos de Ouro, fechada em janeiro de 2023, onde eram proporcionadas aulas de música, incluindo canto e instrumentos, aulas de dança e de pintura. Nela, qualquer pessoa da população poderia se matricular, sendo proporcionada de forma gratuita.

Em Crixás existe um local voltado à exposição de objetos e fotografias da história local, o Casario, uma das antigas casas coloniais que está localizada na Rua Ricardo Neves. A casa foi restaurada com o patrocínio da Mineração Serra Grande, por incentivo da Lei Rouanet<sup>3</sup> (Lei nº 8.313 de 23 de dezembro de 1991), ela foi denominada como “Espaço Cultural Ursulino Leão”, em homenagem ao escritor, advogado e político crixasense.

Figura 6 - Fachada do Espaço Cultural Ursulino Leão



Fonte: fotografia da autora

---

<sup>3</sup> A Lei Federal de Incentivo à Cultura funciona a partir de renúncia fiscal de empresas que destinam parte de seus impostos para o fomento da cultura. Dessa forma, elas abatem até 4% do Imposto de Renda da próxima declaração. Assim, dinheiro algum é retirado do orçamento do governo para patrocinar obras e artistas.

Figura 7 - Parede do Espaço Cultural Ursulino Leão



Fonte: fotografia da autora

De acordo com pesquisas e visita ao local, nota-se que o casario conta com um ambiente voltado ao acervo da Biblioteca Municipal e outro cujo nome é "Museu da Memória" que abriga objetos antigos, como máquina de costura, utensílios domésticos, vasos de barro, artesanatos de palha, entre outros. Ademais, também conta com um espaço amplo no fundo, onde ocorrem alguns eventos. A casa sempre serviu para promover eventos culturais para a população, antigamente aconteciam lá as festas da padroeira da cidade, festa do Divino, folias, danças de tambores, entre outros. O espaço fica aberto para visitação de segunda a sexta das 8:00 às 17:00.

Ao andar pelo local pode-se observar alguns desenhos, pinturas e fotografias, que retratam a cidade de Crixás, suas antigas casas, ruas e antigos moradores.

Figura 8 - Biblioteca dentro do Espaço Cultural Ursulino Leão



Fonte: fotografia da autora

### 3.2 Folia do Divino Espírito Santo

De acordo com o Museu Afro Brasil a origem da Festa do Divino Espírito Santo está ligada à data do Pentecostes, celebrado cinquenta dias depois da Páscoa. Em conformidade com a crença católica, essa data marca o dia em que ocorreu a descida do Espírito Santo no cenáculo sobre os apóstolos, que desde então, passaram a pregar a palavra divina em vários idiomas diferentes. A festividade se iniciou em Portugal durante o século XIV, sob a influência de costumes pagãos, pela Rainha Isabel de Aragão, de acordo com a história contada, a rainha teria determinado que durante a festa fosse coroado rei um menino, que alimentos fossem distribuídos aos mais humildes e que alguns presos fossem soltos, pois o divino iria imperar e cair sobre todos e a terra viveria em fartura e perdão. Sendo assim, a festa simboliza o início de uma nova era marcada por bondade, fraternidade, prosperidade, amor, paz e entre outros valores dos cristãos.

A tradicional festa foi trazida ao Brasil pelos portugueses, que ao longo do tempo foram adquirindo características locais e específicas, como por exemplo ser comemorada entre os meses de maio e junho, não obrigatoriamente vinculada à data do Pentecostes. Ocupava-se principalmente terras nas regiões que hoje são os estados de Minas Gerais, Goiás e Mato Grosso.

Segundo o Encontroteca<sup>4</sup>, um acervo virtual do Encontro de Culturas Tradicionais da Chapada dos Veadeiros, até 1962 a Folia do Divino em Crixás era estruturada de uma maneira que o imperador, um fazendeiro, ia com a sua família até a cidade um mês antes da festa, já com a equipe das folias decididas no ano anterior. O imperador era quem ficava responsável por ir até a cidade de Goiás Velho fazer compras para a festividade. Ademais, nesse período, também começavam a providenciar a carne-de-sol, usada no preparo de um tradicional prato típico, a “Maria Zabé”.

Após 1962, a folia de Crixás teve os seus giros interrompidos durante 12 anos, devido a demolição da Casa Grande, local onde aconteciam muitas festas. Com a interrupção, acabou se perdendo alguns cânticos e coreografias tradicionais da época, já que os foliões ficaram sem um lugar para realizar a festa, o padre da região também

---

<sup>4</sup> Disponível em: <https://www.encontroteca.com.br/grupo/folia-do-divino-de-crixas>

estava em idade avançada e não conseguia comparecer em muitas festividades, o que acabou desmotivando os organizadores.

Existem dois tipos de Folia, a rural e a urbana. Na Folia Rural os foliões percorrem a zona rural visitando fazendas a cavalo, o objetivo é levar as bênçãos do divino, recolher esmolas e chamar a população para a festa. Os fazendeiros dão a alimentação e o pouso. É feita a grande festa, aonde muitas pessoas vão, são proporcionadas a todos tachos de comida gratuitamente. Para os donos das fazendas, oferecer pouso é receber em casa o Divino Espírito Santo, ou seja, uma grande bênção. Já na Folia Urbana ou Folia da Cidade, a diferença é que os foliões andam a pé, somente visitando as casas, em algumas também acontece a festa, com alimentos e danças.

O profundo simbolismo é expresso por meio dos ornamentos, vestimentas e objetos. Uma representação importante é a bandeira do Divino, estampada por uma pomba branca, que simboliza o Espírito Santo encarnado. Ela é louvada e beijada pelos moradores durante a festividade. A bandeira é vermelha, o que remete ao fogo, forma em que o Espírito Santo se manifestou aos apóstolos.

“A cidade faz a festa e a festa faz a cidade. Por meio dela se marca o tempo, se reproduzem estruturas sociais e se conformam identidades coletivas e individuais. Seus elementos essenciais, por ordem de ocorrência, são: as Folias “da Roça” e “da Rua”, que “giram” pela zona rural e pela cidade, levando as bandeiras do Divino e angariando donativos para a festa; a coroa, a figura do Imperador, as cerimônias e rituais do Império, com alvoradas, cortejos, novena, jantares e outras refeições coletivas, missas cantadas, levantamento do mastro, queima de fogos, distribuição de “verônicas”, sorteio e coroação do Imperador”. (IPHAN, 2014, p. 83).

A catira ou cateretê é uma dança tradicional da festividade, dançada ao som da viola e pandeiros, é um ritmo musical marcado pela batida dos pés e mãos dos dançarinos, e cantorias que remetem a acontecimentos, sendo bastante animada e barulhenta.

Figura 9 - Foliões se apresentando



Fonte: disponível em <https://www.encontroteca.com.br/grupo/fofia-do-divino-de-crixas>  
acesso em 30 de mai., 2024

### 3.3 Cavalhadas

Segundo pesquisas as cavalhadas são representações baseadas nas tradições de Portugal e da Espanha na Idade Média. Ambientada no século 8, recriam os torneios medievais e as batalhas entre cristãos e mouros, ou seja, simboliza o combate entre o exército cristão de Carlos Magno e os muçulmanos da Mauritânia. Na história, os mouros estavam invadindo países europeus, como Espanha e Portugal, mas quando chegou a vez da França eles foram combatidos pelo imperador Carlos Magno, pelo Conde de Rolando e pela guarda pessoal que o acompanhava. Na batalha, quem vence são os cristãos, a luta só acaba quando a princesa Floripes, filha única do Rei Mouro, Sultão de Constantinopla, após ser roubada por um dos soldados cristãos, se converte ao cristianismo e assim convence Sultão a fazer o mesmo, e então salva o seu povo da guerra.

No Brasil começou a ser representada no século XVI, a festividade foi pelos portugueses, mas com o tempo foi sofrendo algumas alterações. De acordo com o site do Governo de Goiás, aqui no estado os primeiros registros são na cidade de Santa Luzia (atual Luziânia), em 1751. A celebração reúne a religiosidade e fé,

turismo, cultura, economia e valorização do patrimônio imaterial do Estado, em que mobiliza os moradores locais e visitantes das cidades que proporcionam a festa. Mesmo a festividade se repetindo todos os anos, ainda desperta interesse da população.

“As pessoas das grandes cidades, acostumadas à experiência do novo e do renovado em sua própria vida urbana e modernizada, dificilmente poderiam compreender a necessidade e a insistência do retorno anual de uma mesma Cavallhada que repete durante três tardes e há mais de cento e cinquenta anos, os mesmos galopes, as mesmas falas e os mesmos resultados.” (BRANDÃO, 1974, p.36)

Figura 10 - Cavaleiros Cristões (azul) e Mouros (vermelho) de Crixás



Fonte: disponível em <https://goias.gov.br/cultura/circuito-cavallhadas/>  
acesso em 27 de mai., 2024

As roupas dos cavaleiros chamam atenção pelos detalhes, nota-se que são confeccionadas com lantejoulas, fitas, flores, miçangas e cetim. Eles também utilizam chapéus, botas e cintos. Os cavalos também são enfeitados.

Figura 11 - Detalhes da vestimenta dos cavaleiros e seus cavalos



Fonte: fotografia da autora

Na cavalhada existe também a presença do Mascarados, não se sabe ao certo a origem destes personagens, de acordo com histórias e relatos eles representam os escravos e agregados, que não podiam participar da festa e viam na fantasia uma opção.

(...) apresentam-se nas ruas e nos campos da cavalhada, nos intervalos entre uma corrida e outra, durante os três dias de ritual. (...). Os mascarados podem estar a pé ou a cavalo, sozinhos ou em grupos, mas todos devem estar camuflados a ponto de disfarçar a própria voz para não serem identificados. (Silva, 2000, p. 57)

Os personagens são engraçados e responsáveis pela "algazarra", saem fazendo pegadinhas com as pessoas, pedindo dinheiro, dando cambalhotas e divertindo a população.

Figura 12- Mascarados



Fonte: disponível em <https://jaraguanoticia.com.br/cultura-abre-inscricoes-para-mascarados-das-cavalhadas/> acesso em 27 de mai., 2024

Além dos mascarados, a carreira das argolinhas também diverte os moradores e os cavaleiros, gerando expectativa e torcida.

[...] Em uma trave parecida com a de futebol, uma argolinha é amarrada no travessão. O cavaleiro deve correr a galope e retirá-la com a lança. Quando consegue, ele é aplaudido pela plateia. Mas na grande maioria das vezes, a lança passa ao lado ou encosta na argola e ela cai no chão. (REVISTA ÉPOCA, 2016)

Em Crixás, os cavaleiros que conseguem tirar a argolinha a entregam para pessoas conhecidas que estão na plateia (geralmente fazendeiros), assim recebem deles prêmios em dinheiro ou até mesmo animais, como vacas.

Essas festas, folia do divino e cavalhadas, fazem parte da história da cidade de Crixás e ajudam a manter a cultura e a tradição viva. Por meio delas, ocorre a preservação e valorização da identidade local, transmitindo conhecimento e valores de uma geração para outra, onde muitas vezes, os mais velhos inspiram as crianças a continuarem a tradição. Além disso, também é uma forma de entretenimento e interação para todos, não só para quem participa ativamente do evento.

## 4 PROJETO

Muitas cidades interioranas, assim como Crixás, enfrentam o pouco investimento na infraestrutura focada para o desenvolvimento cultural. Com poucos ou às vezes nenhum espaço voltado para formas de expressão artística, como exposições, apresentações teatrais e musicais, entre outras. Isso acaba privando a população de experiências que podem ser enriquecedoras em diversos campos da vida, tal como na saúde mental, na vida profissional e social.

A falta de esforços e interesse das autoridades e empresas locais acabam dificultando a implementação de projetos, já que cidades pequenas costumam ter uma menor visibilidade e não costumam atrair investimentos que ajudem a promover atividades culturais. Além disso, há uma falta de profissionais capacitados para gerir tais projetos.

Pensando nisso, o meu projeto surgiu com o objetivo de levar arte, cultura e oportunidades educacionais para comunidades de cidades do interior. A proposta é transformar um ônibus em um ambiente cultural itinerante, que percorre, entre os meses de maio a setembro (período seco, onde não costuma chover no estado), cidades de Goiás com atividades que promovam interação, expressão artística e valorização da cultura e comércio local, criando assim, oportunidades para a população vivenciar experiências artísticas únicas.

Esse espaço móvel seria capaz de oferecer programações que unem aprendizado, lazer e interação social, como, oficinas de arte, exibições de cinema ao ar livre, feiras de produtores e artistas locais, além de shows de talentos da comunidade. Cada atividade foi pensada para ser acessível, inclusiva e capaz de envolver diretamente os moradores, fortalecendo o senso de pertencimento e estimulando o potencial criativo de cada participante.

Para transmitir todo o dinamismo e a energia do projeto, foi escolhido o nome Toka. Ele reflete a ideia de acolhimento, criatividade e um espaço onde a arte acontece, transformando lugares e pessoas por onde passa.

Essa iniciativa reforça a importância da democratização cultural, promovendo o acesso às artes e valorizando a riqueza das manifestações artísticas. Cada cidade visitada não é apenas um destino, mas um encontro vivo entre culturas, histórias e pessoas, mostrando o poder que a arte tem de transformar realidades e conectar indivíduos.

## **4.1 Naming**

O processo de escolha do nome se deu por meio de pesquisas de palavras que estivessem de alguma forma relacionada com o projeto e seu propósito. Foi feita uma lista onde foram escritos diversos nomes que vieram à mente, sem censura. Após uma análise, foi escolhido o que era mais coerente com a essência do projeto, ele possui uma boa aplicabilidade, um nome simples e de fácil leitura e compreensão.

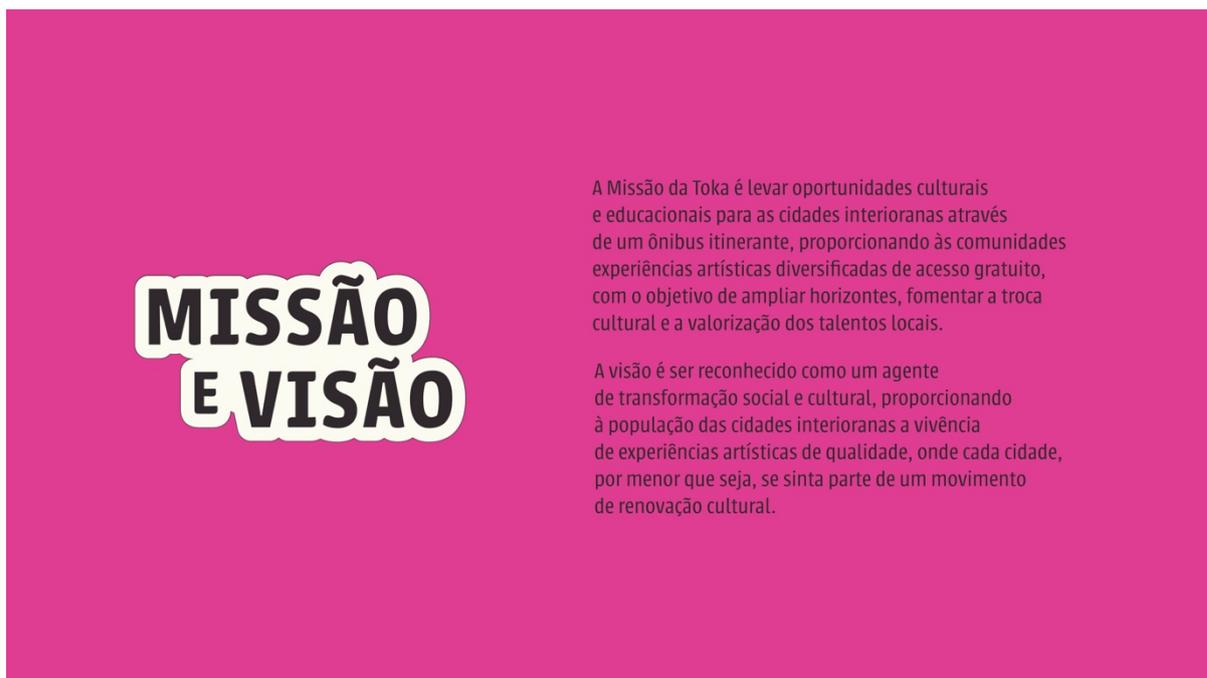
O nome “Toka” está relacionado com o projeto de diversas formas, com significados que se completam. Ele vem como uma forma de representar abrigo e pertencimento (“toca” como lar), um lugar onde as pessoas possam se sentir confortáveis e livres para criar, aprender e ser. Além disso, também pode se relacionar à música, no sentido de tocar instrumentos. O projeto é um ônibus que percorrerá por diversas cidades, com isso, o nome também sugere este trajeto e movimento, novas perspectivas a cada cidade (“toca pra frente”).

## **4.2 Definição de Propósito e Arquétipo**

Na construção da identidade de um projeto, a definição de elementos como arquétipo, missão e visão são essenciais para garantir a coerência e autenticidade da marca. Sendo assim, a partir da pergunta levantada por Couto (2023, p.140) “se a sua marca fosse uma pessoa, como você a descreveria?”, foi possível desenvolver uma identidade que reflete o propósito e os valores da Toka.

O propósito da Toka é oferecer oportunidades de acesso a atividades culturais e artísticas à população das cidades de interior que não costumam ter acesso a esse tipo de programação.

Figura 13 - Missão e visão



Fonte: Elaborado pela autora

Os arquétipos são modelos universais de personagens ou padrões de comportamento que residem no inconsciente coletivo da humanidade. Eles influenciam nossas emoções, pensamentos e ações. De acordo com a definição do psicólogo Carl Jung (MARK; PEARSON, 2001), os arquétipos são como imagens e padrões arcaicos universais que derivam do inconsciente coletivo e são a contraparte psíquica do instinto.

No contexto do branding, ao identificar e incorporar um arquétipo específico, uma marca pode criar uma identidade mais autêntica e ressoante, facilitando a construção de relacionamentos duradouros com o público.

Figura 14 - Arquétipo



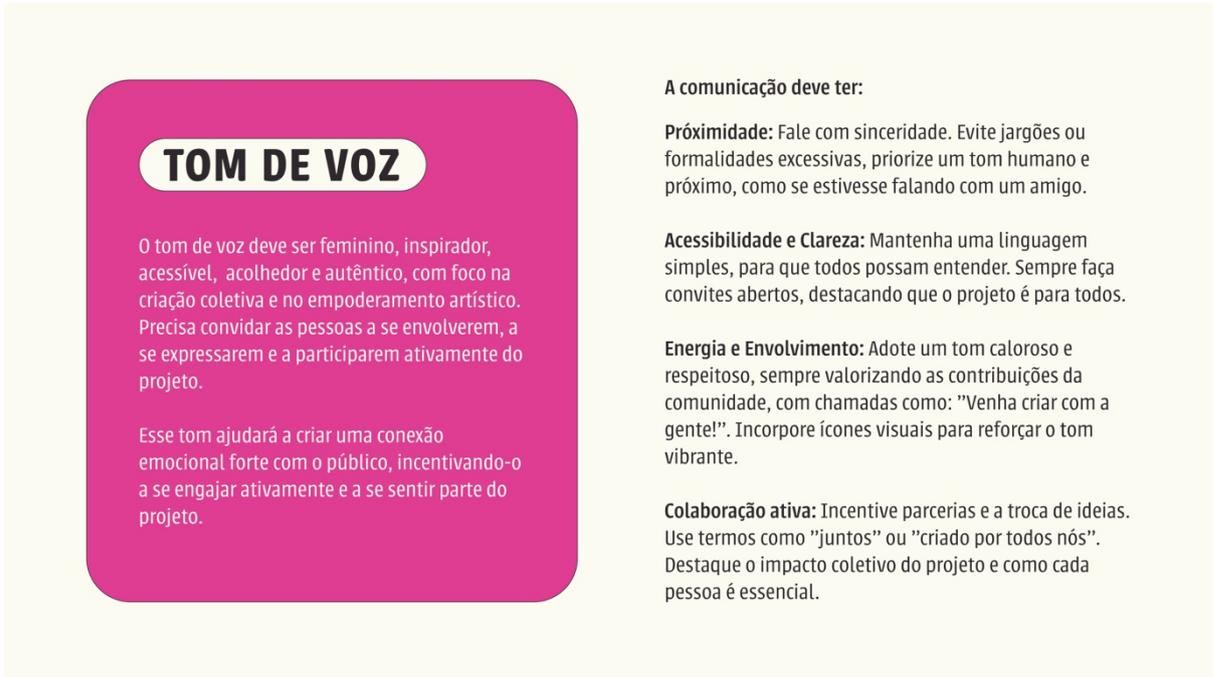
Fonte: Elaborado pela autora

### 4.3 Tom de Voz

O tom de voz de uma marca é um elemento essencial para transmitir sua personalidade e estabelecer uma conexão emocional com seu público, pois ele reflete os valores e a identidade da marca, influenciando a forma como as pessoas percebem e se relacionam com ela. No caso da Toka, o tom de voz foi cuidadosamente definido para ser feminino, inspirador, acessível, acolhedor e autêntico, com foco na criação coletiva e no empoderamento artístico.

A ideia é que cada mensagem transmita um sentimento de pertencimento, motivando os indivíduos a participarem ativamente e a se sentirem parte do projeto.

Figura 15 - Tom de voz



**TOM DE VOZ**

O tom de voz deve ser feminino, inspirador, acessível, acolhedor e autêntico, com foco na criação coletiva e no empoderamento artístico. Precisa convidar as pessoas a se envolverem, a se expressarem e a participarem ativamente do projeto.

Esse tom ajudará a criar uma conexão emocional forte com o público, incentivando-o a se engajar ativamente e a se sentir parte do projeto.

**A comunicação deve ter:**

**Próximidade:** Fale com sinceridade. Evite jargões ou formalidades excessivas, priorize um tom humano e próximo, como se estivesse falando com um amigo.

**Acessibilidade e Clareza:** Mantenha uma linguagem simples, para que todos possam entender. Sempre faça convites abertos, destacando que o projeto é para todos.

**Energia e Envolvimento:** Adote um tom caloroso e respeitoso, sempre valorizando as contribuições da comunidade, com chamadas como: "Venha criar com a gente!". Incorpore ícones visuais para reforçar o tom vibrante.

**Colaboração ativa:** Incentive parcerias e a troca de ideias. Use termos como "juntos" ou "criado por todos nós". Destaque o impacto coletivo do projeto e como cada pessoa é essencial.

Fonte: Elaborado pela autora

#### 4.4 Apresentação da metodologia

Por meio da abordagem do Design Thinking, foi possível estruturar e guiar o desenvolvimento do projeto de forma que permitisse uma compreensão mais profunda das necessidades culturais dos moradores de cidades interioranas. Essa metodologia permite um foco nos desafios enfrentados pelo público, possibilitando uma geração de ideias que pudessem atender a expectativas de uma forma acessível e inovadora. De acordo com Lupton (2013), o Design Thinking incentiva a exploração de múltiplas perspectivas, possibilitando soluções que respondem diretamente às demandas reais e promovem impacto significativo.

Essa abordagem destaca a importância da empatia e da colaboração na criação de soluções que não apenas atendam às necessidades, mas também fortaleçam o vínculo entre arte, cultura e as pessoas atendidas pelo projeto. Além disso, o Design Thinking permite testar e ajustar propostas, garantindo que o projeto fique alinhado à realidade local e promova uma transformação significativa.

O estudo de caso também foi utilizado, já que permite uma investigação mais contextualizada e minuciosa. Neste caso, optou-se por estudar a cidade de Crixás, que foi essencial para levantar informações sobre os interesses e comportamentos do

público. Assim, o estudo serviu como uma base sólida para o desenvolvimento do projeto e as suas atividades propostas, o que garante soluções relevantes e adequadas à realidade.

#### **4.5 Pesquisa de similares**

Antes de desenvolver o conceito e a estrutura do projeto, foi fundamental o estudo e análise de iniciativas similares. Essa etapa teve como objetivo identificar projetos que já atuam em áreas relacionadas, compreender como eles foram estruturados e quais estratégias utilizam para atingir seus objetivos.

A análise dos similares permitiu explorar referências relevantes e observar diferentes abordagens no campo cultural e educacional, especialmente no contexto de ações itinerantes. Podendo estudar os pontos positivos e negativos dessas iniciativas, possibilitando uma visão mais ampla e estratégica para a criação da Toka.

Essa pesquisa não apenas fundamentou as escolhas metodológicas e conceituais do projeto, mas também contribuiu para o desenvolvimento de uma proposta única e alinhada às necessidades e expectativas do público-alvo.

##### **4.5.1 Museu sentimentos da terra**

O museu que entre produção de conteúdo e estrutura física levou 3 anos para ser finalizado, tem o objetivo de valorizar a história do país, o museu dentro de um caminhão já visitou alguns estados brasileiro, como Pará, Rio Grande do Norte, Goiás, Bahia e outros. Nele é possível assistir a filmes, shows e peças de teatro, além de ter acesso a uma biblioteca com mais de 500 livros.

Os vídeos expostos no museu são narrados por pessoas de grande influência no país, como Gilberto Gil, Wagner Moura, Regina Casé, Maria Bethânia e muitos mais, e contam histórias de momentos importantes como a Guerra de Canudos, lutas de quilombolas e indígenas por seus espaços no país, entre outros.

Com atividades gratuitas, atende todo tipo de público, mas possui um conteúdo pensado principalmente para crianças do ensino fundamental e adolescentes do ensino médio.

Figura 16 - Museu sentimentos da terra



Fonte: disponível em [https://www2.fundep.ufmg.br/caminhao-museu-sentimentos-da-terra-historia-itinerante-do-e-pelo-brasil/#:~:text=e%20pelo\)%20Brasil-.Caminh%C3%A3o%20Museu%20Sentimentos%20da%20Terra%3A%20a.itinerante%20do%20\(e%20pelo\)%20Brasil&text=Imagine%20poder%20mergulhar%20nas%20hist%C3%B3rias,na%20pra%C3%A7a%20da%20sua%20cidade](https://www2.fundep.ufmg.br/caminhao-museu-sentimentos-da-terra-historia-itinerante-do-e-pelo-brasil/#:~:text=e%20pelo)%20Brasil-.Caminh%C3%A3o%20Museu%20Sentimentos%20da%20Terra%3A%20a.itinerante%20do%20(e%20pelo)%20Brasil&text=Imagine%20poder%20mergulhar%20nas%20hist%C3%B3rias,na%20pra%C3%A7a%20da%20sua%20cidade). acesso em 19 de set, 2024

#### 4.5.2 Caminhão de histórias - A casa que anda, que mistérios tem Clarice?

O projeto recriou o espaço interno da casa de Clarice Lispector a partir de algumas fotografias da residência da autora em um caminhão-baú de 15 metros. No espaço possuem algumas práticas educativas, como espaço de leitura, atividades com máquinas de escrever, produção e envio de cartão postal, entre outras. Além disso, na parte externa possui 3 obras expostas: *Gaiola do Coelho*, criada pelo artista Raul Mourão, *Galinha Laura*, um ovo bem grande pintado pela artista plástica Marcela Cantuária e *Tapete-quintal*, um tapete desenhado pela artista Maria Klabin.

A programação é gratuita e já passou por alguns estados brasileiros, como Goiás, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná, entre outros.

Figura 17 - Caminhão de histórias



Fonte: fotografia da autora

#### 4.5.3 Ciência móvel - Museu da Vida Fiocruz

É um museu interativo que desde 2006 tem como proposta a popularização da ciência, assim, pretende contribuir para o fortalecimento do ensino de ciência e a inclusão sociocultural das populações que atende, tendo como foco a região Sudeste.

No Brasil, museus e centros de ciências se concentram nas capitais, e as populações das suas periferias e cidades afastadas têm pouco acesso a atividades científicas e culturais. É fundamental superar essa barreira e aproximar os museus e centros de ciências dessas populações[...] (MUSEU DA VIDA FIOCRUZ)

A ciência móvel conta com exposições interativas, jogos, simulações, entre outras atividades que promovem o conhecimento científico, sobre diversas áreas diferentes, como o corpo humano, meio ambiente, espaço, entre outros.

Figura 18 - Ciência móvel FIOCRUZ



Fonte: disponível em <https://portal.fiocruz.br/noticia/ciencia-movel-arte-e-ciencias-sobre-rodas-chega-janauba-mg> acesso em 14 de jun., 2024.

#### 4.5.4 Museu Itinerante: Museu de ciência e tecnologia: PUCRS

De acordo com o site do museu<sup>5</sup>, desde sua criação em 2001, o museu itinerante que é transportado dentro de um caminhão, já participou de mais de 200 eventos. O objetivo é que os visitantes aprendam ciência de uma forma lúdica e prazerosa, podendo interagir com os acervos e experimentos das exposições, além de assistir a apresentações científicas.

O museu conta com uma equipe de professores, mediadores e técnicos especializados durante a realização do projeto. Ademais, é uma iniciativa que pode fazer parte de diversos eventos culturais, como feiras e exposições.

---

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www.pucrs.br/mct/museu-itinerante/>

Figura 19 - Ciência móvel PUCRS



Fonte: disponível em <https://www.pucrs.br/mct/museu-itinerante/> acesso em 17 de jun., 2024.

#### 4.5.5 Projeto sentidos urbanos: patrimônio e cidadania

Segundo pesquisas, é um programa que teve início em 2009, na cidade de Ouro Preto em Minas Gerais, e é realizado pela Fundação de Arte de Ouro Preto, Secretaria de Estado de Cultura de Minas Gerais, Universidade Federal de Ouro Preto e o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.

O objetivo do projeto é desenvolver uma reflexão sobre a cidade de Ouro Preto, sua história e importância, por meio da arte, cultura e o sentimento de pertencimento à comunidade. Assim, realizam ações educativas como forma de potencializar a compreensão, fruição e apropriação dos diferentes lugares de memória, acervos artísticos, mostras e manifestações das instituições culturais da cidade.

É composto por algumas ações, entre elas Roteiros Sensoriais, onde ocorre uma visita por percursos do núcleo histórico, focando na percepção sensorial e qualidades ambientais dos lugares, o Circuito expositivo Casa do Patrimônio, que é uma exposição permanente com informações sobre Ouro Preto, como o seu tombamento, evolução urbana, entre outros. Ademais, também tem o Projeto "eu

também sou patrimônio", que utiliza a educação patrimonial como meio de sensibilizar e transformar a comunidade no qual se insere, a Base criativa-Laboratório Patrimônio, que é um projeto de formação, pesquisa e estímulo à produção audiovisual e a Casa do Patrimônio, que é uma proposta que se fundamenta na necessidade de estabelecer novas formas de relacionamento do Iphan com a sociedade e com o poder público.

#### **4.5.6 Programa de educação patrimonial: Trem da Vale**

Conforme pesquisas realizadas, o projeto que teve suas atividades realizadas entre maio de 2006 e abril de 2015, tinha como objetivo a educação patrimonial, com uma série de atividades de caráter cultural e educativo, principalmente sobre as comunidades por onde passava. O percurso contava com quatro estações, de Ouro Preto, Vitorino Dias, Passagem de Mariana e Mariana.

O projeto proporcionava diversas atividades, como exposições e oficinas, e possuía vagões temáticos na estação de Ouro Preto e na de Mariana, onde cada um ofertava diferentes programações, sendo os de Ouro Preto: Vagão Sonoro-Ambiental, com oficinas de construção de instrumentos musicais e esculturas sonoras de material reciclado, Vagão Biblioteca, que possuía um acervo ligado à temática do patrimônio, obras literárias, filmes, jogos e periódicos, a Tenda Cultural, um espaço onde era proporcionado apresentações culturais, aulas de arte, entre outras atividades voltadas à educação patrimonial.

Ademais, na Estação Ferroviária de Mariana existia a Biblioteca Infanto-juvenil, que possuía um acervo de livros, periódicos e obras audiovisuais, a Praça Lúdico-Musical, que contava com brinquedos sonorizados e instrumentos e o Vagão dos Sentidos, que tinha uma videoinstalação que conduzia os visitantes por uma viagem de sons, sensações e imagens da região.

Era um projeto da Fundação Vale, patrocinado pela Vale, por intermédio da Lei Federal de Incentivo à Cultura, juntamente com a Ferrovia Centro Atlântica, Universidade Federal de Ouro Preto, Associação Brasileira de Preservação Ferroviária, Prefeituras de Mariana e de Ouro Preto, Ministério do Turismo e o Ministério da Cultura e o Santa Rosa Bureau Cultural.

Figura 20 - Vagão Panorâmico - Trem da Vale



Fonte: panfleto de divulgação e informações do projeto

Realizar o estudo de tais similares permitiu uma melhor compreensão sobre as experiências de iniciativas relacionadas já existentes. Essa análise é de suma importância para evitar a repetição de erros e potencializar acertos, além de guiar para uma base sólida para a problematização, podendo ser observado diversas metodologias, públicos e resultados. Entendendo outras iniciativas semelhantes é possível ajustar estratégias para que o projeto aconteça de uma maneira mais eficaz.

Figura 21 - Tabela comparativa

PROJETO	CONTEÚDO/TEMA	ATIVIDADES PROPORCIONADAS	SUORTE	TEMPO DE DURAÇÃO	REALIZAÇÃO POR
MUSEU SENTIMENTOS DA TERRA	HISTÓRIAS DO BRASIL E DE SUA GENTE	FILMES, SHOWS, BIBLIOTECA E PEÇAS DE TEATRO	CAMINHÃO	3/4 DIAS EM CADA CIDADE	PROJETO REPÚBLICA/UFMG, O DESIGNER GRINGO CARDIA, O NÚCLEO DE ESTUDOS AGRÁRIOS E DESENVOLVIMENTO RURAL E O MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO
A CASA QUE ANDA, QUE MISTÉRIOS TEM CLARICE?	ATIVIDADES E REFLEXÕES SOBRE O UNIVERSO INFANTOJUVENIL DA CRIAÇÃO DE CLARICE LISPECTOR - RECRIOU ALGUMAS PARTES DA CASA DA AUTORA	ESPAÇO DE LEITURA, ATIVIDADES COM MÁQUINAS DE ESCREVER, OFICINAS CRIATIVAS INSPIRADAS NOS ENIGMAS DAS HISTÓRIAS, PRODUÇÃO E ENVIO DE CARTÃO POSTAL, ENTRE OUTRAS	CAMINHÃO-BAÚ DE 15 METROS	DE 3 A 10 DIAS EM CADA CIDADE	MINISTÉRIO DA CULTURA, INSTITUTO CCR
SENTIDOS URBANOS: PATRIMÔNIO E CIDADANIA	DESENVOLVER UMA REFLEXÃO SOBRE A CIDADE DE OURO PRETO, SUA HISTÓRIA E IMPORTÂNCIA	ROTEIROS DE VISITAÇÃO POR PERCURSOS DO NÚCLEO HISTÓRICO, EXPOSIÇÕES, PRODUÇÃO AUDIOVISUAL, BATE PAPO, ETC	NÃO HAVIA (ERA CIRCULAÇÃO A PÉ PELA CIDADE)	-	FUNDAÇÃO DE ARTE DE OURO PRETO, SECRETARIA DE ESTADO DE CULTURA DE MINAS GERAIS, UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO E O INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL
CIÊNCIA MÓVEL - MUSEU DA VIDA FIOCRUZ	POPULARIZAÇÃO DA CIÊNCIA - FORTALECIMENTO DO ENSINO DE CIÊNCIA E A INCLUSÃO SOCIOCULTURAL DAS POPULAÇÕES QUE ATENDE	EXPOSIÇÕES INTERATIVAS, JOGOS, SIMULAÇÕES, ENTRE OUTRAS	CARRETA COM 13,5 METROS	APROXIMADAMENTE 4 DIAS EM CADA CIDADE	FIOCRUZ, MUSEU DA VIDA FIOCRUZ, MINISTÉRIO DA CULTURA, SUS E GOVERNO FEDERAL
MUSEU DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA - PUCRS	APRENDER CIÊNCIA DE UMA FORMA LÚDICA E PRAZEROSA	EXPOSIÇÕES E APRESENTAÇÕES CIENTÍFICAS	CAMINHÃO	-	PUCRS
PROGRAMA DE EDUCAÇÃO PATRIMONIAL: TREM DA VALE	EDUCAÇÃO PATRIMONIAL	EXPOSIÇÕES, OFICINAS E BIBLIOTECA (COM LIVROS E OBRAS AUDIOVISUAIS)	ESPAÇOS DAS ESTAÇÕES	MAIO DE 2006 ATÉ ABRIL DE 2015 (ERA FIXO EM UM SÓ LUGAR)	FUNDAÇÃO VALE, PATROCINADO PELA VALE, LEI FEDERAL DE INCENTIVO À CULTURA, FERROVIA CENTRO ATLÂNTICA, UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO, ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PRESERVAÇÃO FERROVIÁRIA, PREFEITURAS DE MARIANA E DE OURO PRETO, MINISTÉRIO DO TURISMO E O MINISTÉRIO DA CULTURA E O SANTA ROSA BUREAU CULTURAL

Fonte: Elaborado pela autora

Após a análise de similares foi feito um levantamento de pontos positivos e negativos dos projetos, para melhor perceber o que poderia ser melhorado e adaptado. Este estudo atua como uma ferramenta estratégica que ajuda na orientação de algumas etapas de estruturação geral do projeto.

Figura 22 - Pontos positivos e negativos

Pontos positivos	Pontos negativos
acesso gratuito	alguns possuem poucas informações disponíveis, sem um site oficial explicando mais sobre o projeto
estimulam o interesse das pessoas	
os móveis alcançam diferentes localidades	alguns ficam pouco tempo nas cidades
proporcionam atividades diversas	
agradam públicos de idades variadas	a grande maioria só visitam cidades maiores

Fonte: Elaborado pela autora

## 4.6 Pesquisa de campo com moradores de Crixás

A fim de entender melhor as necessidades e interesses culturais da população de Crixás, foi realizado um formulário online com algumas perguntas para que alguns moradores da cidade respondessem. Tendo 36 respostas, a pesquisa foi realizada com pessoas a partir de 11 anos de idade, para assim analisar e levar em conta as opiniões e gostos de diferentes faixas etária. Demais perguntas iniciais como gênero e renda mensal também ajudaram a compreender melhor o público da cidade.

Figura 23 - Pesquisa realizada com moradores de Crixás

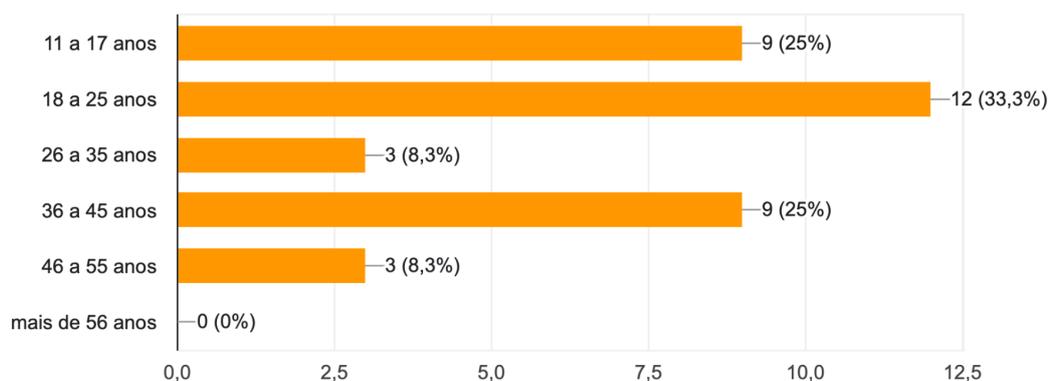
# Pesquisa de campo sobre a cultura e arte em Crixás

Este formulário está sendo realizado para um trabalho de conclusão de curso da graduação de design, que visa entender melhor as necessidades e interesses culturais da população de Crixás. As suas respostas serão utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos. Agradeço a sua participação e colaboração.

Atenciosamente,  
Luanna Gabrielly

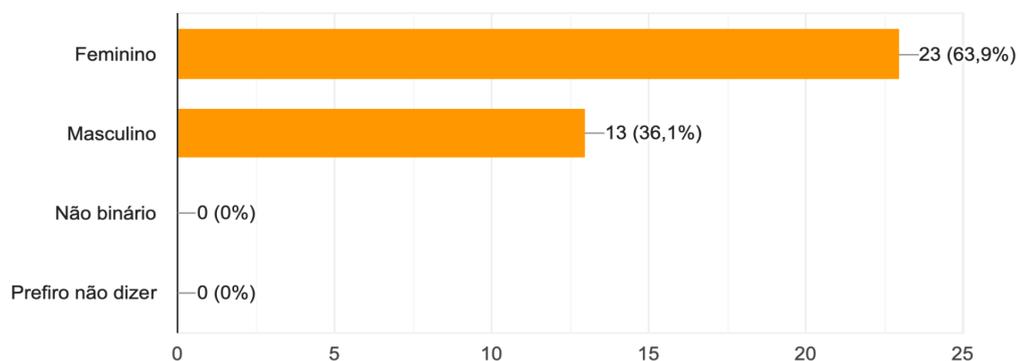
Qual a sua idade?

36 respostas



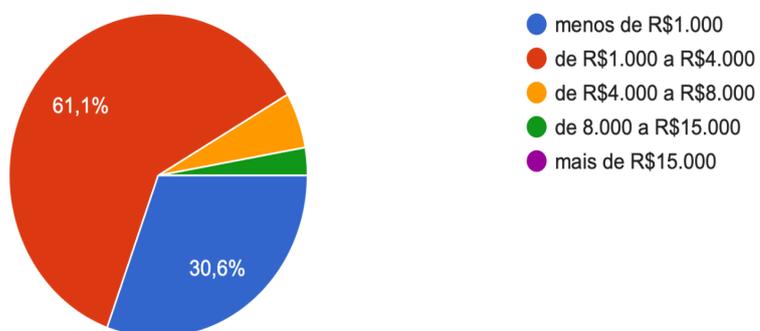
### Qual é a sua identidade de gênero?

36 respostas



### Quanto é sua renda mensal?

36 respostas



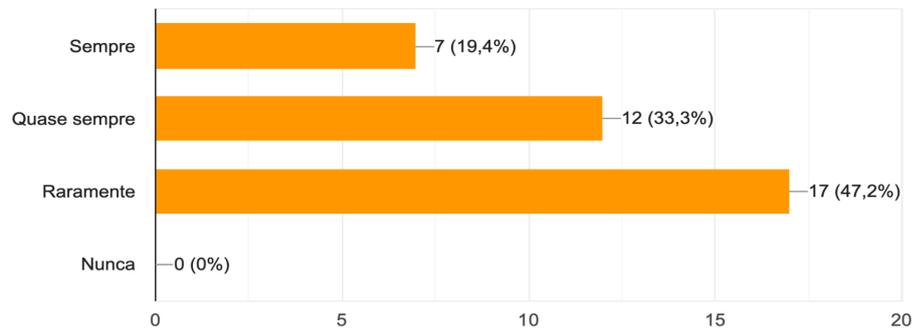
Quais tipos de atividades culturais você mais gosta de participar? (por exemplo, música ao vivo, dança, cinema...)

36 respostas

- Música ao vivo
- Música ao vivo
- Dança
- Cinema
- Cinema
- música ao vivo
- Música ai vivo
- Cavalhadas
- Dança, cinema, rodas de conversa
- Música ao vivo
- Música e dança
- Cinema , leitura guiada , feiras culturais
- Pinturas, dança, festas de padroeira e etc
- Música
- Musica ao vivo
- Música, cinema, teatro e dança.
- Cinema, música ao vivo, eventos culturais
- Música ao vivo
- Música
- Música ao vivo, pintura e cinema
- Música ao vivo e cinema
- Teatro, cinema, show
- Feiras e exposições de arte.
- Musica

Com que frequência você participa de eventos culturais locais, como shows, feiras, teatro, etc.?

36 respostas



Cite uma atividade cultural que você já participou em Crixás:

36 respostas

Festival do pequi

Festa do pequi

Festa do pequi

Cavalhada

Festa do pequi, feirinha coberta e orquestra de viola

A catira nas folias

Cine no casarão/ teatro no casarão

Shows ao vivo

Cavalhadas

Foi na feira do cerrado lá agente dança bastante

Festival do pequi , pecuária.

Dança e festas, quadrilha na minha escola.

Feira do cerrado

Talentos de ouro ( Ciart-atro),

Feiras, shows

Festival do Pequi (voltado a cultura local e do estado de Goiás).

Festival cultural do pequi

Aulas de música

Festival do Pequi

Já fui num casarão onde tinhas vários quadros de arte e música

Folia

Nenhuma

Show

Teatro

Festival cultural do pequi, feira do cerrado, Expo identidade

Feira

Festa do Pequi, apresentação da orquestra de Viola

Cavalhada

Cavalhadas e festival do pequi.

Você tem algum interesse ou habilidade artística? (por exemplo, pintura, música, escrita, artesanato)

36 respostas

Não
Não
Sim
Pintura
Música
Interesse por qualquer tipo de arte
Escrita
Gosto de escrita e audiovisual
Pintura mais aqui não tem gostaria muito de fazer pintura
Pintura , música, escrita
Sim,em pintura , música e escrita
Bordados e pinturas
Nao
Nenhum em específico.
Crochê
Desenhar e tocar instrumentos
Pintura
Música
Pintura e artesanato
Ilustração.
Tenho interesse
Artesanato e pintura

Se a resposta da pergunta anterior foi sim, você participa de grupos ou eventos relacionados em Crixás? Quais?

26 respostas

Não

Sim, orquestra de viola, comitiva Nossa Senhora da Conceição

Não participo :/

Pintura

Não

Atualmente nenhum.

Nao

Não, e acredito que a Crixás merecia mais eventos culturais.

Festival cultural do pequi

Não participo de nenhum grupo

Já participei de escola de música

Não participo

Feira emprenda +

Sim, realizei cursos de pintura

Não.

Participaria. Eventos que envolvam shows, musicas... etc

Só a vez supracitada

Que tipo de atividades culturais ou artísticas você gostaria que fossem mais frequentes ou acessíveis em Crixás?

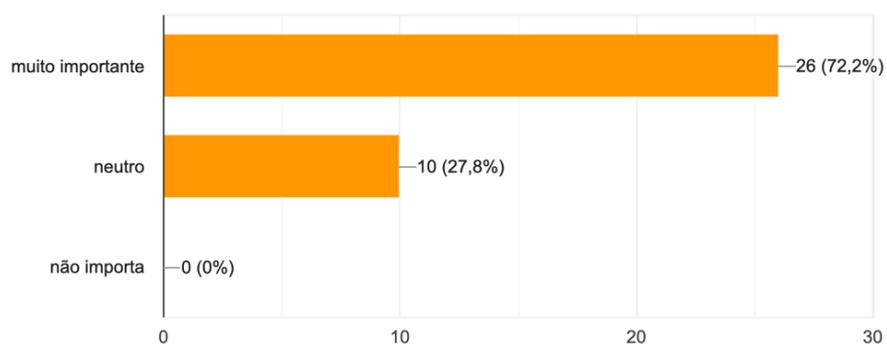
36 respostas

Artesanato
Deveria ter mais eventos culturais
Exposições artísticas
Orquestras de instrumentos musicas
Aulas de musica
Mais cines/ rodas de conversa, oficinas de artesanato e arte
Shows
Gostaria tivesse mais evento artístico
Música ao vivo
Música
Shows
Feira do cerrados
Incentivo a clubes de leitura e palestras de leitura guiada
Pinturas ,atersanato,música e muito mais
Pinturas músicas show
A música com instrumentos de sopro, a pintura (grafite)
Shows com artistas locais, feiras frequentes.
Aulas de música, como canto e instrumentos, além de teatro e artesanato.

- Feiras
  - Aulas de teatro, dança e pintura deveriam ser mais frequentes
  - Dança
  - Feiras artesanais, show de talentos...
  - Cinema, teatros, etc
  - Teatro
  - .
  - Cinema, shows de gêneros musicais diferentes
  - Eventos infantis
- 
- Festa do pequi
  - Teatro, dança
  - Cinema
  - Aulas de musica (violão, teclado, viola)
  - Cavalgadas
  - Feiras e exposições de arte, artesanato, comida.
  - gostaria que fosse mais frequente eventos que promovessem diferentes estilos musicais, alem do sertanejo.
  - Festival de música
  - Envolvendo arte, artesanato e dança

**Qual é a importância das atividades culturais e artísticas na sua vida diária?**

36 respostas



O que você acha das instalações culturais disponíveis na cidade? (por exemplo, qualidade das bibliotecas, acessibilidade ao museu...)

36 respostas

Quase nula. Não tem quase nenhuma opção.

Não tem

Acho que deveriam dar mais atenção à cultura da cidade.

Muito pouco apenas o casario

Não muito boa

Elas estão ali mas é pouco divulgado para que a comunidade possam usufruir como meio de desenvolvimento cultural

Bem baixa

Ruim

Um pouco precária

Ruins

Pessimo

Lá no casario tem biblioteca tem bastante livro muito organizado

Precária e inexistente com pouco incentivo tanto estadual e municipal

Eu acho um pouco sem organização e um pouco velha

Biblioteca

Muito precário.

Muito bom.sim,

Crixás infelizmente é uma cidade com bastante história cultural, mas pobre em instalações culturais.

Não tem essas instalações
Péssima
Fraca
Razoável
Escassas, poderia ter mais instalações e mais incentivo
Muito bom
Muito ruim
Precária. Não há muitas opções para consumo de literatura, e passeios culturais.
Zero muito ruim
Precárias
Baixa qualidade
tem biblioteca aqui ? Precisa de mais espaços culturais em Crixás e incentivos para sociedade
Péssimo
Ruim.
Acho que nao tem um investimento nessas areas, tendo em vista que a unica biblioteca municipal foi "fechada" e nao ha previsoes para construcao de uma nova ou projetos para construcao de espaços culturais.
Suma importância
Poucas

Você sente que há diversidade suficiente nas atividades culturais oferecidas em Crixás? Existe algo que você gostaria de ver mais?

36 respostas

Não

Não

Não há.

Não, acho que deveriam dar mais atenção à cultura crixense.

Não, sim mais orquestras, mais bibliotecas

Sim,não

Sinto que caminhamos a cada dia para que as pessoas consigam se expressar cada vez mais, mas ainda sinto que a governança da cidade não tem essa preocupação no momento. Acho que gostaria de ver mais sobre expressão de arte e coisas voltadas ao desenvolvimento.

Não há diversidade, gostaria de mais bibliotecas

Sim mais evento culturais

Sim ter cinema na cidade para nós participar com os filhos

Não, gostaria de ver mais diversidade nos shows oferecidos no festival anual

Cinema que não tem,pinturas não tem, tenho vontade de ir

Cultura

Deixa muito a desejar. Falta olhar a cultura como um patrimônio público por meio dos gestores.

Sim, gostaria de ter mais atividades culturais mas investimentos na área.

Não! Os eventos costumam ser os mesmos e com intervalo de tempo muito grande entre um e outro. Como o a festival do pequi, que é anual.

Não, mais lugares para lazer

Não tem diversidade o suficiente e acho que deveriam investir mais nisso

Não! Gostaria que tivesse mais shows

Não há diversidade, falta apoio aos artesãos locais.

Não. Poderiam investir em bibliotecas, criar um espaço para cinema, trazer grupos teatrais...

Feira

Não há diversidade nas atividades culturais. Gostaria que houvesse programas que incentivasse os jovens a desenvolver habilidades artísticas. Ex: escola de música talentos de ouro que não existe mais em Crixás

Há pouca diversidade. Gostaria que a cidade se envolvesse mais em cultura, com encontros que envolvam a população

Nao temos nada

Precisa de mais

Não tem diversidade

não vejo atividades culturais aqui, nenhuma, precisamos de ter sim

Não há diversidade suficiente, tendo em vista que a cidade possui muita cultura.

Nao acredito que tenha diversidade suficiente, tendo em vista que os eventos promovidos so dao espaço para um tipo de genero musical (sertanejo). Gostaria que tivesse mais eventos com outros generos, exemplo MPB, Rock nacional, acredito que crixas tenha publico pra esse tipo de evento.

Sim. Ter quinzenalmente um evento onde os artistas locais mostrassem seus talentos.

Não.

## Como você percebe o apoio da comunidade local para eventos culturais e artísticos?

36 respostas

Apenas alguns grupos específicos apoiam.
Boa
As pessoas valorizam muito a cultura de Crixás, mas não tem muito apoio, para levar isso pra frente.
Pouco
Colaborando com a organização e não estragar as coisa
Esse apoio existe mas pela falta de eventos voltados a cultura em Crixás sinto que os artistas não são aproveitados como merecessem.
Baixo
Bom
Pouco interessados
Todos participam quando tem
Quase não tem apoio
Eu acho que o prefeito os vereadores tem que fazer mais eventos sobre culturais na nossa cidade. Está muito fraco
Positivo, querem diversidade de lazer e cultura mas não é oferecido a população
O prefeito e vereadores terem mais interesse em eventos para os jovens
Bem fraco
A comunidade é participativa e aprecia os eventos mesmo que são poucos.
Sempre muitos atentos, e participativos

As pessoas (moradores) recebem muito bem e sentem falta desses eventos, mas há pouco investimento da prefeitura e órgãos responsáveis.

Muito pouco

Curiosidade, presença e vontade de aprender

Sem interesse

Não tem nenhum apoio.

As pessoas parecem querer que a cidade tenha mais eventos culturais, mas não sabem como mudar essa realidade

Sim

Falta apoio

Bom

Pouco apoio, principalmente eventos que não estão ligados ao agronegócio e sertanejo

Não tem local próprio

a população está carente de eventos culturais aqui em Crixás

Não há apoio

Baixo.

Percebo que a comunidade é bastante ativa no que diz respeito aos eventos promovidos.

Sempre estão prestigiando e apoiando os eventos culturais .

Você acha que os jovens da cidade estão interessados em atividades culturais e artísticas? O que poderia ser feito para aumentar esse interesse?

36 respostas

Sim
Sim
Pouca parte da juventude. Promoção de mais concursos culturais e artísticos, feiras de arte e cinema.
Poderia ser feito mais eventos culturais
Sim, podia ter aulas de arte, musica etc. Até mesmo para descobrir novos talentos.
Sim,aumentar as atividades artísticas e culturais
Acho que sim, os jovens estão interessados mas infelizmente pela falta de atividades voltadas eles são obrigados a se afastarem de algo que poderiam ajudar nas habilidades
Acho que não estão interessados Poderiam ter mais atividades relacionadas a esse tema
Jovem não está interessado falta de motivação do goremante da cidade. Poderia ser feito mais evento pra comunidade da cidade
Sim, talvez um incentivo maior das autoridades locais.
Sim, mais incentivo para eles participarem
Eu acho que deveria ter mais atividades culturais sempre que os jovens participar mais
Sim , aumentar a diversidade de estilos musicais oferecido nos shows e aumentar a frequência de festivais na cidade
Sim, os jovens têm muito interesse, falta o prefeito fazer mais eventos para eles
Criar espaços que possam oferecer segurança e diversão a esses jovens que muitas vezes buscam fora em outras cidades visinhas.
Mais incentivos dos órgãos públicos.

A maioria se interessa, a demanda é grande, porém a oferta é muito baixa, principalmente com preços mais acessíveis, distanciando pessoas da cultura.
Não, mais incentivo
Acho que a maioria dos jovens são interessados em atividades musicais ou teatrais. A divulgação e criação de projetos sociais aumentariam o interesse, pois nem todos tem a condição de pagar atividades artísticas. Assim o interesse, a curiosidade, e o interesse de aprender aumentariam muito
Não!
Como não tem nenhum incentivo, os jovens não demonstram interesse. Deveria ter mais apoio e incentivo das autoridades locais.
Sim, mas devido à escassez de atividades culturais, o interesse acaba ficando de lado.
Neutro. Acho que se aprender em formas mais divertidas possa trazer interesse
Sim. Acredito que só não estão inseridos nesse meio por falta de oportunidade e opção do que fazer
Se tivesse eventos com frequência, com certeza os jovens iriam. A divulgação é importante pra que todos saibam do evento, e também que seja eventos que atraiam a curiosidade do público, talvez trazendo para a cidade algo que não tenha aqui.
Ter mais eventos
Não tem interesse
Sim.
Com certeza , mas as autoridades locais, não investem nessas atividades.
Sim, Porém não tem incentivo das politicas publicas.
Sim, investir em eventos e mapeamento de novos artistas.
Acredito que os jovens estao, porem como nao tem diversidade de cultura creio que impacta negativamente no interesse dos jovens.
Sim. Ser mais recorrentes tais atividade
Sim , só não tem o lugar pra ir

Fonte: Acervo pessoal

A pesquisa releva que a população de Crixás possui interesse em diversas atividades culturais e artísticas, porém sente que a cidade não tem muito a oferecer em relação a isso. A maioria se encontra insatisfeita com a situação atual do que já é

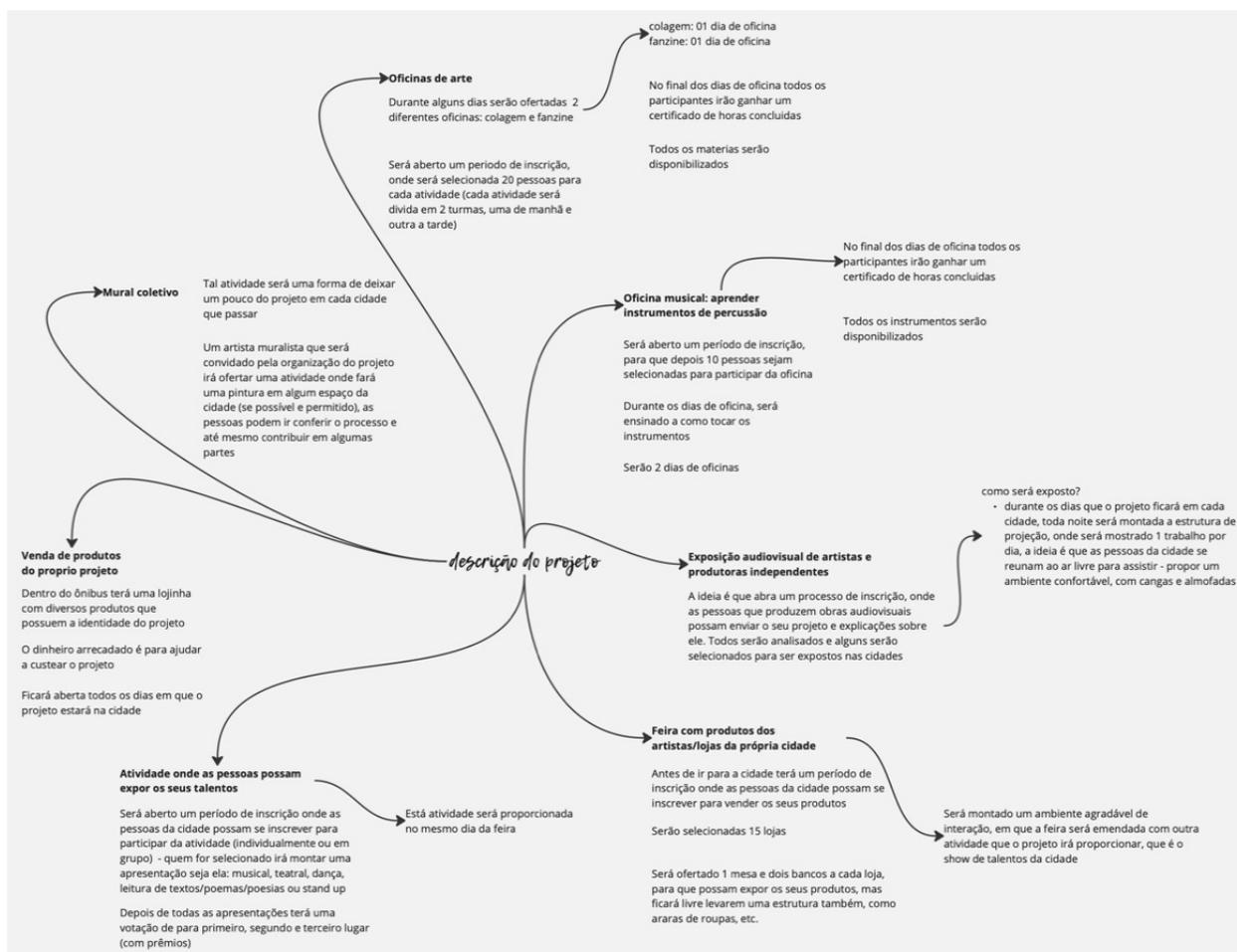
proposto na cidade e alguns acreditam que as atividades culturais são até mesmo inexistentes.

Outro ponto abordado pelas pessoas foi a falta de diversidade nas atividades ofertadas, como por exemplo os shows feitos na cidade que são somente focados no gênero musical sertanejo. Muitos veem a população da cidade como um público receptivo e participativo nas programações oferecidas.

## 5 TOKA: ARTE QUE VIAJA, CULTURA QUE CONECTA

### 5.1 Descrição do projeto

Figura 24 - Rascunho das atividades



Fonte: Elaborado pela autora

A proposta do projeto é proporcionar atividades que atendam diferentes públicos, oferecendo opções que abrangem diversas faixas etárias e preferências culturais. Trata-se de uma iniciativa de design de serviços, que busca abordar a

problemática da escassez de eventos e programações culturais em cidades do interior. Baseado em uma abordagem estratégica e centrada nas necessidades dos moradores dessas regiões, a Toka tem o objetivo de conectar o público com a arte proporcionando um espaço itinerante de criação, interação e aprendizado.

O projeto incentiva a valorização dos talentos e comércios locais e a experimentação de variadas formas de expressão artística, proporcionando atividades que foram planejadas para garantir a inclusão de um público diversificado, incluindo crianças, jovens, adultos e idosos.

A seguir, será apresentado cada uma das programações ofertadas, planejadas no intuito de enriquecer a experiência cultural de todos os envolvidos.

#### **5.1.1 Oficina de instrumentos de percussão**

A oficina será realizada em três dias, nela, os 10 inscritos selecionados aprenderão mais sobre instrumentos de percussão da perspectiva teórica e prática. Serão apresentados os fundamentos básicos de cada instrumento, além da prática de uma música em que cada participante ficará responsável por tocar um dos instrumentos, como reco-reco, tamborim, pandeiro, caracas, entre outros.

Com a pesquisa realizada com os moradores de Crixás, ficou claro o interesse que as pessoas têm por música, o que motivou a inclusão dessa oficina no projeto. O objetivo é proporcionar uma introdução acessível e envolvente ao universo dos instrumentos de percussão, conectando os participantes às tradições culturais brasileiras. Existe um ditado que diz que o coração do brasileiro não bate, ele batuca. Isso porque a percussão brasileira desempenha um papel fundamental na música e cultura do país, sendo extremamente rica e diversificada, o que se deve a influências culturais provenientes de diferentes regiões do Brasil. Com isso, tal atividade proporciona um rico aprendizado aos participantes.

#### **5.1.2 Oficinas de arte**

Ambas as oficinas foram escolhidas pois não precisam de um conhecimento prévio e podem atender pessoas de diferentes faixas etárias.

##### **5.1.2.1 Colagem**

Serão duas turmas ofertadas em horários diferentes, que iram contemplar 10 participantes em cada uma. Nela, os inscritos terão a oportunidade de explorar técnicas de composição visual utilizando recortes de revistas e sobreposições de materiais. A atividade busca estimular a criatividade e a liberdade de expressão, convidando os participantes a criar obras autorais que reflitam suas perspectivas e emoções.

#### **5.1.2.2 Fanzine**

Realizada também em duas turmas, os participantes aprenderão sobre o conceito, história e criação desses pequenos veículos de comunicação alternativos. Os inscritos serão orientados a elaborar suas próprias fanzines, abordando temas de seu interesse e explorando formatos manuais e criativos de publicação.

#### **5.1.3 Cinema ao ar livre**

Durante as noites em que o projeto estiver na cidade, será montado um espaço onde o público poderá se acomodar em cangas e almofadas para assistir a obras audiovisuais de produtores e artistas independentes brasileiros. O objetivo dessa atividade é promover a apreciação cultural, incentivando a comunidade a vivenciar o cinema de forma coletiva e imersiva.

#### **5.1.4 Feira de produtores e artistas locais**

A feira contará com a participação de 15 expositores selecionados, que terão a oportunidade de apresentar e comercializar seus trabalhos em um espaço preparado especialmente para isso. O ambiente será projetado para favorecer a interação entre os visitantes e expositores, celebrando a riqueza e a diversidade dos talentos locais. Cada expositor terá direito a uma mesa e cadeira, mas também poderá trazer estruturas complementares.

#### **5.1.5 Show de talentos**

Os moradores da cidade terão um palco para se expressarem, seja por meio da música, dança, teatro, poesia ou stand-up. Após as apresentações, haverá uma

votação para premiar os três melhores talentos, reforçando a ideia de valorização e reconhecimento da criatividade local. A atividade não revela apenas os talentos escondidos na comunidade, mas também cria um ambiente vibrante de celebração e troca cultural.

#### **5.1.6 Mural Coletivo**

Vem como uma forma de deixar o projeto marcado na cidade mesmo após a sua partida. Será convidado um artista para pintar o mural em algum ponto da cidade. Durante o processo de pintura, os moradores terão a oportunidade de acompanhar o trabalho e até mesmo contribuir em algumas partes da obra, tornando o mural um verdadeiro esforço coletivo.

### **5.2 Proposta de acesso na cidade**

Por se tratar de um projeto acadêmico, foi previsto apenas um contato inicial com os setores envolvidos no acontecimento da iniciativa, com informações fornecidas através de pesquisas. Quando aplicado uma experiência piloto, seria ajustado, já que não houve o contato com nenhuma organização para saber sobre os acordos necessários.

Com isso, as etapas e regras previstas seriam:

- **Solicitação de Autorização:** entrar em contato com a Prefeitura ou a Secretaria Municipal da Cultura para solicitar a autorização. É necessário apresentar um projeto detalhado, incluindo informações sobre a estrutura, atividades, datas etc.);
- **Documentação:** É comum que sejam solicitados documentos como: CNPJ ou documentação da empresa, alvará de funcionamento e comprovante de que os profissionais envolvidos possuem as licenças necessárias (como artistas, técnicos etc.);
- **Avaliação de Local:** A prefeitura pode exigir uma avaliação do local onde o projeto pretende se instalar, para garantir que atenda às normas de segurança e acessibilidade. Para a Toka o ideal é que seja um local aberto, como praças e parques, com árvores e sombras;

- **Taxas e Licenças:** Podem ser cobradas taxas pela autorização e, em alguns casos, é necessário obter licenças específicas (como para a realização de eventos, pintura do mural etc.);
- **Prazo de Antecedência:** É importante solicitar as permissões com antecedência, pois o processo pode levar tempo;
- **Normas Locais:** Cada município pode ter suas próprias regras e exigências, por isso é essencial verificar a legislação local.

### **5.3 Financiamento**

O financiamento da Toka será viabilizado através do apoio de empresas e organizações que compartilham da visão de democratizar o acesso à cultura e apoiar a valorização das comunidades locais. Através de parcerias estratégicas com instituições e marcas que acreditam na importância de fomentar a arte e a cultura em regiões do interior, o projeto será capaz de alcançar um número maior de cidades e oferecer suas atividades de forma gratuita para o público.

O envolvimento de empresas e organizações no projeto não se limita ao financiamento, mas também inclui o compromisso com a promoção de ações culturais que beneficiam a comunidade e contribuem para o fortalecimento da identidade e diversidade cultural local. Com isso, o apoio institucional será fundamental para assegurar que o projeto aconteça e continue crescendo, ampliando suas ações e proporcionando experiências culturais enriquecedoras para as populações interioranas.

### **5.4 Funcionamento e processo de inscrição**

A programação do projeto seria divulgada com antecedência, incluindo as cidades que seriam visitadas ao longo de cada ano. Essa transparência permite que o público e os participantes se planejem e aproveitem ao máximo as atividades oferecidas. O envio e seleção das obras audiovisuais expostos no cinema também seria feito com antecedência em relação ao início do tour da Toka.

Figura 25 – Parte interna do folder de informações

**CINEMA ITINERANTE**

Durante as noites da Toka na cidade, convidaremos o público para uma experiência única de cinema ao ar livre, com obras de artistas e produtoras brasileiras independentes. Em um ambiente acolhedor, todos poderão viver o cinema de forma coletiva sob o céu. A programação será divulgada com antecedência nas redes sociais da Toka.

**INSCRIÇÃO PARA EXPOSIÇÃO DAS OBRAS**

Interessados em exibir suas obras no cinema itinerante poderão se inscrever a partir de 3 meses antes do início da tour. O período de inscrição ficará aberto por 1 mês e meio, e os selecionados serão comunicados com antecedência.

A divulgação do edital para inscrição será feita através de redes sociais e rádios.

**OFICINAS DE ARTE E PERCUSSÃO**

Na Toka, acreditamos no poder da expressão artística para transformar e conectar as comunidades. Por isso, serão oferecidas três oficinas incríveis, gratuitas e abertas para todos:

**OFICINA DE COLAGEM:** Os participantes terão a oportunidade de explorar sua criatividade utilizando materiais diversos, como revistas, jornais e entre outros, eles aprenderão a criar composições visuais únicas, estimulando a expressão artística e o reaproveitamento de materiais. Essa oficina é voltada para todos os públicos, sem necessidade de experiência prévia, e busca incentivar a arte como forma de comunicação e transformação.

**OFICINA DE FANZINE:** É um espaço para os participantes criarem suas próprias publicações, misturando texto, ilustração e design de forma livre e autoral. Durante a oficina, vamos ensinar como produzir fanzines de forma artesanal, utilizando técnicas simples e criativas. Os participantes terão a chance de expressar suas ideias, contar histórias e explorar diferentes formas de comunicação visual e escrita.

**OFICINA DE PERCUSSÃO:** Aqui, os participantes terão a oportunidade de aprender a tocar instrumentos de percussão, como tambores, pandeiros e maracas. Além de desenvolver habilidades musicais, os participantes serão incentivados a trabalhar em grupo, promovendo a integração e a criação coletiva. A oficina será aberta a todos, desde iniciantes até aqueles que já têm algum conhecimento musical.

**SHOW DE TALENTOS**

O Show de Talentos da Toka é uma oportunidade incrível para as pessoas da cidade mostrarem suas habilidades artísticas. A comunidade irá se inscrever para participar da competição, que poderá ser realizada de forma individual ou em grupo. A diversidade de expressões é o foco, e serão aceitas apresentações nas seguintes modalidades: Música, Teatro, Dança, Stand-up e Leitura de textos, poesias e poemas.

Cada participante ou grupo terá a chance de montar sua apresentação, que será realizada durante o evento. Ao final das apresentações, o público votará para eleger os três primeiros colocados, que serão premiados com prêmios especiais. A atividade é uma grande celebração da criatividade local, proporcionando aos participantes uma plataforma para mostrar suas habilidades e, quem sabe, descobrir novas oportunidades!

**FEIRA LOCAL**

A Toka também traz para a cidade uma feira, onde artistas e produtores locais têm a oportunidade de expor e vender seus produtos. A feira será composta por 15 expositores selecionados. Cada expositor receberá uma mesa e duas cadeiras para a exposição, mas poderá levar pequenas estruturas adicionais, se desejar, para tornar seu espaço mais pessoal e criativo.

Além disso, a feira será realizada simultaneamente com o Show de Talentos, proporcionando uma integração entre as apresentações culturais e o espaço de venda e troca de experiências.

**INSCRIÇÕES OFICINAS, FEIRA E SHOW DE TALENTOS**

As inscrições estarão abertas 1 mês antes da chegada da Toka na cidade. O período de inscrição será de 3 semanas, e a lista dos selecionados será divulgada 5 dias antes do projeto chegar. Os escolhidos serão contatados diretamente para confirmação de sua presença.

A divulgação do edital para inscrição será feita nas redes sociais, rádios locais e carros de som nas cidades, garantindo ampla divulgação e acessibilidade para todos os interessados.

**ARTE QUE FICA**

Para marcar a passagem da Toka por cada cidade, convidaremos um(a) artista para pintar um mural. Durante a pintura, a comunidade será convidada a acompanhar o processo ao vivo e até mesmo contribuir, ajudando em algumas partes da obra. Essa intervenção artística não só embeleza o espaço urbano, mas também simboliza a união, a criatividade e a participação coletiva, deixando uma marca duradoura da Toka na cidade.

Fonte: Feito pela autora

Figura 26 - Parte externa do folder de informações

**QUEM SOMOS**

A Toka é um projeto itinerante que conecta pessoas, arte e cultura de maneira inovadora e inclusiva. Viajando por cidades do interior, nosso ônibus transforma cada parada em um espaço criativo e colaborativo, onde a comunidade é protagonista. Oferecemos oficinas de arte e percussão para despertar a criatividade, feiras para produtores e artistas locais exporem seus trabalhos, exposições de obras audiovisuais independentes em nosso cinema itinerante e shows de talentos que dão voz às histórias e habilidades únicas de cada lugar.

Na Toka, todos têm a chance de criar, aprender e compartilhar suas histórias, fortalecendo os laços culturais e sociais.

CULTURA QUE TRANSFORMA

Participar de eventos culturais são uma excelente oportunidade para as pessoas se reunirem, se expressarem e compartilharem experiências, criando um sentimento de pertencimento e comunidade. No que se refere à saúde mental, a prática de atividades culturais tem mostrado diversos benefícios, como o aumento da autoconfiança, a redução do estresse e a melhora do humor. O envolvimento com as artes e a cultura permite que as pessoas se conectem consigo mesmas e com os outros de maneira significativa, ajudando a liberar tensões emocionais e a promover um senso de realização e bem-estar. A música, a dança, a arte visual e o cinema oferecem formas de expressão emocional que são extremamente terapêuticas e têm um impacto direto na melhora da saúde mental, trazendo mais equilíbrio e qualidade de vida.

**SEJA PARCEIRO DA TOKA!**

Acreditamos no poder da arte e da cultura para transformar vidas, e queremos contar com você! Se sua empresa ou instituição compartilha dessa visão, junte-se a nós como parceiro e ajude a levar arte, educação e oportunidades para as comunidades do interior.

Entre em contato e venha fazer parte da nossa jornada!

Arte que viaja, cultura que conecta

TOKA

Fonte: Feito pela autora

Figura 27 - Mockup folder

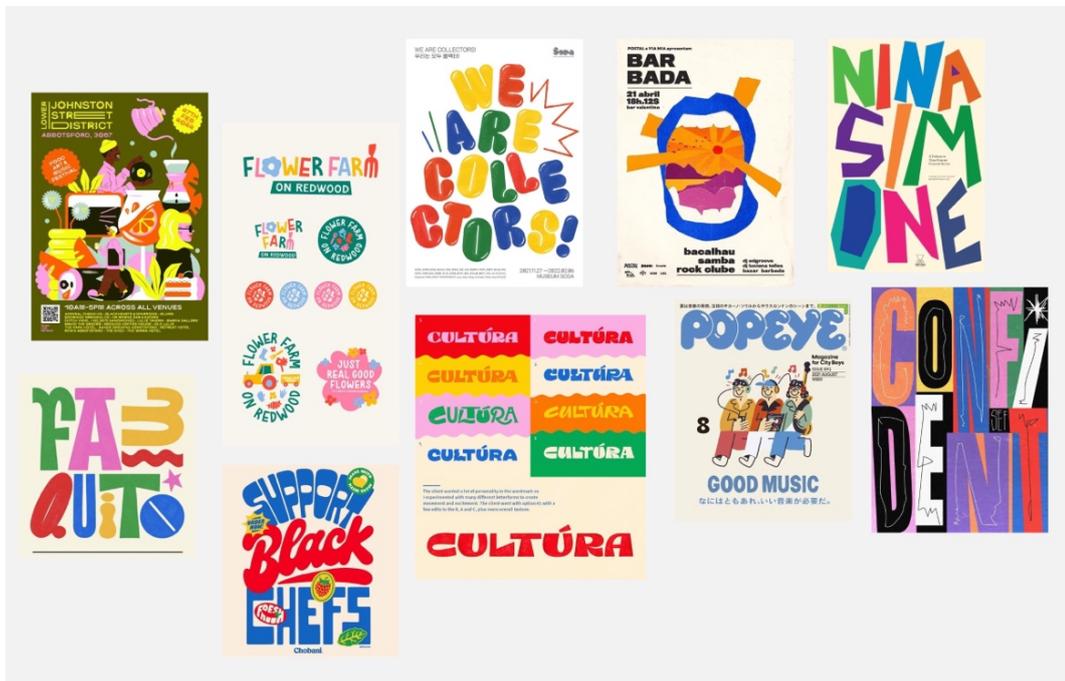


Fonte: Feito pela autora

## 5.5 Identidade Visual

### 5.5.1 Logo

Figura 28 - Painel de referências



Fonte: Montagem feita pela autora com imagens disponíveis na internet

Figura 29 - Rascunhos do desenvolvimento da logo



Fonte: Feito pela autora

Figura 30 – Resultado da logo



Fonte: Feito pela autora

A logo do projeto foi desenvolvida para refletir sua essência de forma simples e marcante. Nela, a palavra “TOKA” está escrita em letras maiúsculas, de uma forma geométrica e dinâmica, com letras que se encaixam umas nas outras, comunicando uma identidade jovem, criativa e comunitária. É acompanhada por uma tagline que diz: “Arte que viaja, cultura que conecta”, posicionada de uma forma sutil ao seu redor,

criando um senso de movimento circular, como se ecoasse a ideia de integração e trajeto. A cor escolhida é vibrante e sugere energia, criatividade e acolhimento.

### 5.5.2 Versões

Foi definida algumas versões que facilitem as aplicações em diferentes usos.

Figura 31 - Versão sem tagline



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 32 - Versão em preto e branco



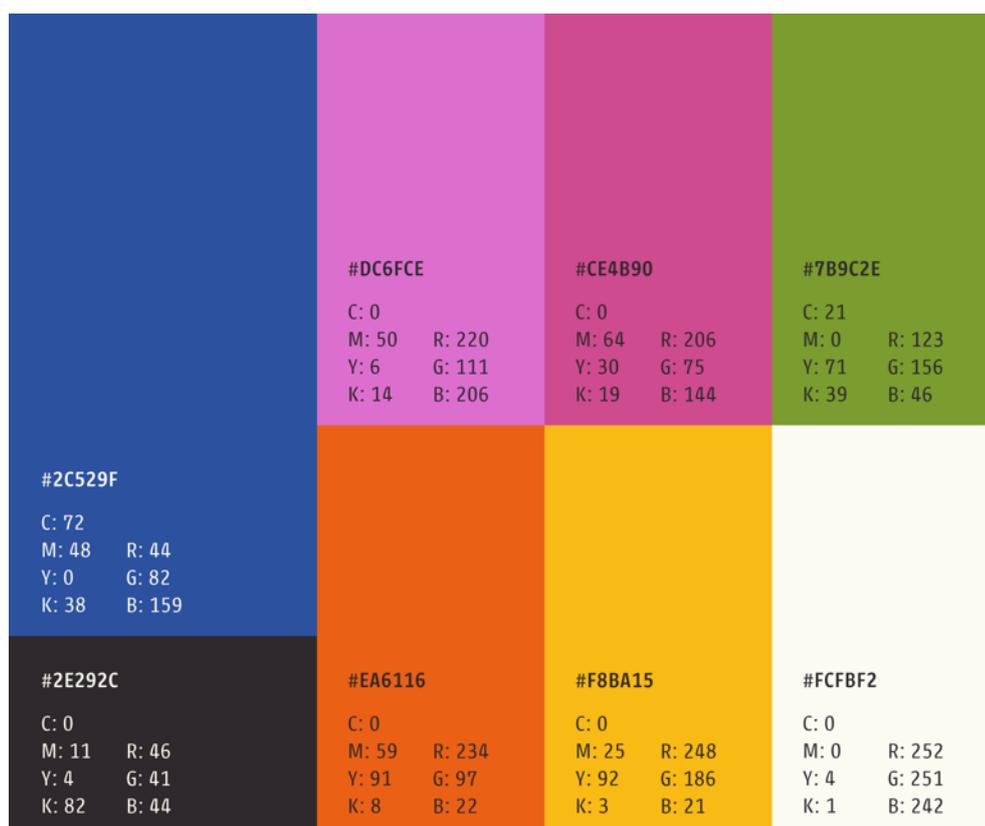
Fonte: Elaborado pela autora

### 5.5.3 Paleta de Cores

A paleta de cores escolhida é vibrante e diversa, alinhando-se à proposta de um projeto itinerante que celebra a arte e a comunidade. O azul foi definido como a cor principal e é acompanhado pelas demais cores da paleta, que incluem tons de rosa, lilás, laranja, amarelo, branco e verde. Esses tons, além de dialogarem entre si de forma harmoniosa, refletem a pluralidade cultural e a alegria característica do projeto.

Com base nos princípios da teoria das cores, a combinação dessas tonalidades cria uma composição equilibrada e versátil. O azul como base contrasta de maneira complementar com os tons quentes e vibrantes, enquanto o verde e o branco ajudam a trazer frescor e clareza visual. Essa paleta foi projetada para ser funcional em diferentes aplicações, garantindo uma identidade visual forte, acessível e impactante em todos os materiais de comunicação do projeto.

Figura 33 - Paleta de cores



Fonte: Elaborado pela autora

### 5.5.4 Tipografia

A fonte escolhida para o projeto foi a Urbana, desenvolvida por César Puertas. Esta fonte foi selecionada devido à sua versatilidade, já que oferece diversas variações que podem ser adaptadas dependendo da aplicação.

A Urbana é uma tipografia sem serifa, naturalmente condensada, que possui uma grande legibilidade. Ela transmite uma mensagem que representa a Toka: acessível, positiva e amigável.

Figura 34 - Tipografia



Fonte: Elaborado pela autora

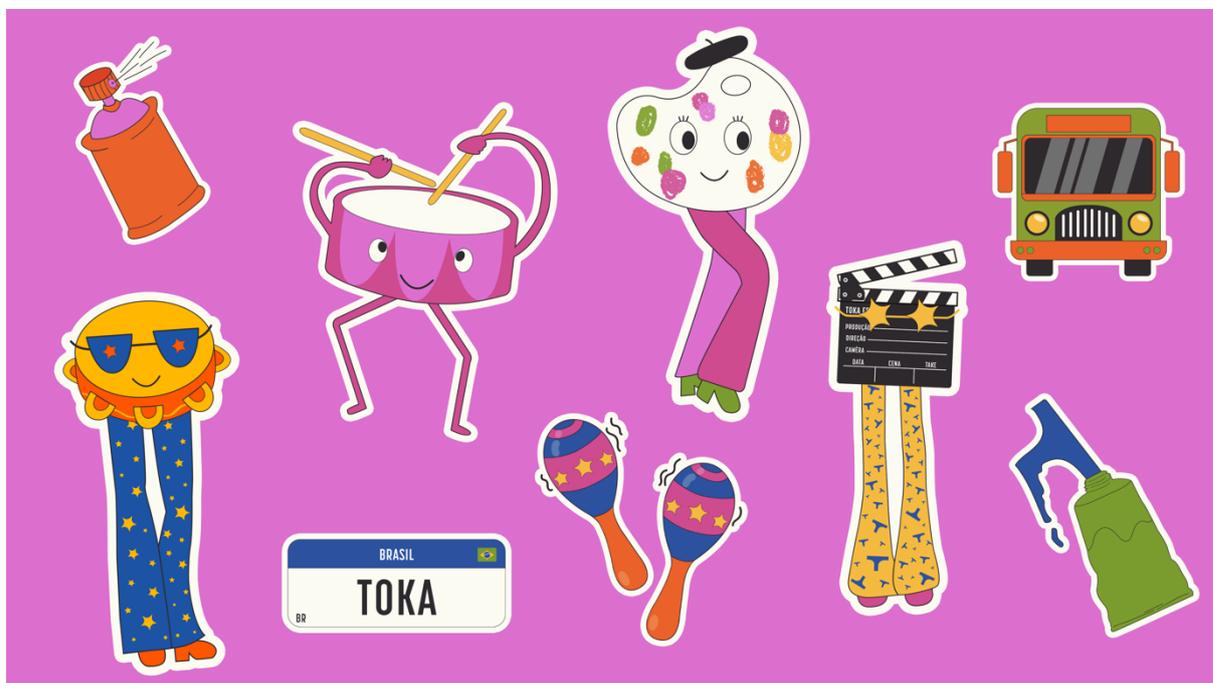
### 5.5.5 Ilustrações

As ilustrações criadas para a Toka foram pensadas para refletir de forma alegre elementos que remetem ao projeto e as suas atividades promovidas, como por exemplo música, muralismo e cinema, os desenhos possuem cores vivas para criar um visual lúdico e convidativo. O estilo descontraído das ilustrações foi projetado para captar a atenção de públicos diversos, especialmente crianças e jovens, que constituíram uma grande porcentagem nas respostas obtidas na pesquisa realizada com os moradores de Crixás.

Além disso, podem ser utilizadas em diferentes tipos de aplicações, como camisetas, adesivos e redes sociais, garantindo que a identidade visual do projeto seja memorável e versátil. Essas imagens não só complementam a comunicação

visual, mas também tornam o projeto mais identificável e convidativo, estimulando o engajamento das comunidades por onde o ônibus passar.

Figura 35 - Ilustrações



Fonte: Feito pela autora

### 5.5.6 Aplicações

Foi feita a aplicação da identidade do projeto em materiais de divulgação, como posts para redes sociais, cartazes, folders e produtos que pudessem ser comercializados na loja da Toka. Além de contribuir para a disseminação do projeto por meio de uma divulgação indireta, os produtos ajudariam na continuidade do projeto, já que todo o lucro das vendas seria destinado a custos da Toka.

Figura 36 - Aplicações em produtos



Fonte: Feito pela autora

### 5.5.7 Manual: Utilização da marca

O manual de marca é um documento fundamental para garantir a consistência e integridade da identidade visual do projeto. Ele reúne diretrizes claras sobre a utilização correta do logo, tipografia, paleta de cores e outros elementos gráficos, assegurando que todos os materiais de comunicação mantenham uma aparência coesa e alinhada aos valores da marca. O objetivo é garantir que a marca seja representada de maneira correta e eficaz em todas as suas aplicações, seja em mídias digitais, impressas ou produtos físicos.

Figura 37 - Manual de marca



# INTRODUÇÃO

## MISSÃO E VISÃO

A Missão da Toka é levar oportunidades culturais e educacionais para as cidades interioranas através de um ônibus itinerante, proporcionando às comunidades experiências artísticas diversificadas de acesso gratuito, com o objetivo de ampliar horizontes, fomentar a troca cultural e a valorização dos talentos locais.

A visão é ser reconhecido como um agente de transformação social e cultural, proporcionando à população das cidades interioranas a vivência de experiências artísticas de qualidade, onde cada cidade, por menor que seja, se sinta parte de um movimento de renovação cultural.

### TOM DE VOZ

O tom de voz deve ser feminino, inspirador, acessível, acolhedor e autêntico, com foco na criação coletiva e no empoderamento artístico. Precisa convidar as pessoas a se envolverem, a se expressarem e a participarem ativamente do projeto.

Esse tom ajudará a criar uma conexão emocional forte com o público, incentivando-o a se engajar ativamente e a se sentir parte do projeto.

#### A comunicação deve ter:

**Próximidade:** Fale com sinceridade. Evite jargões ou formalidades excessivas, priorize um tom humano e próximo, como se estivesse falando com um amigo.

**Acessibilidade e Clareza:** Mantenha uma linguagem simples, para que todos possam entender. Sempre faça convites abertos, destacando que o projeto é para todos.

**Energia e Envolvimento:** Adote um tom caloroso e respeitoso, sempre valorizando as contribuições da comunidade, com chamadas como: "Venha criar com a gente!". Incorpore ícones visuais para reforçar o tom vibrante.

**Colaboração ativa:** Incentive parcerias e a troca de ideias. Use termos como "juntos" ou "criado por todos nós". Destaque o impacto coletivo do projeto e como cada pessoa é essencial.

# ELEMENTOS DA MARCA



## NOME E LOGO

O nome "TOKA" evoca a ideia de pertencimento ("toca" como lar), além de se relacionar à música, (tocar instrumentos) e no sentido de movimento e trajeto do ônibus ("toca pra frente").

Em relação a logo, a palavra "TOKA" está escrita em letras maiúsculas, de uma forma geométrica e dinâmica, com letras que se encaixam umas nas outras, comunicando uma identidade jovem, criativa e comunitária. A tagline "Arte que viaja, cultura que conecta" está posicionada de forma sutil ao redor da palavra "TOKA", criando um senso de movimento circular, como se ecoasse a ideia de integração e trajeto. A cor azul escolhida é vibrante e sugere energia, criatividade e acolhimento.

## VERSÃO SECUNDÁRIA

A logo deve ser usada preferencialmente na versão principal que está na esquerda, mas em situações em que o uso não for possível pode-se aplicar a outra versão existente (sem a tagline)



## VERSÃO EM PRETO E BRANCO

As versões monocromáticas da logo em branco e preto garantem versatilidade e adaptabilidade em diferentes contextos de aplicação, caso não seja possível utilizar as cores da paleta.



## APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS

A logo pode ser aplicado sobre cores que estão dentro da paleta da marca e imagens que mantenham sua legibilidade.



## REDUÇÃO

Existe um limite de redução para manter sempre uma boa visualização e leitura da logo. Isso vale para suportes impressos e digitais.



## MALHA CONSTRUTIVA

Serve como uma base técnica que define as principais linhas para orientar a replicação da logo em situações onde a reprodução digital não for possível.



## ÁREA DE PROTEÇÃO

Tem o objetivo de delimitar um espaço limite para a aproximação de elementos externos a logo. É de extrema importância respeitar o espaço para que a logo seja sempre visualizada claramente.

Está sendo definida pela letra "A" presente na logo.



## USOS INCORRETOS

Usar a logo de maneira correta garante a sua identificação, por isso, deve ser evitado usos como:



# RECURSOS GRÁFICOS

## PALETA DE CORES

É vibrante e diversa, transmitindo energia e criatividade. As cores escolhidas criam um equilíbrio entre tons dinâmicos e combinam entre si.

#2C529F	#DC6FCE	#CE4890	#7B9C2E
C: 72 M: 48 R: 44 Y: 0 G: 82 K: 38 B: 159	C: 0 M: 50 R: 220 Y: 6 G: 111 K: 14 B: 206	C: 0 M: 64 R: 206 Y: 30 G: 75 K: 19 B: 144	C: 21 M: 0 R: 123 Y: 71 G: 156 K: 39 B: 46
#2E292C	#EA6116	#F8BA15	#FCFBF2
C: 0 M: 11 R: 46 Y: 4 G: 41 K: 82 B: 44	C: 0 M: 59 R: 234 Y: 91 G: 97 K: 8 B: 22	C: 0 M: 25 R: 248 Y: 92 G: 186 K: 3 B: 21	C: 0 M: 0 R: 252 Y: 4 G: 251 K: 1 B: 242

## TIPOGRAFIA

Olá, nossa tipografia é:

Urbana

Light  
Medium  
**Black Italic**  
**Bold Italic**  
Light Italic  
Medium Italic  
**SemiBold Italic**  
**SemiBold**  
**Bold**  
**Black**

ÁÀÃÄABCDEFHIJKLMNOPQRST  
UVWXYZ  
áâãäabcdefghijklmnopqrst  
uvwxyz

1234567890  
@!#\$%&\*)({[]},.<>?/;:'"

A fonte escolhida foi a Urbana, já que ela transmite uma mensagem que representa a Toka: acessível, positiva e amigável. Além disso, possui uma ótima legibilidade e há 10 versões para o uso em diferentes aplicações.

## ILUSTRAÇÕES



## APLICAÇÕES



ADESIVOS



ECOBAGS

CARTELA DE ADESIVOS



PIN



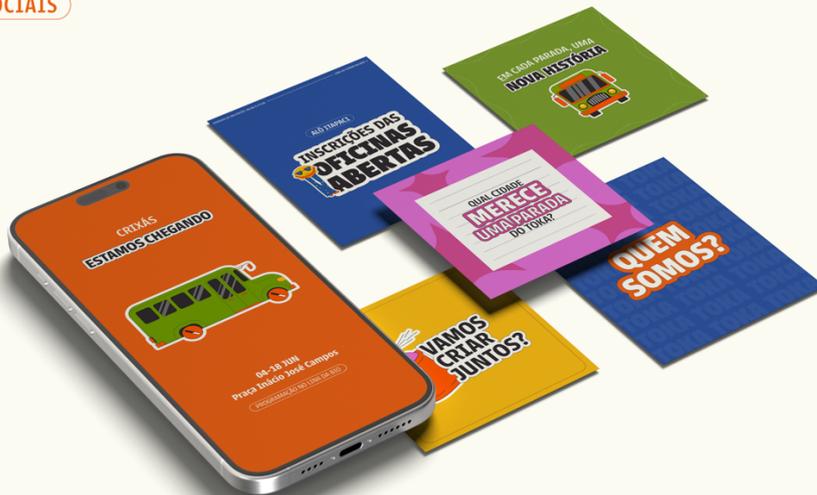
CADERNO



CARTAZ



REDES SOCIAIS



ÔNIBUS



ÔNIBUS



KOMBI DA EQUIPE



Fonte: Elaborado pela autora

## MANUAL DE MARCA - TOKA

### **5.1 Estrutura e equipamentos**

Para a realização das programações propostas pela Toka, será necessário um conjunto de equipamentos adequados para garantir que todas as experiências sejam vividas de maneira eficiente e envolvente. A organização de cada atividade dependerá de materiais específicos que atenderão às necessidades de cada oficina, apresentação ou evento, garantindo a qualidade do que será oferecido ao público.

As oficinas de arte, por exemplo, exigem mesas e cadeiras para os participantes, além de materiais de arte como papéis, revistas, tintas, cola, tesouras e outros utensílios necessários. Para a oficina de percussão, será necessário um conjunto de instrumentos variados, como pandeiros, tamborins, reco-recos, entre outros, que serão disponibilizados para os participantes.

Além disso, para a exibição do cinema ao ar livre, serão utilizados equipamentos de projeção e telas, garantindo uma boa qualidade de imagem, juntamente com puffs, cangas e almofadas para acomodar o público. O palco para o show de talentos precisa ser montado de forma a permitir apresentações com segurança e visibilidade, podendo incluir microfones, iluminação e outros itens essenciais.

A identidade da Toka seria aplicada nos equipamentos, ou seja, as cores e elementos da marca seriam utilizadas como uma forma de garantir exclusividade e uma comunicação visual coesa em todos os pontos de contato.

Figura 38 - Anotação sobre a estrutura e equipamentos

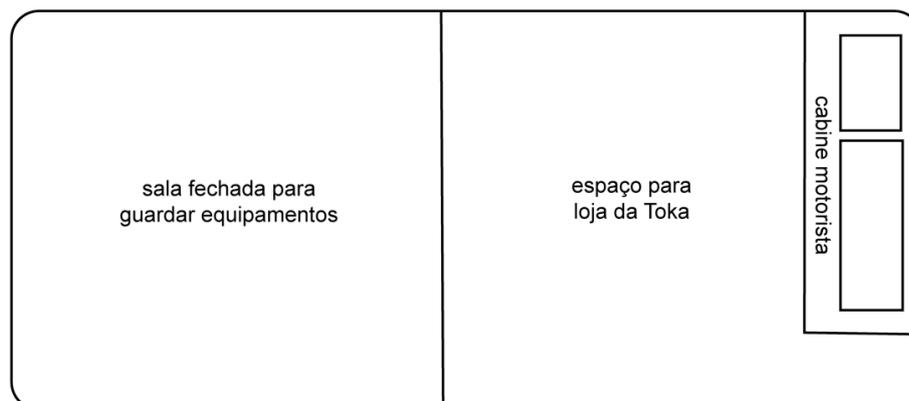


Fonte: Elaborado pela autora

A organização do espaço precisa garantir que cada momento do projeto seja vivido de forma fluída, funcional e acolhedora para o público. Para isso, precisa ser pensado um esquema de disposição que maximiza a experiência dos participantes, levando em consideração a dinâmica de cada atividade.

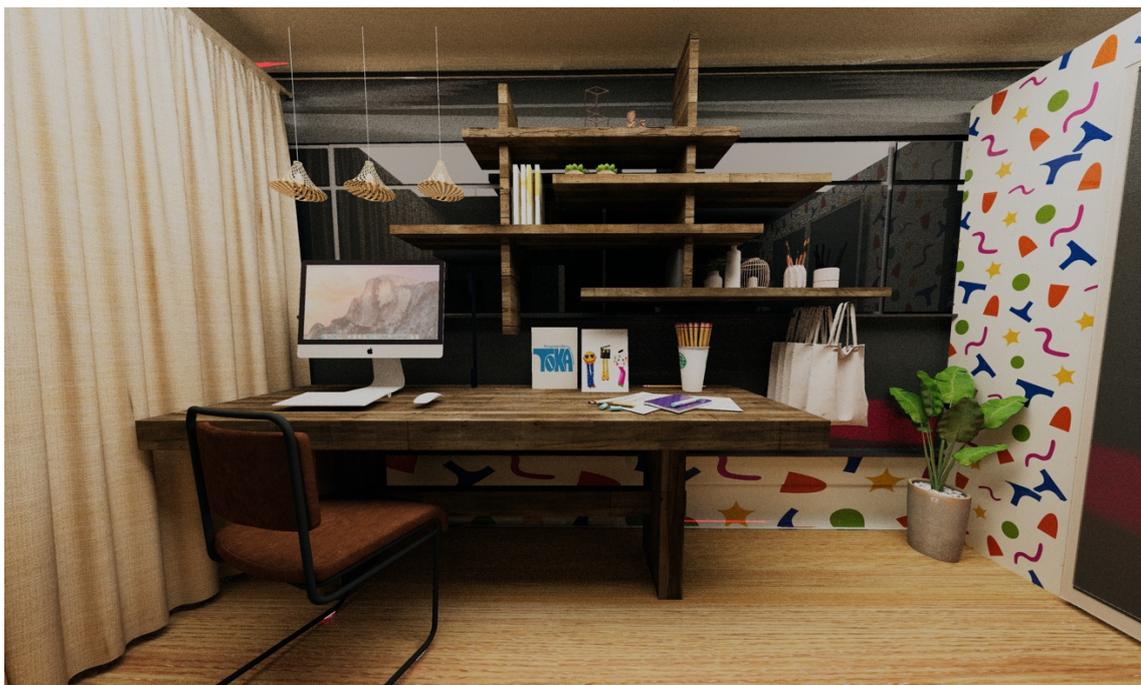
Cada cidade visitada pelo projeto contará com uma área central onde o ônibus ficará estacionado, funcionando como um ponto de encontro. Ao redor desse ponto, serão organizadas as diversas atividades, como as oficinas, a feira, os shows de talentos e a exibição de cinema, onde tudo será organizado e montado de acordo com a programação que irá acontecer no momento. O layout será cuidadosamente planejado de acordo com o espaço disponível em cada uma das cidades visitadas.

Figura 39 - Rascunho da parte interna do ônibus



Fonte: Feito pela autora

Figura 40 - Montagem tridimensional do interior do ônibus



Fonte: Montagem tridimensional desenvolvida por Karoline Yuka a partir dos conceitos do projeto

Figura 41 - Montagem tridimensional da noite do cinema



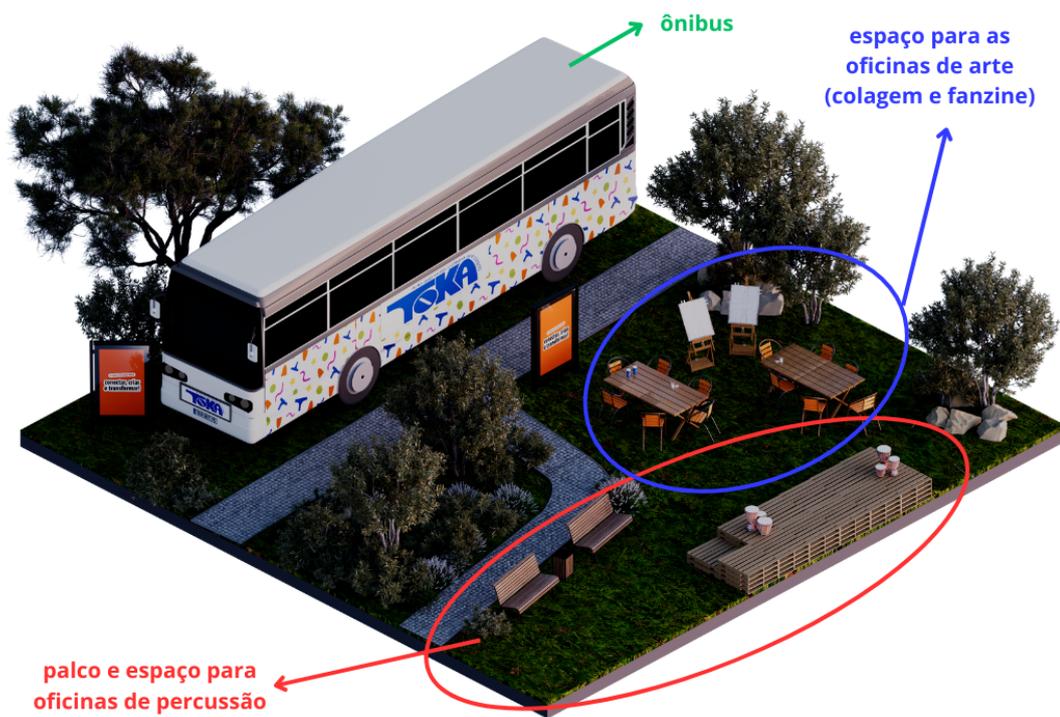
Fonte: Montagem tridimensional desenvolvida por Karoline Yuka a partir dos conceitos do projeto

Figura 42 - Montagem tridimensional da feira e show de talentos



Fonte: Montagem tridimensional desenvolvida por Karoline Yuka a partir dos conceitos do projeto

Figura 43 - Montagem tridimensional das oficinas



Fonte: Montagem tridimensional desenvolvida por Karoline Yuka a partir dos conceitos do projeto

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Toka surge como uma proposta significativa, que une criatividade, inclusão e acessibilidade cultural em uma experiência itinerante. Por meio das oficinas, feiras, cinema ao ar livre, shows de talentos e do mural coletivo, o projeto promove uma interação genuína entre os moradores das cidades visitadas, fortalecendo os laços comunitários e promovendo o aprendizado e entretenimento a partir de diferentes formas artísticas.

O projeto busca incentivar o engajamento com a arte e a cultura como ferramenta de transformação social. Cada atividade foi pensada para atender diferentes interesses e faixas etárias, oferecendo um espaço democrático e acolhedor para a expressão artística e o diálogo entre cada participante. A mobilização para o sucesso do projeto depende de parcerias estratégicas, de um planejamento bem estruturado e da participação ativa das comunidades. Com isso, a Toka tem o potencial de deixar um impacto duradouro, tanto na valorização das tradições culturais locais quanto na criação de novas oportunidades para artistas e produtores regionais.

Este trabalho buscou não apenas apresentar o conceito e a estrutura da Toka, mas também destacar a importância da arte e da cultura como agentes de mudança, capazes de enriquecer vidas e lugares. Este trabalho vai além do campo do design, ele atinge esferas sociais e culturais, pois a Toka é mais do que um projeto: é um movimento que leva criatividade, emoção e pertencimento a cada parada.

Hoje, este trabalho é como um ponto de partida, com a intenção de que no futuro o projeto ganhe vida.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA IBGE NOTÍCIAS. **País tem quase 40% da população em municípios sem salas de cinema. 05 de dezembro de 2019.** Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/26239-pais-tem-quase-40-da-populacao-em-municipios-sem-salas-de-cinema>> Acesso em: 02 abr, 2024.

ARCHDAILY. **A transformação do museu: do gabinete de curiosidades às exposições.** 04 de junho de 2022. Disponível em: <[https://www.archdaily.com.br/br/982045/a-transformacao-do-museu-do-gabinete-de-curiosidades-as-exposicoes?ad\\_source=search&ad\\_medium=projects\\_tab&ad\\_source=search&ad\\_medium=search\\_result\\_all](https://www.archdaily.com.br/br/982045/a-transformacao-do-museu-do-gabinete-de-curiosidades-as-exposicoes?ad_source=search&ad_medium=projects_tab&ad_source=search&ad_medium=search_result_all)> Acesso em 06 abr, 2024.

ARTE REF. **O gabinete de curiosidades e a origem dos museus. 11 de março de 2024.** Disponível em: <<https://arteref.com/nao-categorizado/o-gabinete-de-curiosidades-e-a-origem-dos-museus/>> Acesso em: 08 abr, 2024.

BARROCO, Sônia M. S. SUPERTI, Tatiane. **Vigostki e o Estudo da Psicologia da Arte: Contribuições para o Desenvolvimento Humano.** Universidade Estadual de Maringá. Maringá, Paraná. 2014. Disponível em <<https://www.scielo.br/j/psoc/a/vr5bbMpFznNZRsVTMJFxFVqN/?lang=pt&format=pdf>> Acesso em: 30 mai, 2024.

BAUMAN, Zygmunt. **Tempos líquidos.** Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BLOG COM CIÊNCIA. **Como surgiu o primeiro museu?.** 18 de maio de 2023. Disponível em: <<https://museuweg.net/blog/como-surgiu-o-primeiro-museu/>> Acesso em: 28 mar, 2024.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **Cavalcadas de Pirenópolis.** Goiânia: Oriente. 1974.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **O Divino, o Santo e a Senhora.** Rio de Janeiro, Campanha de Defesa do Folclore Brasileiro, 1978.

CARNEIRO, Lucianne e MARTINI, Paula. VALOR. IBGE: **Só 30% dos municípios têm museus; número de teatros e cinemas é ainda menor.** 01 de dezembro de

2023. Disponível em: <<https://valor.globo.com/brasil/noticia/2023/12/01/ibge-so-30percent-dos-municipios-tem-museus-numero-de-teatros-e-cinemas-e-ainda-menor.ghtml>> Acesso em: 12 abr, 2024.

COUTO, Ana. **A (r)evolução do branding**. 1. ed. [S. l.]: Gente, 2023.

EPOCA. **Cavalcadas revivem batalhas medievais e animam festejos em Pirenópolis**. 01 de novembro de 2016. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/colunas-e-blogs/viajologia/noticia/2015/06/cavalcadas-revivem-batalhas-medievais-e-animam-festejos-em-pirenopolis.html>> Acesso em 27 mai, 2024.

FIOCRUZ. **Ciência móvel**. Disponível em: <<https://www.museudavida.fiocruz.br/index.php/ciencia-movel>> Acesso em 07 jun, 2024

FUNDAÇÃO ITAÚ. **Atividades culturais contribuem para uma melhor saúde mental, aponta pesquisa**. 05 de janeiro de 2024. Disponível em: <<https://www.fundacaoitau.org.br/noticias/noticias/atividades-culturais-contribuem-melhor-saude-mental>> Acesso em: 02 abr, 2024.

GOIAS.GOV.BR. **Circuito Cavalcadas**. Disponível em: <<https://goias.gov.br/cultura/circuito-cavalcadas/#:~:text=O%20Circuito%20Cavalcadas%20%C3%A9%20uma,em%20v%C3%A1rias%20cidades%20do%20Estado>> Acesso em: 27 mai, 2024.

IBGE GOV.BR. Brasil | Goiás | **Crixás - História & Fotos**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/go/crixas/historico>> Acesso em: 05 abr, 2024.

IBGE GOV.BR. Brasil | Goiás | **Crixás - Panorama**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/go/crixas/panorama>> Acesso em: 05 abr, 2024.

IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Festa do Divino Espírito Santo vai acontecer em Natividade (TO)**. 2014

IPHAN. **Programa Sentidos Urbanos recebe homenagem por suas ações pelo patrimônio em Ouro Preto-MG.** 14 de dezembro de 2011. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/noticias/detalhes/1225/programa-sentidos-urbanos-recebe-homenagem-por-suas-acoes-pelo-patrimonio-em-ouro-preto-mg>> Acesso em: 18 jun, 2024.

LUPTON, Ellen. **Intuição,ação,criação: Graphic Design Thinking.** Editora Gustavo Gili; 2013, 184 p.

MARK, Margaret; PEARSON, Carol S. **O herói e o fora-da-lei: Como construir marcas extraordinárias usando o poder dos arquétipos.** 1. ed. [S. l.]: Cultrix, 2003.

MEDIUM. **Cabinets of Curiosity.** 01 de outubro de 2018. Disponível em: <<https://lubar.medium.com/cabinets-of-curiosity-a134f65c115a>> Acesso em 9 abr, 2024.

MEDIUM. **Os gabinetes de curiosidade e o Renascimento.** 28 de julho de 2016. Disponível em: <<https://medium.com/museus-e-museologia/os-gabinetes-de-curiosidade-e-o-renascimento-d85eb3f34ff3>> Acesso em: 9 abr, 2024.

MUSEU AFRO BRASIL. **Festa do Divino Espírito Santo.** Disponível em: <<http://www.museuafrobrasil.org.br/pesquisa/indice-biografico/manifestacoes-culturais/festa-do-divino-espírito-santo>> Acesso em 17 mai, 2024.

MUSEU DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA PUCRS. **Museu Itinerante.** Disponível em: <<https://www.pucrs.br/mct/museu-itinerante/>> Acesso em 07 jun, 2024.

OLIVEIRA, Sebastiana Ester Dietz de. **Terra dos Kirirás e poemas mais...!** 2. ed. Goiânia: Arte e Laser Ltda., 2001.

SILVA, Mônica Martins da. **A festa do Divino: Romanização, patrimônio & tradição em Pirenópolis (1980-1988).** Goiânia: AGEPEL, 2000.

TRÍSCELE. **Museu, museologia e museografia.** Disponível em: <<https://www.triscele.com.br/triscele/museu-museologia-e-museografia#:~:text=O%20museu%20teve%20na%20Gr%C3%A9cia,e%20a%20seguran%C3%A7a%20desses%20objetos>> Acesso em 03 abr, 2024.

UPF. **Museu Móvel.** Disponível em: <<https://www.upf.br/mavrs/projetos/museu-movel>> Acesso em 07 jun, 2024

UFOP. **O trem de Mariana: Será o fim da linha?** 24 de junho de 2022. Disponível em <<https://sites.ufop.br/lamparina/blog/o-trem-de-mariana-ser%C3%A1-o-fim-da-linha>> Acesso em: 18 jun, 2024.



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS  
GABINETE DO REITOR

Av. Universitária, 1069 • Setor Universitário  
Caixa Postal 86 • CEP 74605-010  
Goiânia • Goiás • Brasil  
Fone: (62) 3946.1000  
www.pucgoias.edu.br • reitoria@pucgoias.edu.br

## RESOLUÇÃO nº 038/2020 – CEPE

### ANEXO I

#### APÊNDICE ao TCC

#### **Termo de autorização de publicação de produção acadêmica**

A estudante Luanna Gabrielly dos Santos Neves do Curso de Design, matrícula 2021.1.0042.0010-9, telefone: (62) 98469-1762 e-mail gabriellyluanna35@gmail.com, na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei nº 9.610/98 (Lei dos Direitos do Autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado CULTURA EM MOVIMENTO: ESTRATÉGIAS DE DESIGN PARA PROMOVER A ARTE EM CIDADES DO INTERIOR, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto(PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 16 de dezembro de 2024.

Assinatura do autor: *Luanna Gabrielly dos Santos Neves*

Nome completo do autor: Luanna Gabrielly dos Santos Neves

Assinatura do professor-orientador: *Genilda S. Alexandria*

Nome completo do professor-orientador: Genilda da Silva Alexandria Sousa