

Apresento a seguir resposta ao questionário complementar. Os números das respostas correspondem 036/99  
aqueles das perguntas.

1. Objetivos: Elevar o padrão tecnológico da casa autoconstruída por meio da difusão de elementos de tecnologia da construção de uma pequena casa. Melhorar a qualidade da habitação autoconstruída, predominantemente nas cidades brasileiras. Melhorar a paisagem urbana das grandes cidades brasileiras, hoje predominantemente marcada pelas casas dos autoconstrutores. Atender ao maior consumidor de materiais de construção e maior produtor de habitações no País: o autoconstrutor.

Meta: Atingir todo o território nacional com a difusão televisiva por intermédio dos canais educativos, comerciais e comunitários. Colocar os programas à disposição de associações, entidades e sindicatos. Colocar os programas à disposição de todos os interessados tanto nas lojas de aluguel de vídeo como nas lojas de materiais de construção.

2. Produção do vídeo. Difusão pelos canais Futura e Globo. Difusão pelas TVs Educativas e comunitárias. Disponibilização dos vídeos para entidades comunitárias. Disponibilização dos vídeos nas lojas de aluguel e nas lojas de materiais de construção.

3. O público alvo é o autoconstrutor, perfeitamente caracterizado por pesquisa preliminar realizada pelo NUTAU USP. Trata-se de famílias de baixa renda ou mesmo de classe média baixa que constroem as suas próprias casas. Os autoconstrutores são os maiores consumidores de materiais de construção e os maiores produtores de habitação do País. Eles estão marcando a paisagem urbana da cidade brasileira, principalmente das regiões metropolitanas, com as suas casas construídas em loteamentos regulares ou irregulares, sem financiamento e baseados em informações técnicas transmitidas oralmente de outros autoconstrutores e de vendedores de materiais de construção. Os relatos iniciais que estão nos chegando indicam que houve um grande interesse pelo programa, tanto que o mesmo está sendo repedido pelas comarcas. Além do autoconstrutor, algumas entidades também entram em contato com o NUTAU, em particular escolas e faculdades de arquitetura e engenharia, visando obter cópias do mesmo, que começam a ser distribuídas.

4. Até agora foram investidos no programa aproximadamente 1 milhão de reais, na sua produção, reprodução e difusão televisiva. Não há previsão dos gastos nos próximos anos, mas certamente serão marginais quando comparados com o investimento inicial. As fontes de recursos foram inteiramente privadas, tendo como base uma associação de cerca de 15 indústrias de materiais de construção em torno de três associados principais, quais sejam a ABCP - Associação Brasileira de Cimento Portland, a ANAMACO e a TIGRE.

5. Na produção dos vídeos estive envolvida uma equipe de mais de 50 pessoas. Na sua difusão não é possível estimar.

6. As principais empresas e entidades envolvidas na iniciativa são as já citadas ABCP, ANAMACO e TIGRE. A supervisão técnica e redação de todos os programas esteve a cargo do NUTAU - Núcleo de Pesquisa em Tecnologia da Construção e do Urbanismo. A produção dos vídeos esteve a cargo da TVE. A animação ficou a cargo da PINGUIM. Houve decidido apoio da TV Futura e de uma série de outras empresas e entidades como a Caixa Econômica Federal, a Deca e mais de uma dezena de outras firmas. A participação das empresas foi no financiamento do projeto, cuja proposta foi elaborada na Universidade de São Paulo.

7. Estamos agora procurando contactar associações de moradores e sindicatos para a distribuição dos vídeos. Existe intenção de imprimir um folheto didático para acompanhamento dos capítulos e até a possibilidade de realização de palestras e seminários junto a essas entidades.

8. Em 1994 o NUTAU elaborou para a ABCP uma pesquisa sobre as casas autoconstruídas e seus construtores. Essa pesquisa mostrou a importância decisiva dos autoconstrutores como produtores de habitações, ao mesmo tempo em que comprovou a má qualidade das suas casas, o baixo nível da pequena indústria de periferia que abastece esse mercado e o despreparo geral do mercado para dar algum apoio técnico a eles. Com base nessas conclusões o NUTAU propôs à ABCP a produção de uma "novela" como sendo o instrumento didático de acesso mais direto e imediato a esse público, "novela" essa que em 30

09/06/99

- programas apresentasse as dificuldades de um casal de autoconstrutores e fornecesse informações técnicas e orientação para a obra. Essa proposta foi objeto de inúmeras reuniões onde os pormenores dos programas foram debatidos, assim como a forma de financiar o empreendimento.
9. Como dito acima, as etapas chave do programa foram: a pesquisa inicial, a formulação da ideia da novela, a proposição do conteúdo dos 30 programas, o desenvolvimento dos textos de conteúdo técnico dos programas, a elaboração dos roteiros, a produção dos vídeos, a difusão pela TV, a difusão dos vídeos pelas entidades e associações, difusão de resumos na Internet, venda de vídeos nas lojas e impressão de apostila técnica de acompanhamento.
10. Os obstáculos foram eminentemente técnicos, próprios de um empreendimento como esse.
11. Os mecanismos de avaliação até agora, tem se resumido aos levantamentos de audiência da TV Futura e a atualização informal junto a universidades e escolas. Uma vez que os benefícios de um programa de difusão de tecnologia podem estender-se por dezenas de anos, é ainda muito cedo para uma aferição mais aprofundada dos resultados.
12. A mais importante conquista do programa consiste em ele ter sido realizado. De fato, é inovador no meio brasileiro que tantas empresas se reúnem em torno de um objetivo social tão importante e que mantenhiam elevado o padrão técnico e artístico do empreendimento até o seu final.
13. Embora de um ponto de vista antropológico a difusão de tecnologias tenha sido a forma mais comum de progresso da humanidade desde a invenção da roda, o caso presente inova pelo veículo e pela veiculação. Escolhe-se uma forma popular de comunicação: a novela. Utiliza-se uma das formas mais modernas de difusão: a TV. Mas parece também muito inovadora a atitude da indústria, quer no reconhecimento do autoconstrutor como seu maior cliente (o que já foi um enorme passo), quer na disposição de investir pesadamente num programa em que estão ausentes os anúncios, a propaganda e o "merchandising".
14. Pobreza é um conceito relativo. Em geral, entre nós, essa palavra é usada para designar gente miserável, vivendo na mais absoluta marginalidade aos processos sociais e econômicos. O autoconstrutor é pobre, mas não é miserável. Já realizou sua revolução particular quando migrou. É agora dono de um pedaço da cidade ou metrópole para onde foi atraído, o que é um feito e uma vitória. Sobre esse pedaço de metrópole ele construirá o seu castelo. Visto dessa forma, o Mãos à Obra é um grande esforço no sentido de apoiar o processo de promoção social dessas pessoas. O autoconstrutor é alguém que está tentando com grande esforço sair da pobreza. O autoconstrutor é um individualista liberal, que desconfia do governo e dos bancos, mas que hoje é talvez um dos segmentos mais positivos e importantes da população brasileira enquanto motor básico do nosso processo de desenvolvimento e ascensão social.
15. O Impacto do Mãos à Obra ocorre sobre a necessidade básica do ser humano de ter o seu abrigo. Todavia, não se esgota aí. Outros programas dessa natureza, em que o NUTAU esteve envolvido, mostram que existe com frequência um subproduto que é o início do ingresso em uma nova profissão. Muitos dos autoconstrutores são operários, taxistas e funcionários, mas muitos estão desempregados, tentando trabalhar como autônomos. Um novo nível técnico adquirido na construção da sua casa pode transformá-lo em pedreiro, electricista ou encanador. Dessa forma, embora o programa esteja voltado para o problema do abrigo, pode ter uma consequência importante ao nível do emprego e da renda familiar.
16. prejudicado
17. Dadas as óbvias limitações de recurso, o Mãos à Obra, teve que comprimir o tema em 30 capítulos, quando poderia ter 50. Essa, talvez, seja a sua maior deficiência.

## GERALDO G. SERRA

Coordenador Científico do NUTAU

Rua Olegário Mariano, 717

05612-001 São Paulo - SP

BRASIL Tel. (0) 11 813 7816 Fax (0) 11 818 3209

VISITE O SITE DO NUTAU